

**ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN  
HOTEL TEMÁTICO CON SELLO VERDE EN LA LAGUNA DE TOTA BOYACÁ.**

**AUTORES:**

**LAURA MARGARITA RODRIGUEZ CH.**

**JUAN SEBASTIAN GONZÁLEZ GUEVARA**

**TALLER DE GRADO**

**DIRECTOR:**

**CARLOS RENE JIMENEZ C.**



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**SANTA FE DE BOGOTA, D.C.**

**2010**

# CAPÍTULO I

## **1. TÍTULO**

Elaboración De Un Plan De Negocio Para La Creación De Un Hotel Temático Con Sello Verde En La Laguna De Tota Boyacá

## CONTENIDO

1. TÍTULO.....	8
2. RESUMEN EJECUTIVO .....	15
3. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
3.1 antecedentes .....	16
3.2 Formulación del problema .....	22
4. JUSTIFICACION DEL PROYECTO .....	23
5. MARCO REFERENCIA .....	29
5.1 Teórico.....	29
5.2 Conceptual.....	34
5.3 Modelo De Plan De Negocio.....	40
6. OBJETIVO GENERAL.....	42
7. OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	42
8. ESTUDIO DE MERCADO .....	44
8.1 Investigación De Mercados.....	44
8.1.1 Análisis Del Sector .....	44
8.1.2 Análisis Del Mercado.....	45
8.1.3 Análisis De La Competencia .....	47
8.2 Estrategia De Mercados .....	52
8.2.1 Concepto Del Producto, Servicio O Proceso.....	52
8.2.2 Estrategias De Distribución Y/O Aplicación.....	55
8.2.3 Estrategias De Precio.....	57
8.2.4 Estrategias De Comunicación .....	59
8.2.5 Estrategias De Servicio .....	61
8.2.6 Presupuesto De La Mezcla De Mercadeo.....	63
8.2.7 Estrategias De Aprovisionamiento .....	65
8.2.8 Estrategias Claras De Penetración. ....	67
8.3 Proyección De Ventas .....	72
8.3.1 Proyecciones.....	72
8.3.2 Política de Cartera.....	74
9. ESTUDIO TECNICO .....	74

9.1 Operación .....	74
9.1.1 Ficha Técnica del Producto o Servicio .....	74
9.1.2 Estado de Desarrollo .....	76
9.1.3 Descripción del Proceso.....	77
9.1.3 Necesidades y Requerimientos.....	81
9.1.4 Requerimientos de materia prima servicio de alojamiento .....	83
9.1.5 Plan de Servucción .....	84
9.2 Plan De Compras .....	86
9.2.1 Consumos por Unidad de Producto .....	86
9.3 Costos De Producción .....	88
9.3.1 Costos fijos de producción .....	88
9.4 Infraestructura.....	89
10. ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....	94
10.1. Estrategia Organizacional.....	94
10.1.1 Análisis DOFA .....	94
10.1.2 Organismos de Apoyo.....	95
10.2. Estructura Organizacional.....	101
10.2.1 Organigrama .....	101
10.2.2 Manual De Funciones .....	102
10.2.3 Cultura.....	102
10.2.4 Contratación Personal.....	103
10.2.5 Misión, Visión, Política Y Objetivos De Calidad .....	103
10.3. Aspectos Legales.....	104
10.3.1 ConstituciónTrámites comerciales:.....	104
10.3.2 Legalidad.....	115
10.3.3 Tipo de Sociedad .....	116
10.4. Costos Administrativos .....	122
10.4.1 Gastos de puesta en marcha .....	122
11. ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO.....	123
11.1. Fuentes de Financiación.....	123
11.2 Estados de Resultado.....	129

11.2.1 Estado de Resultado Habitación .....	129
11.2.2 Estado de Resultado Bar y Restaurante .....	131
11.2.3 Estado de Resultado del Hotel Temático con Sello Verde .....	133
11.3. Balance General Inicial .....	134
11.4 Flujo de Tesorería.....	138
11.5 Cronograma de inversiones y financiación-CAPITAL DE TRABAJO.....	141
11.6 Cuadros -Evaluación Económica -TIR VP. ....	142
11.7 Punto de Equilibrio.....	146
11.8 Análisis de Sensibilidad. ....	147
12. IMPACTO ECONOMICO SOCIAL AMBIENTAL .....	151
12.1 Plan Sectorial De Turismo 2011 – 2014 “Turismo: factor de prosperidad para Colombia” .....	151
12.2 Plan Regional de Desarrollo de Boyacá “Para seguir creciendo” 2008-2011” .....	155
12.3 Plan de Gobierno de Tota Boyacá 2008-2011 “Gerencia Con Vocación Campesina Al Servicio Del Pueblo Totense” .....	158
12.4 Clúster ó Cadena Productiva .....	162
12.5 Generación de Empleo .....	163
12.6 Costo ambiental.....	164
13. INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD .....	172
14. CONCLUSIONES.....	175
15. ANEXOS .....	178
15.1 Hoteles Con Sello Verde En Colombia .....	178
15.2 Índices De Ocupación Hotelera .....	179
15.3 Investigación De Mercados.....	179
15.4 Normas Técnicas .....	183
15.5 Clústeres turísticos y sus productos. Documento Conpes 3397.....	197
15.6 Certificado de existencia y representación legal EJEMPLO .....	198
15.7 Mapa Provincia de Sugamuxi. ....	202
15.8 Registro Nacional de Turismo.....	203
15.9 COTIZACION GASTOS PUESTA EN MARCHA (ALGUNOS IMPLEMENTOS) .....	206

15.10 COTIZACION PUBLICIDAD .....	207
16. BIBLIOGRAFÍA .....	208
16.1 CIBERGRAFIA .....	209

## ÍNDICE DE TABLAS

Nro.	Descripción	Pagina
1	Índice ocupación temporada alta en Boyacá	15
2	Distancia en Kilómetros Bogotá-Tota	19
3	Modelos plan de negocios	33
4	Ventajas comparativas y competitivas del Hotel	45
5	Presupuesto mezcla de mercadeo	55
6	Promedio Histórico de ocupación en Boyacá	62
7	Proyección ocupación del Hotel por meses en habitaciones	62
8	Proyección ocupación del Hotel por meses en ingresos	63
9	Tipo y Numero de habitaciones	64
10	Procesos del Hotel Temático con Sello Verde	66
11	Necesidades y requerimientos área administrativa	70
12	Necesidades y requerimientos zonas comunes y de entretenimiento	71
13	Requerimientos de materia prima para el servicio de alojamiento	72
14	Inventario de la Habitación	72
15	Inventario Mini Bar	73
16	Consumo por unidad artículos de aseo habitación	75
17	Consumo por unidad Mini Bar	76
18	Consumo por unidad Servicios Públicos	77
19	Costos fijos de producción	77
20	Requisitos de planta NTSH 08	79
21	Análisis DOFA	83
22	Empleados de planta	90
23	Manual de principales funciones de empleados	91
24	Obligaciones tributarias S.A.S	110
25	Gastos de puesta en marcha	111
26	Características préstamo bancario	112
27	Valor del Crédito	112
28	Tabla de amortización del crédito bancario	113
29	Estado de resultado Habitación	117
30	Estado de resultado Bar y Restaurante	117
31	Estado de resultado Hotel Temático con Sello Verde	120
32	Balance General Inicial	121
33	Flujo de Tesorería	124
34	Cronograma de inversiones y financiación	126

35	WACC	127
36	NOPAT	127
37	Capital invertido	128
38	Valor Terminal	128
39	Flujo de caja libre	129
40	TIR	130



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nro.	Descripción	Pagina
1	Número de visitantes en Colombia	10
2	Colombia frente a la Región en el sector de turismo	11
3	Índice de ocupación principales ciudades julio 2009	11
4	Colombia protege el medio ambiente	12
5	Ruta Bogotá-Tota	19
6	Motivo de viaje de los huéspedes residentes en Colombia 2010-2009	38
7	Precios de la competencia	41
8	Índices de ocupación diciembre 2008-2009	42
9	Ubicación Hotel Temático con Sello Verde	46
10	Resultado encuesta: Principal fuente de información	47
11	Resultado encuesta: Precio dispuesto a pagar por un servicio de hospedaje ecológico	49
12	Comunicaciones integradas de marketing (CIM)	50
13	Resultado encuesta: Actividades a realizar en vacaciones	53
14	Resultado encuesta: conocimiento de la laguna de Tota	58
15	Resultado encuesta: ¿Ha visitado la laguna de Tota?	58
16	Resultado encuesta: Razones por que no han visitado la Laguna de Tota	59
17	Resultado encuesta: Hospedaje en Tota	60
18	Resultado encuesta: Razones para visitar la Laguna de Tota	60
19	Resultado encuesta: Interés por conocer un hotel con sello verde.	61
20	Plano de la infraestructura del Hotel	78
21	Organigrama del Hotel Temático con Sello Verde	90
22	clúster de Boyacá	142
23	Recolector de aguas grises	145
24	Filtro de Agua de lluvia	146
25	Colector de baja temperatura	149
26	Aerogenerador	149

## **2. RESUMEN EJECUTIVO**

El presente plan de negocios articula la metodología presentada por tres modelos de plan de negocios; el primero es del “Fondo Emprender” del Sena, el segundo es “Bogotá Emprende” de la cámara de comercio de Bogotá, y el tercero es el propuesto por la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. De esta forma se consigue un modelo más completo y preciso, ya que permite trabajar específicamente cada uno de los aspectos a tener en cuenta para un óptimo desarrollo de investigación y obtención de efectivos resultados.

Este plan de negocio estudia la posibilidad de crear un Hotel Temático con Sello Verde en la Laguna de Tota Boyacá, que ofrezca a sus clientes la oportunidad de disfrutar de un sitio de descanso que combina alojamiento y hospitalidad con altos estándares de calidad, en un ambiente seguro, cómodo, autóctono, cultural y amigable con el ambiente. Para lograr esto se cuenta con un equipo multidisciplinario de áreas como la ingeniería, arquitectura, medicina, antropología, educación y arte entre otros, todos con el fin común de brindarles a los huéspedes un lugar que no solo contará con el servicio de alojamiento, restaurante, bar, sala de juegos y spa, sino que también ofrecerá una experiencia cultural e histórica enmarcada en procesos amigables con el medio Ambiente. Entre estas tecnologías amigables con el ambiente, se encuentran filtros de agua, reciclaje de residuos y aguas grises, aerogeneradores, colectores de energía y planes exhaustivos de mitigación ambiental, entre otros, integrado a la vez en un espacio donde se encuentra plasmada la cultura Muisca representativa del departamento de Boyacá. Este Hotel temático estará orientado a satisfacer las necesidades de los estratos 4, 5 y 6 de personas procedentes de los departamentos de Boyacá, Cundinamarca, Casanare y Santanderes principalmente.

Se contará con una planta de personal de 9 personas. Además, los insumos necesarios para su creación y mantenimiento se comprarán en los municipios de Tota y Sogamoso contribuyendo de esta forma a dinamizar la economía regional.

Financieramente, se tiene prevista una inversión de \$650.170.003 aproximadamente, de los cuales \$260.170.003 serán financiados a través de la línea de microcrédito del Banco Agrario. El monto de la inversión tiene como fin brindar el mejor servicio para nuestros huéspedes en cuanto a diversión, salud, descanso y culturización.

### **3. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

#### **3.1 antecedentes**

“Por efectos de la coyuntura económica mundial, en el mundo el sector turístico disminuyó un 7%, según lo revelaron las cifras de Agosto de 2009 suministradas por la OMT (Organización mundial del turismo)”<sup>1</sup>. Sin embargo Colombia creció en este sector un 9% durante este mismo periodo. Según el *reporte de competitividad en viajes y turismo del mundo* del foro económico mundial, Colombia ocupa el puesto 71 entre 130 países, lo que señala las oportunidades de desarrollo que tiene el país en este sector.<sup>2</sup>

El número de visitantes en Colombia se duplico en el periodo comprendido entre el año 2000 y el año 2009, según cifras publicadas por Proexport:

---

<sup>1</sup>Barómetro OMT del turismo mundial [en línea: [http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO\\_Barom09\\_1\\_sp\\_excerpt.pdf](http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom09_1_sp_excerpt.pdf)] [recuperado: 18 de febrero de 2010]

<sup>2</sup> Evolution world travel info [ en línea: <http://www.visitingevolution.com/blog/reporte-de-competitividad-turistica-2008-omt-world-economic-forum/>] [recuperado: 18 de febrero de 2010]

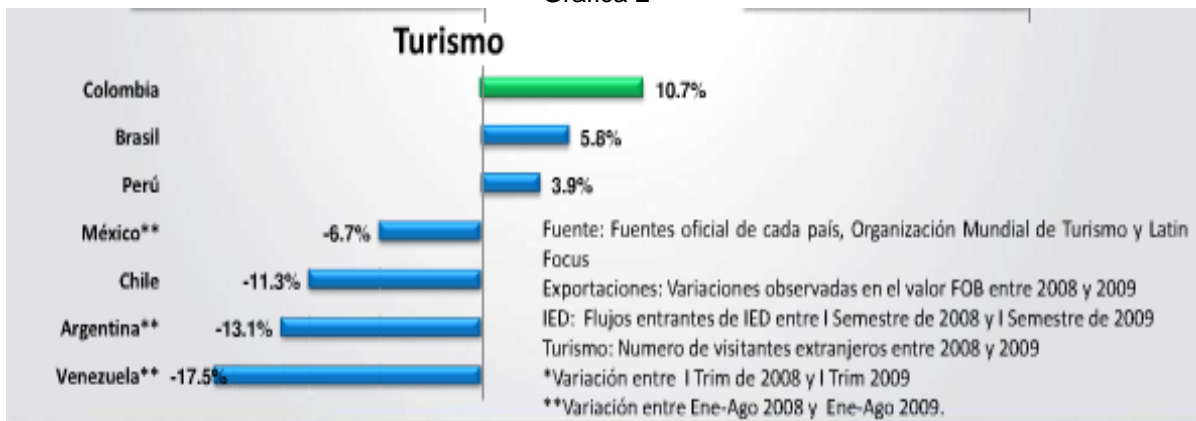
Grafica 1



FUENTE: Grafica extraída del informe INVIERTA EN COLOMBIA. Abril de 2010. [En línea: <http://www.slideshare.net/inviertaencolombia/presentacin-colombia-17-marzo-2009>] recuperado el 12 de Abril de 2010

Estas mismas cifras señalan que en el sector turístico, Colombia fue uno de los países con mejor comportamiento de la región durante el 2009:

Grafica 2

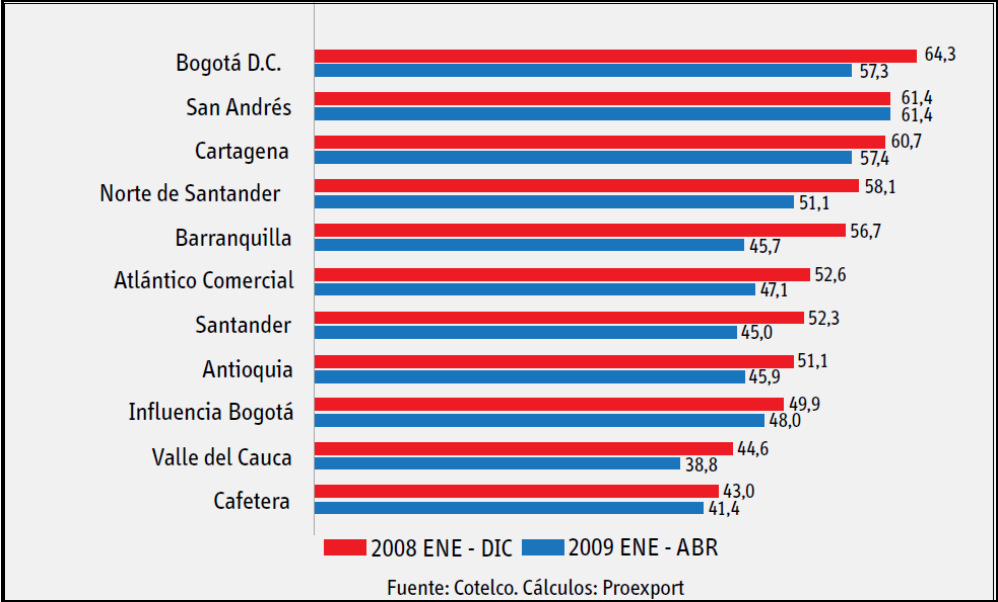


FUENTE: Grafica extraída del informe INVIERTA EN COLOMBIA. Abril de 2010. [En línea: <http://www.slideshare.net/inviertaencolombia/presentacin-colombia-17-marzo-2009>] recuperado el 12 de Abril de 2010

Colombia es dueña de una multiplicidad de territorios en donde se entremezclan las culturas con los exuberantes paisajes que la envuelven, dando origen a plazas turísticas destacadas no solo en el país sino en el mundo. Según el reporte de Proexport de Julio de 2009, la ciudad que obtuvo el mayor índice de ocupación fue San Andrés con un 61,4%, seguido por Cartagena con un 57,4%. El departamento de Boyacá por deducción se cataloga en la categoría “Influencia Bogotá” con un

48% (ver grafica.3), lo cual no lo ubica dentro de los primeros lugares, pero demuestra que cuenta con muchas posibilidades para desarrollarse en este sector económico.

Grafica 3



FUENTE: Gráfica extraída del Informe de Proexport: "Sector Turismo. Volumen I – No. 1 Julio de 2009 Bogotá D.C."

Como beneficio adicional, Proexport publicó estadísticas que demuestran que Colombia es el noveno país en el mundo y el primero en la región en proteger el medio ambiente, y cuenta con las leyes ambientales que menos afectan a las empresas:

Grafica 4



FUENTE: Grafica extraída del informe INVIERTA EN COLOMBIA. Abril de 2010. [en línea: <http://www.slideshare.net/inviertaencolombia/presentacin-colombia-17-marzo-2009> ] recuperado el 12 de Abril de 2010

La riqueza histórica de Colombia reside en su mayoría en el altiplano boyacense, una región que por ser sinónimo de identidad y patrimonio nacional ofrece razones para ser un importante atractivo turístico, entre las que se encuentra el Pantano de Vargas, El Puente de Boyacá, el pueblo colonial de Villa de Leyva, aguas termales de Paipa, Museo Arqueológico de Sogamoso, Sierra Nevada del Cocuy y la Laguna de Tota. En el territorio boyacense se presenta una diversidad de accidentes geográficos. Gracias a ello, en el departamento se presentan todos los pisos térmicos con temperaturas desde los 35 °C en Puerto Boyacá, hasta temperatura bajo cero grados, en la Sierra Nevada de Güicán y El Cocuy, las cuales presentan alturas de hasta 5.490 m y en el Páramo de Pisba con alturas de hasta 4.000 m.<sup>3</sup>

Boyacá es la región colombiana que guarda mayor analogía con los antiguos imperios americanos avasallados por España. Aquí las huellas arqueológicas son mínimas comparadas con Cuzco o los territorios Mayas o aztecas, pero hay un

<sup>3</sup> Enciclopedia en línea Wikipedia: [<http://es.wikipedia.org/wiki/Boyaca>] [Recuperado el 27 de marzo del 2010]

ámbito similar en cuanto a la arquitectura civil y religiosa colonial. Si bien ésta es también más modesta, el trazo fundacional y las construcciones, celosamente ceñidos a las Leyes de Indias, son insuperables por su austeridad, noble escala, armonía de los conjuntos e ingenuos decorados, sin que falten ejemplos de ocasional magnificencia. La ciudad mayor, Tunja, se preservó casi intacta hasta la década de los cincuentas, desde cuando una mal entendida modernidad ha venido agrediéndola de mil formas; aun así, conserva varios tesoros que ameritan una buena tarde de visita. Fuera de Tunja está la Villa De Leyva, su émulo contrario: allí el mal consiste en construir lo nuevo haciendo pobre imitación de lo colonial, falseando el conjunto. Tanto en la Villa como en Monguí, Tópaga, Turmequé, Tibasosa, Oicatá, Cucaita (observe la presencia chibcha de los nombres) y en una docena más de poblaciones, hay ejemplos destacados del barroco, magníficos altares, pinturas, murales, cuadros, imaginería, archivos y libros antiguos, algunas fábricas catedralicias, claustros en piedra sillar o en adobe, junto a la divisa principal de la zona: las pequeñas y primorosas iglesias. Muchas piezas coloniales han venido desapareciendo por saqueos y falta de escrúpulos de los mercaderes de arte, razón por la cual es posible que algunos templos permanezcan cerrados o retiren de la vista parte de su patrimonio. (Ese fue también el motivo de reunir una buena muestra en un Museo Religioso, en cercanía de Duitama, donde se presumía más fácil ejercer vigilancia. El Museo fue también víctima de un asalto, pero aún se puede visitar).<sup>4</sup>

La arquitectura boyacense no evoca grandes palacios, al contrario de ciertas zonas de importancia similar en Perú, Bolivia o Méjico, donde la monumentalidad coincide con prósperos períodos de riqueza minera de oro y plata. Aquí no había extracción de metales preciosos: la enorme cantidad de oro expoliado por los conquistadores a los muiscas estaba ya convertida en joyas que los indígenas elaboraban negociando el metal con otros grupos, a cambio de sal, tejido y esmeralda. Por cierto: las esmeraldas eran el tesoropreciado de los muiscas. Aún

---

<sup>4</sup> Circuitos Turísticos- Boyacá [en línea: [http://www.colombialink.com/01\\_INDEX/index\\_turismo/circuitos/boyaca.html](http://www.colombialink.com/01_INDEX/index_turismo/circuitos/boyaca.html)] [Recuperado el 27 de marzo del 2010]

hoy Boyacá ocupa el primer rango mundial en calidad y cantidad de producción de esmeraldas.<sup>5</sup>

Las insignias turísticas boyacenses por excelencia son Paipa, Tunja, Chiquinquirá, Ráquira y Villa de Leyva. Sin embargo, el Lago de Tota es uno de los principales atractivos que tiene Boyacá actualmente. El lago de Tota, nombre originario del vocablo chibcha TOTA="Agua para la labranza", se encuentra a una altura de 3.015 Mt. sobre el nivel del mar, es el segundo lago más alto de Suramérica, después del Lago Titicaca, con una temperatura de 12<sup>o</sup> C, tiene 60 Mt. de profundidad, 12 km de largo por 5 Km de ancho. Es el sitio más frecuentado todo el año por turistas nacionales y extranjeros. Se le conoce como el Mar de Boyacá. Entre los atractivos de la laguna de tota se pueden destacar sus 5 islas y playa blanca, deportes náuticos como el windsurf, la pesca, el buceo de altitud y la trucha arco iris que se degusta a orillas de esta espectacular laguna.<sup>6</sup>

Los alrededores de La laguna de Tota, cuentan con un pequeño número de hoteles en los cuales hospedarse, pero ninguno ofrece realmente un ambiente autóctono de la región, en el que se pueda percibir la cultura que enmarco a esta región durante la época precolombina. Adicionalmente, ninguno es avalado con el sello verde- de hecho en Colombia solo hay uno que ya cuenta con este sello, y 20 hoteles más en lista de espera- ni se caracteriza con ser amigo del ambiente, lo que es fundamental a la hora de hablar de Tota, ya que es una importante fuente de recursos hídricos para la región.

Este encantador paisaje permite que dentro de un lugar pacifico y natural, la cultura y los ancestros se entrelacen magnificando la grandeza del la región.

---

<sup>5</sup> Circuitos Turísticos- Boyacá [en línea:  
[http://www.colombialink.com/01\\_INDEX/index\\_turismo/circuitos/boyaca.html](http://www.colombialink.com/01_INDEX/index_turismo/circuitos/boyaca.html)] [Recuperado el 27 de marzo del 2010]

<sup>7</sup> Circuitos Turísticos- Boyacá [en línea:  
[http://www.colombialink.com/01\\_INDEX/index\\_turismo/circuitos/boyaca.html](http://www.colombialink.com/01_INDEX/index_turismo/circuitos/boyaca.html)] [Recuperado el 27 de marzo del 2010]



### 3.2 Formulación del problema

En el departamento de Boyacá, particularmente en la región de Tota, la falta de promoción turística ha sido una constante a lo largo del tiempo. Los visitantes suelen hospedarse en lugares del departamento que poseen atractivos turísticos innatos, como es el caso de Tunja, Paipa, Villa de Leyva y El Cocuy, que además cuentan con facilidad para el turista en el momento de acceder a la información que ellos requieren.

Según el reporte de Cotelco, en temporada alta de los 52 hoteles afiliados al mismo el porcentaje de ocupación en promedio es el siguiente, teniendo en cuenta que otros destinos de la región incluyen a El Cocuy y Sogamoso:

Tabla 1

	Paipa	Villa de Leyva	Tunja	Otros destinos de la región
Lunes a Miércoles	50%	70%	20%	30%
Jueves a Viernes	100%	100%	50%	70%
Sábado	70%	80%	20%	40%

FUENTE: Autores del trabajo

La preferencia que tienen los turistas por dichos lugares radica en la calidad de servicios hoteleros allí ofrecidos y de los beneficios que el turista recibe al visitar estos destinos.

En Tota, la oferta hotelera y turística no cautiva el interés del turista al considerar este destino poco viable para el descanso y la recreación, haciendo que este lugar sea visitado únicamente por aquellos que se hospedan en lugares aledaños al mencionado con la única intención que haga parte de su recorrido más no de su estadía. La oferta hotelera en Tota es muy pobre en cuanto a los servicios ofrecidos a los visitantes lo que no favorece la comercialización de este destino en el mercado Colombiano. Otro inconveniente a resaltar en el comportamiento de los turistas en Boyacá es la estadía promedio que se registra. “Las cifras de estadía

promedio de un turista en Boyacá son bajas: 2,1 día por persona; mientras que en el resto del país ese promedio supera los 3,1 día, por persona.”<sup>7</sup>

¿Es factible construir un Hotel Temático con sello verde en la Laguna de Tota en Boyacá?

#### **4. JUSTIFICACION DEL PROYECTO**

Boyacá es una región de Colombia con fuertes y significativos atractivos turísticos que la pueden llegar a convertir en un destino predilecto por turistas nacionales y extranjeros.

Un aspecto que favorece el turismo en la región de Tota es la inversión en vías hecha por el gobierno en el departamento. Según cifras suministradas por el ministro de transporte Andrés Uriel Gallego, el presupuesto previsto por el Gobierno Nacional para el proyecto vial Briceño-Tunja-Sogamoso asciende a 79.998 millones de pesos. Además agregó que para los corredores del departamento entre los cuales se encuentra la vía Sogamoso-Tota se asignaron 335.145 millones de pesos: 144.397 millones para la Transversal de Boyacá; 110.750 millones, para la Transversal del Cusiana, y 79.998 millones de pesos, para el Sisga.<sup>8</sup> Esto señala que existe un beneficio para quienes visiten al departamento, lo que lo convierte en uno de los lugares predilectos por los viajeros, favoreciendo al sector turístico y hotelero de Boyacá.

Por otra parte, el fortalecimiento de la seguridad en las carreteras de Boyacá permite que los turistas se desplacen con tranquilidad al municipio de Tota. “Puestos de control militar de área, retenes móviles y presencia permanente de soldados en sitios estratégicos del departamento hacen parte del plan diseñado por el Coronel Ángel Edgardo González Pérez, comandante de la Primera

---

<sup>7</sup> Red de Gestores Sociales [en línea: <http://www.rgs.gov.co/noticias.shtml?x=17561>] {Recuperado el 14 de agosto de 2010}

<sup>8</sup> Cifras del periódico El Tiempo/ Boyacá. [ en línea: [http://www.eltiempo.com/colombia/boyaca/con-una-inversion-de-335-mil-millones-se-construiran-tres-vias-transversales-en-boyaca\\_4827538-1](http://www.eltiempo.com/colombia/boyaca/con-una-inversion-de-335-mil-millones-se-construiran-tres-vias-transversales-en-boyaca_4827538-1)] [recuperado: 8 de marzo de 2010.]

Brigada, para preservar la seguridad en los ejes viales de los 114 municipios de Boyacá son 35 puestos de control los que se han ubicado especialmente en las vías que conducen desde la capital boyacense a las provincias de Márquez, Lengupa, Occidente, La Libertad, Gutiérrez, Norte, Sugamuxi, Centro y Tundama, entre otras. Igualmente se dispuso que cada uno de los comandantes de Batallones y de Unidades Especiales de la Brigada, estén en permanente desplazamiento por las carreteras dirigiendo las operaciones militares de seguridad vial, sumadas a la ofensiva castrense que se ha implementado contra las organizaciones terroristas y delincuenciales que intentan desestabilizar la tranquilidad.”<sup>9</sup>

El apoyo financiero ofrecido por Bancoldex al departamento de Boyacá en el 2010 permite el desarrollo de la industria turística y hotelera en la región de Tota. “Los empresarios vinculados al Programa de Apoyo a la Creación y Fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas solidarias que soportan la cadena productiva del turismo, más conocido como LEOS, que lidera la Dirección de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, recibirán apoyo financiero en una nueva jornada que tendrá lugar en Boyacá. La Dirección de Turismo, en asociación con las autoridades regionales, con los centros regionales del SENA y las cámaras de comercio locales, reúne en un mismo lugar a los empresarios que tienen proyectos debidamente estructurados y a altos representantes de las entidades bancarias de primer piso que operan en la región y apoyan a las Mipymes, así como a la banca de segundo piso, cooperativas regionales, organizaciones no gubernamentales y fondos regionales de garantías que apoyan esta causa. Una vez el empresario recibe información en forma personalizada y cuenta con diversas alternativas para financiar su proyecto, organizaciones no gubernamentales participantes en los eventos le prestan asesoría para tomar la decisión que más convenga a sus intereses y necesidades”.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Ejército de Colombia, Ministerio de defensa. [en línea: <http://www.ejercito.mil.co/?idcategoria=242141>] [Recuperado: 14 de agosto de 2010]

<sup>10</sup> Nuevas jornadas de apoyo financiero para Mipymes turísticas de Boyacá [en línea: <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/verimp.asp?id=3651&IdCompany=1>] [Recuperado el 14 de agosto de 2010]

“De acuerdo con las cifras del DANE, en el 2009 los mayores incrementos se presentaron en los hoteles con menos de 50 habitaciones disponibles 6,8% y los hoteles en el rango de 51 – 100 habitaciones 0,3%. Los hoteles con más de 150 habitaciones disminuyeron 1,1%.”<sup>11</sup> Esta situación es pertinente y favorece la primera etapa de creación de este hotel en Tota, que contara con 30 habitaciones inicialmente.

“Existen una serie de incentivos tributarios para los inversionistas en proyectos de turismo hasta el 2032; en efecto, los servicios hoteleros que se provean en establecimientos nuevos, construidos entre 2003 y 2018, tendrán exenciones tributarias hasta 2032, lo que aplica incluso para hoteles remodelados y/o expandidos en el mismo periodo. Para proyectos de ecoturismo hay una exención del impuesto de renta durante 20 años a partir de 2003.

La nueva Ley de Turismo (Ley 1101 del 22 de noviembre de 2007), se constituye en la herramienta que le permitirá al país potencializar aún más este sector de la economía nacional, gracias al ingreso de nuevos recursos destinados a la competitividad, al mercadeo y a la promoción del país como destino turístico, tanto a nivel doméstico como internacional.”<sup>12</sup>

Así mismo, la ruta desde la ciudad de Bogotá hasta la Laguna de Tota es de un total de 225 kilómetros, que están distribuidos así:

Tabla 2

<b>Trayecto</b>	<b>Distancia</b>
Bogotá-Tunja	140 Km
Tunja-Sogamoso	70 Km
Sogamoso-Tota	15Km
<b>Total Bogotá-Tota</b>	<b>225 Km</b>

FUENTE: Autores del Trabajo.

<sup>11</sup> BENCHMARK, Hotelería y Turismo. [en línea: [www.bpr.com.co](http://www.bpr.com.co)] [recuperado: 14 de agosto de 2010]

<sup>12</sup> BENCHMARK, Hotelería y Turismo. [en línea: [www.bpr.com.co](http://www.bpr.com.co)] [recuperado: 14 de agosto de 2010]

Este corredor vial es de fácil acceso y cuenta con el respaldo de la Policía de Carreteras durante todo el recorrido desde la ciudad de Bogotá hasta la Laguna de Tota, favoreciendo la seguridad y tranquilidad de los viajeros que visitan esta región del departamento de Boyacá. Así mismo, todo el recorrido esta óptimamente señalizado y cuenta con servicios de restaurantes, baños, gasolineras, reparación de automóviles y servicios de primeros auxilios.

“En la ruta Bogotá-Sogamoso-Tota se encuentran 4 peajes en total cuyo valor aproximado es:

\*Categoría I: \$24.300

\*\*Categoría II: \$30.900

\*Categoría I: Automóviles, camperos y camionetas.

\*\*Categoría II: Buses, Busetas con eje trasero de doble llanta y camiones de dos ejes.”<sup>13</sup>

A continuación el mapa de la Ruta Bogotá-Tota:

---

<sup>13</sup> PEAJES POR COLOMBIA. [en línea: <http://www.viajaporcolombia.com/peajes/?l=peaje&id=24>]  
[recuperado el 30 de Septiembre de 2010]

Grafica 5



FUENTE: REFUGIO GENESIS, Tota. [En línea: <http://www.lagunadetota.com/UBICACION.htm>]. [Recuperado el 30 de septiembre de 2010]

Igualmente, la implementación del Sello Ambiental Colombiano trae consigo beneficios tanto ambientales como económicos.

#### “Beneficios ambientales y económicos del Sello Ambiental Colombiano

El desarrollo del SAC trae consigo beneficios interesantes desde el punto de vista económico y ambiental para los diferentes sectores involucrados. Desde la perspectiva industrial, un usuario del Sello puede obtener los siguientes beneficios potenciales:

- mejorar su competitividad, su situación en el mercado y la imagen de su organización o marca,

- orientar su estrategia comercial hacia nichos de mercado especializados y de alto crecimiento,
- alcanzar procesos más eficientes, menor uso de materiales y energía, y reducción de los residuos por disponer,
- lograr o superar las expectativas del cliente,
- mejorar la fidelidad de los clientes,
- atraer inversionistas y fuentes de financiamiento, particularmente de aquellos con conciencia ambiental,
- mejorar la motivación de los empleados,
- aumentar el conocimiento de su producto,
- reducir la responsabilidad debido a una disminución de los impactos ambientales,
- mejorar las relaciones con los entes reguladores,
- facilitar la identificación y gestión de los requisitos legales.

Como beneficios para los consumidores pueden identificarse los siguientes:

- disponibilidad de información verificable, precisa y no engañosa; esto garantiza decisiones de compra acertadas desde el punto de vista ambiental,
- satisfacción personal en términos de una contribución efectiva al mejoramiento ambiental,
- mayor disponibilidad en el mercado de productos menos nocivos para el ambiente,
- a partir de la información ambiental del producto es posible adquirir nuevos conocimientos sobre mejores comportamientos ambientales.

Para el país y la sociedad en general, el SAC representa una oportunidad para:

- lograr un mejoramiento de la calidad ambiental para las generaciones actuales y futuras,
- promover un desarrollo sostenible desde el punto de vista económico y ambiental,

- reducir los riesgos y la presión sobre el medio ambiente,
- posicionar a Colombia como un país proveedor de productos verdes, diversificando los productos potencialmente exportables,
- consolidar la estructura organizativa de los productores verdes”<sup>14</sup>.

En conjunto, estos factores muestran oportunidades que pueden ser aprovechadas con la creación de este proyecto y con el ahorro tributario se podrá invertir en innovación y desarrollo. Así mismo el precio ofrecido a los clientes puede ser sustancialmente más bajo que el de la competencia, lo que le dará mayor competitividad al proyecto

## **5. MARCO REFERENCIA**

### **5.1 Teórico**

“Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que lo hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos”<sup>15</sup>.

“El turismo: un fenómeno económico y social. 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 del progreso socioeconómico.

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y

---

<sup>14</sup> Incontec internacionalizado, en línea: [http://www.icontec.org/BancoConocimiento/S/sello\\_ambiental\\_-\\_normalizacion/sello\\_ambiental\\_-\\_normalizacion.asp?CodIdioma=ESP](http://www.icontec.org/BancoConocimiento/S/sello_ambiental_-_normalizacion/sello_ambiental_-_normalizacion.asp?CodIdioma=ESP) Consultado 1111111

<sup>15</sup> Enciclopedia en línea Wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>. Recuperado el 16 de Agosto 2010.



representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones.

La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca. La OMT ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en unos mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos. Como organismo de las Naciones Unidas dedicado al turismo, la OMT insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible y actúa para que así sea.”<sup>16</sup>

“La mayor parte de los gobernantes de Latinoamérica han declarado al turismo como una prioridad nacional, e incluso han propuesto notables iniciativas a favor de este sector: no obstante, aunque haya existido voluntad, tal importancia se ha minimizado porque el turismo se ha convertido, en la mayoría de los casos, en un departamento, un ministerio o una secretaria, es decir, solo una oficina pública en lugar de una actividad económica de primer orden.

En tales circunstancias desfavorables, si se trata de recursos, por ejemplo, existen siempre departamentos, ministerios o secretarías con más posibilidades y prerrogativas, ya que representan sectores con mayor recaudación, como es el caso del petróleo, energía o factores sociales que en el corto plazo significan mayores dividendos, desde el punto de vista político. Esto se traduce en ministros o secretarios de turismo con menores facultades, presupuesto e importancia política, que funcionarios de dependencias tales como Hacienda, obras Públicas, desarrollo Económico y Comunicaciones.

---

<sup>16</sup> Organización Mundial del Turismo en Línea: <http://www.unwto.org/aboutwto/why/sp/why.php?op=1>  
Recuperado el 16 de Agosto 2010.

Al considerar al turismo como subordinado, o sujeto de la acción de estas dependencias, en lugar de motor dinamizador nos enfrentamos a un círculo vicioso en el que siempre habrá que decidir entre el turismo y las necesidades básicas de la población, o las prioridades político-económicas.

Visto con otra óptica, el turismo es, como ya se ha apuntado, la alternativa de desarrollo económico y social, y de esta actividad se desprende la obra pública y tantos otros aspectos esenciales como la infraestructura básica y de servicios, aeropuertos, caminos y puentes, comunicaciones electrónicas, redes de suministros y otros más sin los cuales la actividad turística no es posible”<sup>17</sup>

“Lago o Laguna de Tota, es el más grande de Colombia y el tercero en Suramérica, siendo uno de los recursos hidrológicos más importantes del país, no sólo por los usos que se le dan a sus aguas, sino por la riqueza paisajística que de manera permanente ofrece. Se ubica a una distancia de 286 km. de Bogotá y a 25 Km. de Sogamoso. Entre las especies de fauna que allí habitan están: la trucha arco iris, el capitán, y la guapucha. Funcionan dos estaciones truchícolas, una en Las Cintas y la otra en el sitio denominado Los Pozos. Se celebra allí el "campeonato de trucha arco iris" y se practican deportes náuticos.”<sup>18</sup>

“Los prestadores de servicios hoteleros encuentran en la implementación del Sello una estrategia comercial que brinda ventajas competitivas ya que los consumidores perciben un valor agregado que no encuentran en otras empresas que no cuentan con este instrumento de diferenciación ambiental. Una vez un hotel obtiene la certificación y logo del SAC indica que:

- Los insumos y materias primas para su funcionamiento se usan de manera sostenible.

---

<sup>17</sup> González Rubiera, Sergio Eduardo. "Reconocimiento de la actividad turística como prioridad". Turismo, beneficio para todos. 2002. Pág 89. [en línea: [http://books.google.com.co/books?id=RVtNVm06uRwC&printsec=frontcover&dq=turismo&hl=es&ei=bXlpTLq8BcWBIAfdhPieBQ&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCkQ6AEwADgK#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.co/books?id=RVtNVm06uRwC&printsec=frontcover&dq=turismo&hl=es&ei=bXlpTLq8BcWBIAfdhPieBQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCkQ6AEwADgK#v=onepage&q&f=false)] [recuperado: 16 de Agosto de 2010]

<sup>18</sup> Viaja por Colombia. En Línea: <http://www.viajaporcolombia.com/boyaca/?l=sitio&id=53&Laguna-de-Tota> Recuperado el 28 de abril de 2010.

- Las materias primas que usa no son nocivas para el medio ambiente.
- Sus procesos de producción involucran un uso menor de energía o que hacen uso de fuentes de energía renovable (eólica, solar y similar), o ambas.
- Recicla sus desechos, reutiliza materiales y escoge elementos biodegradables.
- Implementa empaques reciclables, reutilizables o biodegradable y en cantidades mínimas.
- Emplea tecnologías limpias o que generan un menor impacto relativo sobre el ambiente.
- Indica a los consumidores la mejor forma para la disposición final de desechos.

Con la norma los hoteles cuidan la fauna y la flora. En vista de las diferentes aristas que tiene el cuidado de la naturaleza, se creó la Unidad Sectorial de Turismo Sostenible, USNTS, entidad que diseña y difunde las normas técnicas de sostenibilidad para prestadores de servicios turísticos. En la creación de la norma participan diferentes empresarios del turismo, turistas y miembros del Gobierno. La USNTS nace en 2005 y elabora la norma NTSTS 002 para definir los requisitos de sostenibilidad de hoteles, hospedajes e instituciones similares. La referencia para desarrollar dicha regulación es la Norma Técnica Colombiana 5133 (NTC 5133). De esta manera, se toman en cuenta las tres dimensiones alrededor de las cuales gira la reglamentación: la ambiental, la sociocultural y la económica. Esas normas cuentan con la participación de empresarios del sector, la academia, usuarios (clientes y turistas), delegados del gobierno (de los Ministerios de Medio Ambiente y Comercio) y expertos en el tema, quienes conforman Comités Técnicos.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Hoteles con sello verde: unidos por el medio ambiente . [en línea: <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/colombia/noticias/1030-hoteles-con-sello-verde-unidos-por-el-medio-ambiente>] recuperado el 12 de Abril de 2010.

Boyacá es quizá uno de los departamentos que más trascendencia histórica y cultural tiene en el país, al ser la cuna de la independencia colombiana y al contar con la magnificencia de la naturaleza en su territorio. En cualquier rincón boyacense es común encontrar una singular mezcla entre lo cultural, colonial, histórico y natural haciendo que propios y visitantes encuentren en ellos el lugar perfecto para la relajación y la conexión con la naturaleza. A pesar de los lugares apacibles y turísticos que existen en la región y de la importancia que tiene el turismo para las autoridades gubernamentales, aun no se ha aprovechado esta ventaja competitiva que posee el departamento y se han quedado cortos en la planeación y promoción del turismo, relegándolo a unas pocas zonas en donde se concentra el 90% de los visitantes a Boyacá. Las autoridades no tienen una regulación adecuada de las cifras exactas de la oferta y demanda hotelera y turística de la totalidad del departamento, por lo que se dificulta y se hace casi imposible la promoción eficaz de Boyacá como región turística. Como anteriormente se mencionó, el turismo es una fuente de ingresos casi tan importante como el petróleo y la industria alimenticia y se convierte en una alternativa de desarrollo tanto económica como social que impulsaría al departamento y lo posicionaría como uno de los líderes en este sector, pues cuenta con todas las herramientas para llegar a serlo. La infraestructura hotelera en algunos casos ha perdido esa identidad cultural e histórica que caracteriza a este departamento y no ofrece una experiencia diferente de los demás establecimientos hoteleros que se encuentran ubicados a lo largo del país; igualmente no hay una oferta novedosa y diferente que atraiga a los turistas y los motive a visitar con frecuencia estos lugares. Muchas veces quienes visitan esta región se muestran interesados en conocer acerca de la historia cultural y vivenciarla de alguna u otra forma en un marco de confort y descanso, cosa que rara vez puede ofrecerse por partida doble. Al ser Boyacá un territorio montañoso donde la naturaleza es su protagonista, la preservación y cuidado del medio ambiente es un tema fundamental y prioritario en los diferentes sectores económicos, especialmente en aquellos en los que existe algún grado de impacto ambiental. En este departamento no existe un hotel verde, es decir, que contribuya

con la preservación y protección del medio ambiente, por lo que es una oportunidad ofrecer a los turistas una experiencia ecológica, cultural, histórica, recreativa y de confort.

## 5.2 Conceptual

- “Agencias de viaje y turismo: son las empresas comerciales, debidamente constituidas que se dediquen profesionalmente a vender planes turísticos.
- Agencia de viajes operadoras: son las empresas comerciales, debidamente constituidas que se dediquen profesionalmente a operar planes turísticos.
- Agroturismo: Tipo de turismo basado en el alojamiento en casas rurales y donde el usuario participa en las tareas cotidianas del lugar: agrícolas, ganaderas, artesanales.
- Alimento ecológico: El que procede de la agricultura ecológica, que es la que produce alimentos de máxima calidad interfiriendo lo menos posible en el medio ambiente, utilizando los recursos de una manera racional.
- Alojamiento rural: establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en unidades habitacionales privadas, ubicado en áreas rurales y cuyo principal propósito es el desarrollo de actividades asociadas a su entorno natural y cultural.
- Altiplano Boyacense: Es un conjunto de tierras altas y planas localizado en la cordillera oriental de los Andes colombianos, entre los departamentos de Cundinamarca y Boyacá. Su territorio coincide en gran medida con el antiguo territorio de los muiscas. El altiplano comprende tres regiones planas bien diferenciadas, estas son: la Sabana de Bogotá, los valles de Ubaté y Chiquinquirá y los valles de Duitama y Sogamoso.
- Autóctono: 1. adj. Se dice de los pueblos o gentes originarios del mismo país en que viven. 2. adj. Que ha nacido o se ha originado en el mismo lugar donde se encuentra
- Barra Libre: Servicio complementario de un acto social, ofrecido por el hostelero, y consistente en permitir el consumo ilimitado y gratuito de bebidas durante un tiempo pactado y a un precio cerrado de antemano

- Botones: Antigua denominación del que ahora es auxiliar de recepción y conserjería.
- Buffet: Mesa situada en la zona central o visible del comedor en la que están expuestos los manjares
- Bungalow: Casa pequeña de una sola planta que se suele construir en parajes destinados al descanso. Se suele pronunciar a la española, incluso omitiendo la w final. Sinónimo(s): Bungaló
- Campista: alojado en un campin (camping). Es común en cuanto al género: la misma palabra se usa para femenino y masculino.
- Check-in: Proceso de inscripción en un hotel o medio de transporte. Sinónimo(s): Registro (en hotel), facturación (en transporte).
- Check-out: Proceso de salida de un establecimiento hotelero con la correspondiente liquidación de la cuenta de gastos. Sinónimo(s): Salida
- Chibcha: 1. adj. Se dice del individuo de un pueblo que habitó en las tierras altas de Bogotá y Tunja. 2. adj. Perteneiente o relativo a este pueblo.
- Ciclo turismo: Es el turismo que se practica usando la bicicleta como medio de transporte. Aúna el ejercicio físico con la búsqueda del medio natural, del arte, de la historia, las costumbres y la forma
- Clúster turístico: En inglés, clúster significa ramo, racimo o conglomerado; en general, conjunto de cosas iguales que se agrupan en torno a un punto común. En gestión empresarial se aplica a un conjunto de empresas concentradas en un mismo entorno geográfico y que desarrollan una actividad económica similar o pertenecen a sectores industriales relacionados entre sí. Las empresas formantes del clúster cooperan para mejorar su competitividad, para alcanzar objetivos comunes. Los clúster turísticos se podrían definir por servicios (alojamiento, restauración, transporte, etc.), por marco geográfico (comarcas, rutas) o por temas (turismo cultural, de naturaleza, gastronómico,...).
- Desayuno continental: Desayuno que normalmente incluye infusión o cacao, leche, bollería o tostadas, mantequilla y mermelada. Es más ligero que el English breakfast. Tiende a desaparecer ante la economía del buffet.

- Day use: (Uso diurno) Uso de una habitación de hotel o similar durante un periodo corto que no implica pernoctación. Suele utilizarse para descansar unas horas o asearse antes de seguir viaje.
- Dayspa: Establecimiento sin alojamiento, en entorno urbano, cuya oferta combina servicios de hidroterapia, puesta en forma y belleza entre otros.
- Ecoturismo: Cualquier forma de turismo en que la principal motivación del turista sea la observación y la apreciación de la naturaleza, a cuya conservación contribuya y que genere un impacto mínimo en el medio ambiente natural y el patrimonio cultural
- Excursionista: Todo visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado. Sinónimo(s): visitante de día.
- Expoliado: Apropiación de algo que pertenece a otra persona de forma violenta e injusta
- Forfait: Viaje todo incluido a la demanda, elaborado por la agencia de viajes a petición del cliente. Se pronuncia a la francesa.
- Guía local: El encargado de mostrar una ciudad a sus visitantes o turistas. Por lo tanto, ése será su ámbito de actuación y sobre él se le exige un profundo conocimiento. Suelen ser contratados por agencias de viajes o bien por los guías correo en sus visitas a las ciudades, ya que es preceptivo que la visita a la ciudad la haga un guía local debidamente habilitado.
- Happy hour: (Hora feliz) Acción promocional de los bares consistente en ofrecer barra libre durante un tiempo determinado, en horas de baja afluencia.
- Hospitalidad: Anglicismo por hospedaje. Según el Diccionario de la Real Academia Española, hospitalidad significa «Buena acogida y recibimiento que se hace a los extranjeros o visitantes».
- Hostelería: Conjunto de servicios que proporcionan alojamiento y/o comida a los huéspedes/clientes mediante compensación económica.
- Hotel: Un hotel es un edificio planificado y acondicionado para albergar a las personas temporalmente y que permite a los visitantes sus desplazamientos. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios

adicionales como restaurantes, piscinas y guarderías. Algunos hoteles tienen servicios de conferencias y animan a grupos a organizar convenciones y reuniones en su establecimiento.

- Hotel Boutique-Hotel: Hotel pequeño, con un estilo refinado y vanguardista, que se caracteriza por proporcionar una atención personalizada al cliente. Normalmente esto implica exclusividad y altos precios. El concepto nació en Europa como reacción a las grandes cadenas internacionales, aunque después éstas lo incorporaron como una línea de negocio más.
- Uso horario: Cada una de las veinticuatro áreas en que se divide la superficie terrestre para marcar las horas oficiales.
- Itinerario: Descripción de un camino o una ruta, especificando los lugares de paso y proponiendo una serie de actividades y servicios.
- Kitchenette: Pequeño servicio de cocina instalado en un alojamiento turístico.
- Lito: Paño blanco, de aproximadamente 40 x 80 cm con el que se ayuda el camarero para el servicio a los clientes, transporte de fuentes de alimentos calientes con campanas, etc.
- Loft: Originalmente, una residencia multifuncional con espacios tanto para vivir como para trabajar, un local que previamente fue comercio, fábrica o almacén, y se ha reconvertido en vivienda.
- Mancomunidad turística: Las mancomunidades son asociaciones de municipios que se unen para prestar algún servicio público. Son frecuentes en el campo del turismo y su finalidad suele consistir en información turística, limpieza, etc.
- Muisca: (muyska: gente) es la etnia indígena que habitó el Altiplano Cundiboyacense, desde el siglo VI a. C. hasta la conquista española en el siglo XVI, miles de cuyos descendientes directos aún viven en localidades del distrito de Bogotá como Suba y Bosa, y en municipios vecinos como Cota, Chía y Sesquilé. Y cuyos descendientes mestizos conforman gran parte de la población colombiana actual que habita la cordillera oriental



- No-show: Cliente que no se presenta a la prestación de un servicio previamente contratado, lo que generalmente implica la pérdida del mismo.
- Recurso turístico: Todo aquello que sirve de base para la práctica de actividades turísticas.
- Resort: Complejo residencial turístico autónomo. Sinónimo(s): Complejo turístico, ciudad de vacaciones<sup>20</sup>.
- “Sello Verde: “FOMMI II de la Unión Europea, impulsa y promueve el "SELLO VERDE" el cual se otorga a las microempresas después de una evaluación de sus procesos productivos y su accionar en pro de prevenir o reducir la contaminación generada. Los criterios para la acreditación del "SELLO VERDE" también promueven la auto responsabilidad y conciencia ecológica”<sup>21</sup>
- “Spa: Establecimiento que dispone de un espacio de bienestar donde se aplican tratamientos que se realizan con agua proveniente de la red general de abastecimiento. El spa busca conseguir relax, vitalidad y salud, disponiendo de gabinete de estética y belleza. La palabra «spa» procede del nombre de la ciudad belga de Spa, y llegó al español a través del inglés, lengua en la que tiene diversos significados: fuente termal, bañera de hidromasaje, balneario, establecimiento donde se aplican tratamientos de salud y belleza. La etimología popular que atribuye esta palabra a un acrónimo de supuestas frases latinas o italianas es totalmente errónea. Legalmente, la denominación «balneario» está reservada para los establecimientos que proporcionan tratamientos médicos con agua mineromedicinal.
- Sumiller: Persona responsable específicamente de vinos y licores en un restaurante. Debe ser experto/a en la conservación, cata, maridaje y servicio de vinos.

---

<sup>20</sup> Diccionario de la Real Academia Española vigésima segunda edición. <http://www.rae.es/rae.html> recuperado en línea el 11 de Marzo del 2010.

<sup>21</sup> Iniciativa sello verde [en línea: <http://www.marn.gob.sv/cd1/Gestion/Nacional/Acciones/SELLOV.HTM>] [recuperado: 11 de marzo de 2010.]

- Temático: Establecimiento turístico o recinto cultural ambientado con un tema concreto. Dicho tema puede ser general (por ejemplo, el cine) o específico (un personaje)
- Teorometría: Rama de la econometría que se ocupa de la medición del turismo usando modelos matemáticos.
- Termalismo: Utilización de zonas con aguas mineromedicinales para el tratamiento de diversas enfermedades o con fines estéticos y de relajación, y sobre la base de una infraestructura turística.
- Tiempo compartido: Derecho de uso o disfrute de un periodo de tiempo de vacaciones cada año de una unidad de alojamiento en un complejo turístico, durante un número de años determinado o a perpetuidad. Este derecho puede adquirirse comparando títulos de un club, acciones de la sociedad propietaria o un derecho real. En este último caso, se denomina multipropiedad.
- Turismo: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.
- Turismo experimental: Conjunto de formas de hacer turismo alejadas de lo convencional, poniendo en práctica formas alternativas de visitar ciudades y lugares. En general, se trata de hacer divertidos y originales los recorridos turísticos y de paso conocer lugares nuevos, sin repetir los comportamientos tradicionales del turismo y saltándose la clasificación espacial que ha hecho la industria.
- Turismo reproductivo: El que practican turistas que, aprovechando su estancia vacacional, se someten a tratamientos de reproducción asistida, los cuales están prohibidos en sus países de origen.
- Turismo rural: Tipo de turismo que se desarrolla en el medio rural y consiste básicamente en un alojamiento no convencional, por lo general denominado casa u hotel rural, con o sin manutención, más unas actividades complementarias, que se desarrollan habitualmente en la naturaleza

(senderismo, rutas a caballo...), pero también pueden tener un contenido cultural (centros de interpretación, museos etnográficos, etc.).

- Turismo sanitario: Tipo de turismo que practican personas que, aprovechando sus estancias temporales en un país o desplazándose ex profeso, acuden a los hospitales para resolver problemas de salud.
- Turismo sostenible: Aquel que cubre las necesidades actuales de los turistas y de las regiones de acogida, protegiendo y mejorando las perspectivas de futuro. Proyecta una imagen de integración de la gestión de todos los recursos, de modo que queden cubiertas las necesidades económicas, sociales y estéticas, manteniendo al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas vivos.
- Turista: Todo visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.
- Viaje: Se considera viaje el desplazamiento fuera del entorno habitual con al menos una pernoctación, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.
- Viaje joker: Se diferencia de unas vacaciones de catálogo en que el cliente determina el destino, la categoría de alojamiento y los servicios de los que debe disponer él.
- Viajero: Toda persona que se desplaza entre dos o más países distintos o entre dos o más lugares dentro de su país de residencia habitual.”<sup>22</sup>

### **5.3 Modelo De Plan De Negocio**

“Un plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que coadyuve a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos. Así mismo el plan de negocios es un medio para concretar ideas, es una forma de poner las ideas por escrito, en blanco y negro, de una manera formal y estructurada, por lo que se convierte en una guía de la

---

<sup>22</sup> Diccionario de la Real Academia Española vigésima segunda edición. <http://www.rae.es/rae.html> recuperado en línea el 11 de Marzo del 2010.

actividad diaria del emprendedor”.<sup>23</sup> A continuación se resumirá en una tabla el plan de negocio a seguir, el cual toma elementos de tres modelos de plan de negocios, el primero es del “Fondo Emprender” del Sena, el segundo es “Bogotá Emprende” de la cámara de comercio de Bogotá, y el tercero es el propuesto por la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, de esta forma se consigue un modelo más completo y preciso.

Tabla 3

	“Fondo Emprender”	“Bogotá emprende”	“Pontificia Universidad Javeriana”
Mercadeo	Análisis del Entorno. Estrategias de Mercado. Proyección de Ventas.	Análisis de la competencia. Definición del negocio. Estrategias de Mercado	Análisis del entorno. Estrategia de mercado. Proyección de ventas
Operaciones	Plan de compra. Costos de producción. Infraestructura.	Producción y Calidad	Ficha técnica. Plan de compras. Costos. Infraestructura
Organización	Estrategia organizacional. Estructura organizacional. Costos Adm. Aspectos legales	Objetivos. Misión. Visión	Estrategia organizacional. Estructura organizacional. Aspectos legales. Costos Adm.
Finanzas	Ingresos. Egresos. Capital de Trabajo.	Plan de inversión y financiación. Política de cartera. Balance general. Flujo de caja. Punto de Equilibrio.	Ingresos. Egresos. Cuadros de Evaluación Económica
Impacto			Plan nacional y regional de desarrollo. Generación de empleo. Costos Ambiental
Innovación			Ventaja del servicio respecto a la competencia.

Fuentes: FONDO EMPREDER SENA EN LINEA  
[http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/G/guia\\_para\\_realizar\\_un\\_plan\\_de\\_mercadeo/guia\\_para\\_realizar\\_un\\_plan\\_de\\_mercadeo.asp?CodSeccion=1](http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/G/guia_para_realizar_un_plan_de_mercadeo/guia_para_realizar_un_plan_de_mercadeo.asp?CodSeccion=1) RECUPERADO EL 19 DE ABRIL 2010.  
 Guía “plan de empresa” de “Bogotá Emprende” de la Cámara de Comercio de Bogotá en línea <http://www.bogotaemprende.com/contenido/contenido.aspx?catID=626&conID=3351> recuperado el 19 de abril del 2010.  
 LINEAMIENTOS PARA TALLER DE GRADO II - Área de Emprendimiento. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativa Pontificia Universidad Javeriana. 2010.

<sup>23</sup> Rafael Alcaraz Rodríguez “El Emprendedor de Éxito” 2 edición Mc Graw Hill.

## **6. OBJETIVO GENERAL**

Formular un plan de negocio para la creación de un hotel temático con sello verde en la laguna de Tota Boyacá

## **7. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

1. Elaborar un estudio de mercados con el fin de evaluar el grado de aceptación de un hotel temático con sello verde en la Laguna de Tota Boyacá, para encontrar el mercado meta.
2. Elaborar un estudio económico y financiero para minimizar los riesgos y mejorar la factibilidad del proyecto.
3. Identificar los apoyos de personal, de entidades, y de instituciones necesarios para el desarrollo del proyecto.
4. Enumerar los trámites necesarios para la constitución e implementación del proyecto.
5. Elaborar un diseño de la posible ubicación y estructura del proyecto y la distribución de cada una de sus áreas.
6. Realizar un estudio organizacional para determinar la estructura organizacional y los organismos que apoyaran el proyecto.
7. Enumerar los requisitos para implementar el Sello Verde Ambiental en el proyecto.
8. Identificar cuantos empleos puede generar la ejecución de este proyecto.

# CAPITULO II

## **8. ESTUDIO DE MERCADO**

### **8.1 Investigación De Mercados**

#### **8.1.1 Análisis Del Sector**

“La estrategia de integración de Bogotá con la Región en el campo del turismo, interpreta la voluntad de los gobernantes de Bogotá, Boyacá, Tunja, Cundinamarca, Meta, Villavicencio, Tolima e Ibagué, para potenciar las ventajas del territorio, ofrecer oportunidades a la población de manera creativa, consultando tendencias mundiales y esfuerzos de países competidores para presentar integralmente, rutas, circuitos y productos combinados.

Es de anotar también que la vocación turística de los destinos en un territorio, está asociada con la presencia de atractivos turísticos y las opciones de participar o apreciar diversos eventos; vocación, que desde el Estado se apoya y orienta y que de acuerdo con la política nacional de turismo le apuesta a la especialización, en respuesta a las tendencias de la demanda.

La promoción de la oferta turística de atractivos y posibilidades de realizar actividades y servicios, representa opciones que los potenciales turistas tienen para recorrer y apreciar esta región. Es por tanto, el Portafolio de Productos Turísticos un instrumento práctico en la promoción de los destinos de la región. Más aun, cuando ésta ha sido construida de manera participativa, con actores de la región turística Bogotá-Región a partir de los clúster que en ella se perfilan.

Como bien lo evidenció la Asamblea Mundial del Turismo realizada en Cartagena a finales de noviembre de 2007, actualmente el turista busca nuevas experiencias, productos a la medida y servicio personalizado, para lo cual se precisa agregar valor a la cadena turística con la incorporación de nuevos destinos y territorios turísticos.”<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Bogotá, país y región. [en línea: [http://www.bogotaturismo.gov.co/bogota\\_pais\\_region/index.php](http://www.bogotaturismo.gov.co/bogota_pais_region/index.php)] recuperado el 12 de Abril de 2010.

“La inversión en vías hecha por el gobierno en el departamento de Boyacá favorece la afluencia de visitantes a la región. Según cifras suministradas por el ministro de transporte Andrés Uriel Gallego, el presupuesto previsto por el Gobierno Nacional para el proyecto vial Briceño-Tunja-Sogamoso asciende a 79.998 millones de pesos. Además agregó que para los corredores del departamento se asignaron 335.145 millones de pesos: 144.397 millones para la Transversal de Boyacá; 110.750 millones, para la Transversal del Cusiana, y 79.998 millones de pesos, para el Sisga.”<sup>25</sup> Esto señala que existe un beneficio para quienes visiten al departamento, lo que lo convierte en uno de los lugares predilectos por los viajeros, favoreciendo al sector turístico y hotelero de Boyacá.

“Recientemente Boyacá lanzó una agresiva estrategia para atraer turistas, para lo cual la cadena hotelera Decamerón invirtió alrededor de 1000 millones de pesos y fortaleció la infraestructura hotelera perteneciente a los alrededores del Lago de Tota. Sin embargo, esto no ha sido suficiente para satisfacer la creciente demanda de viajeros que se hospedan en esta región de Boyacá.”<sup>26</sup>

### **8.1.2 Análisis Del Mercado**

**Quien usa el producto:** Todas aquellas personas que deseen vivir la experiencia del turismo ecológico en la región de Tota en Boyacá, y que así mismo quieran ahondar en la cultura precolombina de la región. Igualmente personas que estén preocupadas y quieran contribuir de forma pasiva en la preservación del medio ambiente.

**Criterios de segmentación del mercado:** hombres y mujeres con poder adquisitivo que estén entre los 40 y 70 años, familias y grupos de personas que quieran disfrutar de una experiencia ecológica y cultural en medio del confort y el bienestar. Poder adquisitivo medio alto y que se encuentren en las regiones

---

<sup>25</sup> Cifras del periódico El Tiempo/ Boyacá. [ en línea: [http://www.eltiempo.com/colombia/boyaca/con-una-inversion-de-335-mil-millones-se-construiran-tres-vias-transversales-en-boyaca\\_4827538-1](http://www.eltiempo.com/colombia/boyaca/con-una-inversion-de-335-mil-millones-se-construiran-tres-vias-transversales-en-boyaca_4827538-1)] [recuperado: 8 de marzo de 2010.]

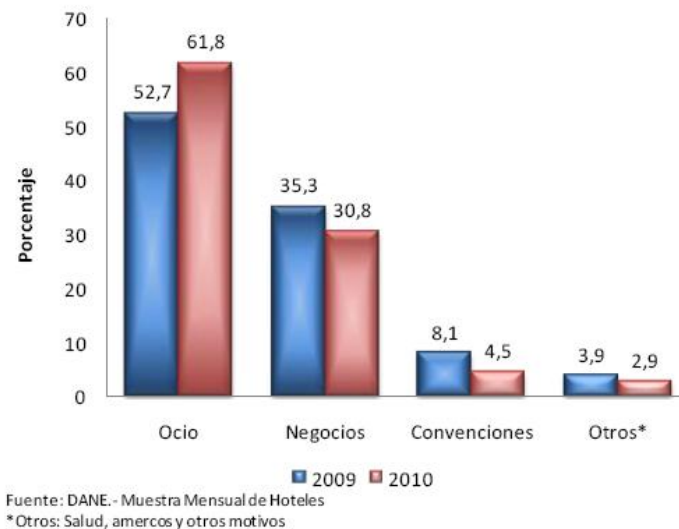
<sup>26</sup> Cifras del Diario Portafolio. [en línea: [http://www.portafolio.com.co/economia/pais/ARTICULO-WEB-NOTA\\_INTERIOR\\_PORTA-6279207.html](http://www.portafolio.com.co/economia/pais/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-6279207.html)] [recuperado; 8 de marzo de 2010]



aledañas al departamento de Boyacá como son los Santanderes, Cundinamarca, y los llanos orientales.

**Hábitos de compra de los consumidores:** según la muestra mensual de hoteles MMH del DANE, esta “indaga por los ingresos de los hoteles, las remuneraciones, el personal promedio ocupado, el porcentaje de ocupación, el motivo de viajes de los huéspedes residentes y no residentes alojados en los hoteles y las tarifas promedio por tipo de habitación. Así para enero de 2010, el principal motivo de viaje de los residentes colombianos alojados en los hoteles fue ocio, que representó 61,8% del total. Le siguen, en orden de importancia, negocios (30,8%), convenciones (4,5%) y salud (1,1%)”<sup>27</sup>

Grafica 6  
**Motivo de viaje de los huéspedes residentes en Colombia  
Enero 2010-2009**



FUENTE: Muestra Mensual Hotelera MMH Boletín de prensa 2010 en línea [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mmh/bol\\_mmh\\_ene10.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mmh/bol_mmh_ene10.pdf) recuperado el 16 de abril de 2010.

<sup>27</sup> Muestra Mensual Hotelera MMH Boletín de prensa 2010 en línea [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mmh/bol\\_mmh\\_ene10.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mmh/bol_mmh_ene10.pdf) recuperado el 16 de abril de 2010.

### 8.1.3 Análisis De La Competencia

**Número de competidores:** Los competidores directos competidores son los tres hoteles que recientemente se afiliaron a la cadena hotelera Decamerón y el hotel ecológico en proyecto que se situaría en la isla San Pedro de la Laguna de Tota. Sin embargo el departamento de Boyacá ofrece una gran variedad de sitios donde alojarse y por ende visitar toda la región; De esta manera nuestros competidores indirectos son aproximadamente 46, localizados en diferentes lugares como Tunja, Villa de Leyva, Sogamoso, Duitama, Moniquirá, Paipa, Pauna, Tibaná, y Chiquinquirá.<sup>28</sup>

**Localización:** La competencia directa encontrada en la zona de la laguna de Tota son los Hoteles de la cadena hotelera Decamerón.

- **Hotel Refugio Santa Inés:** Las instalaciones cuentan con una infraestructura de 13 habitaciones, dos cabañas con chimenea (la mitad de las habitaciones tienen vista al lago); además cuenta con restaurante para 40 personas y un bar. El hotel está ubicado en el kilómetro 30 de la vía Sogamoso - Aquitania.
- **Hotel Camino Real:** Tiene una infraestructura de 18 habitaciones, una cabaña, restaurante para 50 personas, spa, chimenea, bar, salón de eventos para 80 personas y jardines silvestres. Las instalaciones del hotel se ubican en el sector de llano de Alarcón, en el kilómetro 20 de la vía Sogamoso-Aquitania.
- **Hotel Refugio Rancho Tota:** Se destaca la arquitectura típica de Boyacá, tiene 10 habitaciones (cuatro con chimenea), bar restaurante para 60 personas, spa, chimenea-bar y muelle. Las instalaciones están ubicadas

---

<sup>28</sup> Basado en información suministrada por Cotelco capitulo Boyacá

en el sector de llano de Alarcón, en el kilómetro 21 de la vía Sogamoso-Aquitania.<sup>29</sup>

**Las campañas publicitarias y promocionales** que realiza la cadena hotelera Decamerón están dirigidas a familias y grupos de personas que desean tener una experiencia ecológica y en contacto con la naturaleza durante sus vacaciones. Estas campañas son agresivas y llegan con fuerza al segmento objetivo, a través de la utilización de imágenes que muestran una experiencia ecológica y en contacto con la naturaleza sin perder el confort que sus usuarios buscan al elegir sus paquetes turísticos. La promoción la realizan a través de agencias de viajes de todo el país, y de la publicación de pautas publicitarias en diferentes medios de comunicación, entre los que se encuentran la prensa, revistas y radio que son los utilizados con mayor frecuencia. Así mismo la página web con la que cuentan especifica con detalle cada aspecto de los hoteles con los cuales hacen presencia en la región. Está incluida una información completa que advierte al turista tanto de las actividades que puede realizar durante su experiencia vacacional como del costo de dichas actividades y en general del paquete turístico.

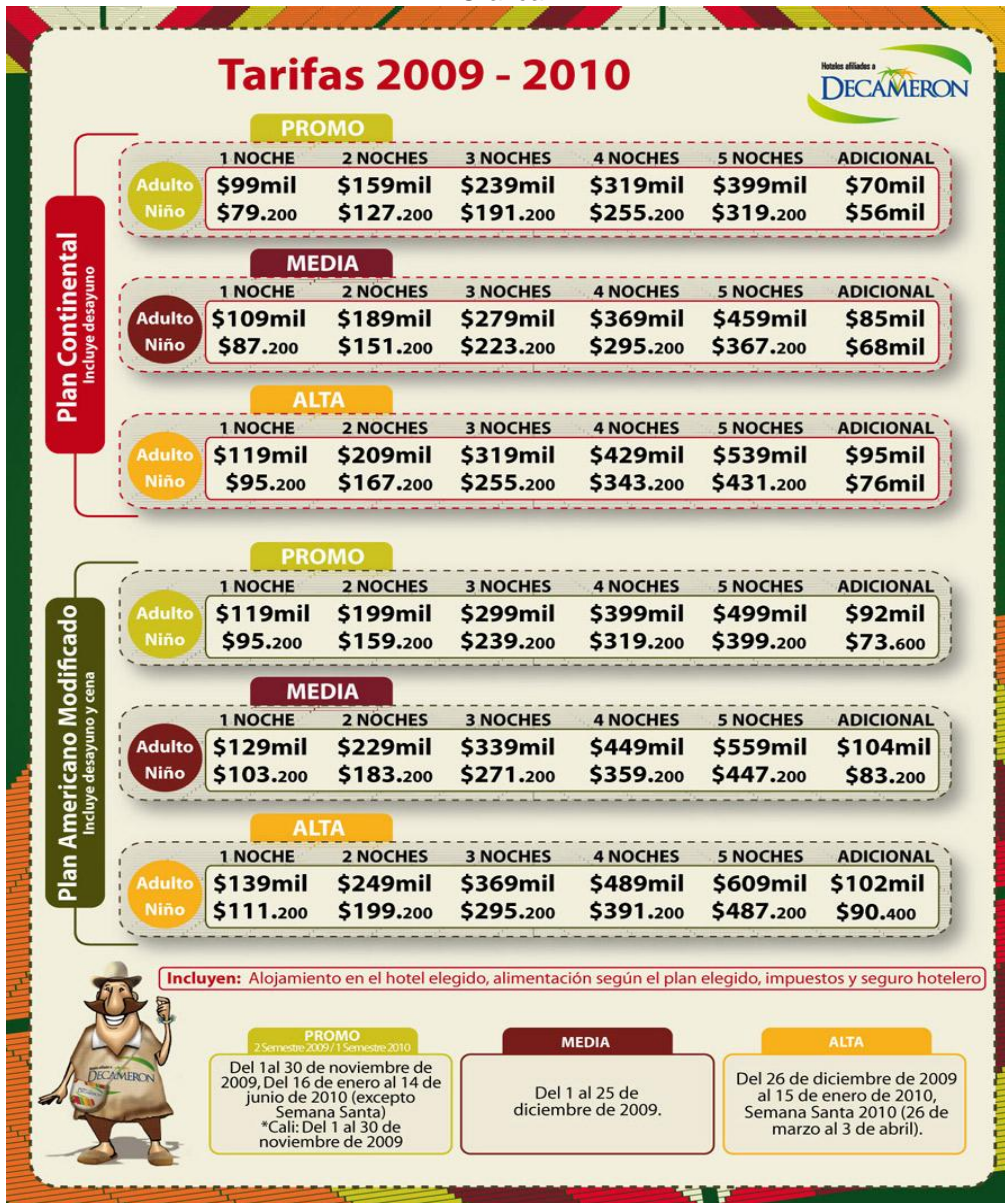
**Precios de la competencia:** Como principal competidor se tomará la cadena de Hoteles Decamerón, ya que cuentan con 3 hoteles en la región que son los más próximos competidores y son considerados como la más fuerte competencia.

---

<sup>29</sup> Tres hoteles de Boyacá se unen a la cadena Decamerón. [en línea: <http://www.terra.com.co/turismo/articulo/html/tus1280-tres-hoteles-de-boyaca-se-unen-a-la-cadena-decameron.htm>]. Recuperado el 12 de Abril de 2010



Grafica 7



FUENTE: Tres hoteles de Boyacá se unen a la cadena Decameron. [en línea: <http://www.terra.com.co/turismo/articulo/html/tus1280-tres-hoteles-de-boyaca-se-unen-a-la-cadena-decameron.htm>]. Recuperado el 12 de Abril de 2010

**Precio al que el consumidor está dispuesto a adquirir el producto:** Según estadísticas de COTELCO para diciembre del 2009 las tarifas promedio son las presentadas en el grafico. Así el consumidor se basa para tener una idea a considerar de los precios de los hoteles de cada región.

Teniendo en cuenta que la tarifa promedio en el mes de Diciembre del año inmediatamente anterior (2009), que es considerado como temporada alta, en el

departamento de Boyacá se situó alrededor de los \$230.000 y la tarifa promedio de los hoteles 5 estrellas en el país fue de \$265.821, se puede plantear que el turista no está dispuesto a pagar un precio mayor a los señalados anteriormente. Estas cifras están soportadas por Cotelco y muy seguramente son una fuente para que los turistas adquieran información de las tarifas hoteleras de los diferentes departamentos de Colombia; de esta manera, la tarifa más alta ofrecida a los huéspedes del Hotel Temático EcoTota es de \$206.060 y la tarifa más baja se sitúa alrededor de \$150.000 (ajustándolos a la inflación para el año 2013), que son tarifas que están situadas en los rangos promedio del departamento. Se considera un precio competitivo si se compara con los precios ofrecidos por la competencia, ya que si bien son sustancialmente más elevados que los ofrecidos por este competidor, se considera que los huéspedes están dispuestos a pagar un precio gradualmente más alto que equipare la experiencia y los beneficios que recibirán al visitar el Hotel Temático EcoTota.

Grafica 8

<i>Descripción</i>	<i>% Ocup dic/09</i>	<i>% ocup dic/08</i>	<i>% ocup acum 09</i>	<i>% ocup acum 08</i>	<i>Tarifa promedio dic 2009 (1)</i>	<i>Indice de empleo dic 2009(2)</i>
Antioquia	49,2	50.1	49,1	51.1	\$ 138.609	0,68
Barranquilla	36,8	40.3	47,1	56.7	\$ 124.401	0,21
Atlántico Comercial	44,4	41.3	47,6	52.9	\$ 103.755	0,53
Bogotá D.C.	47,7	47.0	59,7	64.3	\$ 249.244	0,62
Boyacá	36,8	42.2	36,3	40.6	\$ 229.906	0,69
Cafetera	27,2	36.0	41,9	43.3	\$ 141.186	0,55
Cartagena	57,0	50.5	59,4	60.7	\$ 350.123	0,97
Influencia Bogotá	54,6	49.0	48,1	49.9	\$ 175.509	0,89
Norte de Santander	40,1	80.4	49,0	58.1	\$ 115.539	0,53
Santander	45,4	43.2	48,0	52.3	\$ 159.493	0,60
San Andrés	76,6	70.7	58,2	61.4	\$ 189.495	0,87
Santa Marta	42,2	42.2	40,8	41.2	\$ 237.508	0,92
Sur Occidental	26,0	21.9	34,4	38.3	\$ 104.661	0,47
Valle del Cauca	43,0	43.5	40,4	44.6	\$ 129.991	ND
5 estrellas	50,8	50.8	57,0	60.1	\$ 265.821	0,74
4 estrellas	47,6	48.5	48,9	55.1	\$ 177.084	0,51
3 estrellas	48,4	38.7	45,9	42.9	\$ 124.822	0,78
<b>Total Muestra (3)</b>	<b>47.2</b>	<b>48.6</b>	<b>50.8</b>	<b>54.5</b>	<b>198.875</b>	<b>0.70</b>

FUENTE: Estadísticas hoteleras información preliminar mensual diciembre del 2009. COTELCO en línea: <http://www.cotelco.org/?q=node/4> recuperado el 27 de abril de 2010.

## 8.2 Estrategia De Mercados

### 8.2.1 Concepto Del Producto, Servicio O Proceso

“Los servicios son una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones ofrecidos a la venta y son básicamente intangibles ya que no tienen como resultado la obtención de la propiedad de algo”<sup>30</sup>. Se define a un Hotel como “edificio planificado y acondicionado para albergar a las personas temporalmente y que permite a los visitantes sus desplazamientos como también proveen a los huéspedes servicios adicionales como restaurantes, piscinas y guarderías. Algunos hoteles tienen servicios de conferencias y animan a grupos a

<sup>30</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong. “Fundamentos de Marketing” 8ª Edición. Pearson Prentice Hall. 2008

organizar convenciones y reuniones en su establecimiento”<sup>31</sup>. Con esto está definido un servicio básico que cumplen la mayoría de nuestros competidores, así que la diferenciación de este proyecto resulta primordial, haciéndola a través de las siguientes características: primero, ofrecer un servicio con “sello verde para lograr una ventaja competitiva que los consumidores percibirán como un valor agregado que no encuentran en otras empresas, ya que no cuentan con este instrumento de diferenciación ambiental, el cual indica que los insumos y materias primas para su funcionamiento se usan de manera sostenible, las materias primas que usa no son nocivas para el medio ambiente, sus procesos de producción involucran un uso menor de energía o hacen uso de fuentes de energía renovable (eólica, solar y similar), o ambas, recicla sus desechos, reutiliza materiales y escoge elementos biodegradables, implementa empaques reciclables, reutilizables o biodegradable y en cantidades mínimas, emplea tecnologías limpias o que generan un menor impacto relativo sobre el ambiente, indica a los consumidores la mejor forma para la disposición final de desechos”.<sup>32</sup> Este sello es importante para la estrategia del Hotel, debido a su localización en la Laguna de Tota, ya que se hace indispensable la contribución a la conservación de este importante recurso hídrico. En segundo lugar, el Hotel se diferencia por ser temático, “es decir un establecimiento turístico o recinto cultural ambientado con un tema concreto. Dicho tema puede ser general (por ejemplo, el cine) o específico (un personaje)”<sup>33</sup>. En este caso el tema es la cultura Muisca, “la cual se acento en la región del Altiplano Cundiboyacense, desde el siglo VI a. C. hasta la conquista española en el siglo XVI, y cuyos descendientes mestizos conforman gran parte de la población colombiana actual que habita la cordillera oriental”<sup>34</sup>.

---

<sup>31</sup> Diccionario de la Real Academia Española vigésima segunda edición. <http://www.rae.es/rae.html> recuperado en línea el 11 de Marzo del 2010.

<sup>32</sup> Hoteles con sello verde: unidos por el medio ambiente . [en línea: <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/colombia/noticias/1030-hoteles-con-sello-verde-unidos-por-el-medio-ambiente>] recuperado el 12 de Abril de 2010.

<sup>33</sup> Diccionario de la Real Academia Española vigésima segunda edición. <http://www.rae.es/rae.html> recuperado en línea el 11 de Marzo del 2010.

<sup>34</sup> Diccionario de la Real Academia Española vigésima segunda edición. <http://www.rae.es/rae.html> recuperado en línea el 11 de Marzo del 2010



Es así como la creación de un Hotel Temático Con Sello Verde en la Laguna de Tota maneja un concepto de servicio diferente a los ofrecidos por los demás hoteles que están en esta región, resaltando la importancia de preservar el medio ambiente y exaltando la cultura que habito este departamento. Teniendo en cuenta la definición de ventajas comparativas como aquellas “que están soportadas por los valores agregados que se le incorporan a los productos o servicios, que superan las expectativas generadas en el cliente sobre los productos o servicios inicialmente ofrecidos”<sup>35</sup> y de ventajas competitivas como aquellas “estrategias para posicionar su producto o servicio, frente a los competidores que existen en el mercado”<sup>36</sup> se plantea en la tabla 4

Tabla 4

<b>VENTAJAS COMPARATIVAS</b>	<b>VENTAJAS COMPETITIVAS</b>
Ubicación estratégica del Hotel	Modernas instalaciones
Servicio especializado	Atención personalizada
El Hotel es un refugio Turístico y ecológico para el descanso.	Habitaciones confortables y climatizadas, bar, juegos, recreación dirigida, deportes extremos, caminatas, Etc.
Tour a lugares turísticos e históricos dirigido	Procesos responsables con el ambiente
Planes integrales de turismo y recreación	Hotel con sello verde ambiental, cuya función principal es el aprovechamiento de los recursos naturales renovables sin afectar el entorno ambiental.
Descuentos promocionales	Hotel arraigado a la cultura muisca representativa del departamento de Boyacá.

FUENTE: Autores del Trabajo

<sup>35</sup> Manual para la creación de empresas, Guía de planes de negocios. Carlos Julio Galindo Ruíz. ECOE EDICIONES. 1ª Edición 2005 Pág. 18

<sup>36</sup> Manual para la creación de empresas, Guía de planes de negocios. Carlos Julio Galindo Ruíz. ECOE EDICIONES. 1ª Edición 2005 Pág. 19

### 8.2.1.1 Ubicación Hotel Temático Con Sello Verde En Tota

Igualmente la ubicación del Hotel será estratégica para su promoción, debido a que se encontrara en un terreno entre los Hoteles Camino Real y refugio Rancho Tota propiedad de la cadena hotelera Decamerón, en el sector con más afluencia de turistas y en el que se encuentran los más importantes Hoteles de la región.

Grafica 9



FUENTE: Hoteles Decamerón. Folleto informativo.

### 8.2.2 Estrategias De Distribución Y/O Aplicación

Debido a la flexibilidad requerida para construir nuevos canales que permitan la distribución de productos nuevos y por ende llegar a nuevos mercados se hace necesaria una estrategia de distribución fundamentada en un mayor grado de integración vertical directa. Esto implica que existe una cooperación entre los

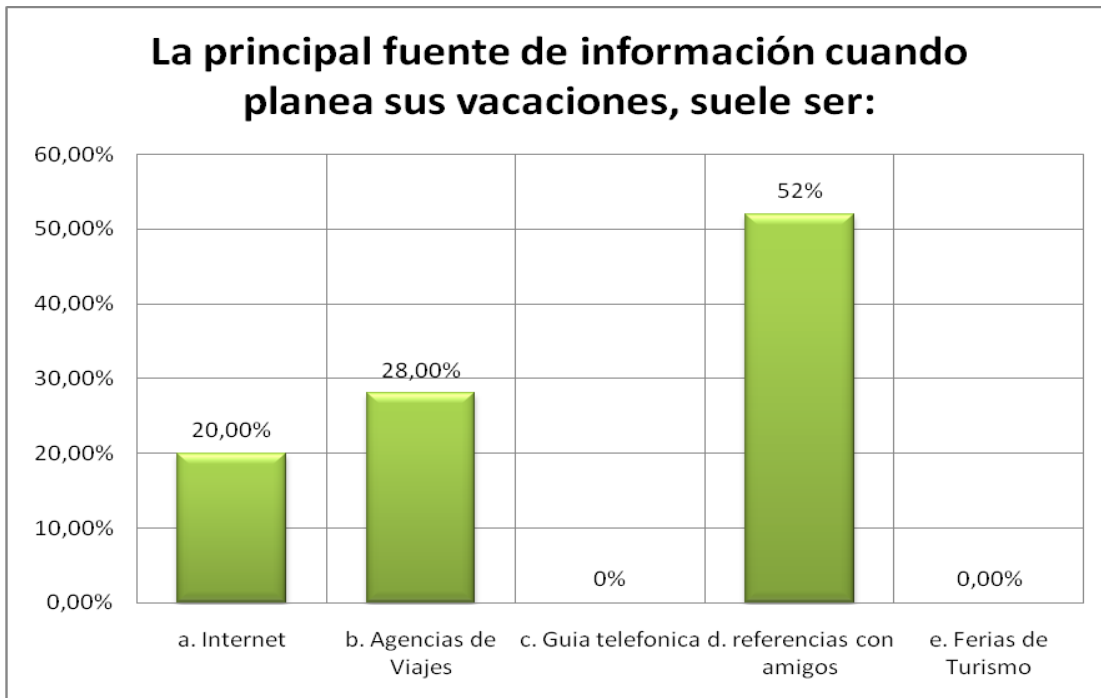
miembros del canal de distribución que facilitara la penetración al mercado del Hotel Temático Con Sello Verde En La Laguna De Tota Boyacá, ya que se podrán entablar alianzas con dichos miembros del canal para fortalecer las promociones comerciales pertinentes para lanzar al mercado este nuevo producto. Dichas promociones comerciales incluyen por nombrar algunos: descuentos por temporadas, beneficios en el pago con tarjeta de crédito o efectivo, descuentos por cantidad de huéspedes, entre otros.<sup>37</sup>

Para que el servicio llegue al consumidor final se utilizaran alianzas con empresas del sector hotelero y turístico de Colombia, como lo son Cotelco, Aviatur, Anato, y Acoltes con el fin de obtener una distribución del servicio exitosa que permita a los clientes acceder de forma efectiva al servicio proporcionado por el Hotel Temático Con Sello Verde En La Laguna De Tota Boyacá. Las alianzas estarán basadas esencialmente en una política de descuentos por parte de las empresas mencionadas hacia los clientes, así mismo la oportunidad de que el Hotel entre a formar parte del portafolio de productos ofrecido en cada una de estas organizaciones. La estrategia de establecer alianzas con agencias de viajes representa favorabilidad ya que los resultados arrojados de la investigación de mercados realizada muestran que un 28% de los encuestados acude a estos establecimientos para planear sus vacaciones. (Ver gráfica 10).

---

<sup>37</sup> Basado en John Mullins, Orville Walker, Harper Boyd, Jean-Claude Larréché."Administración de Marketing" 5<sup>a</sup> edición. McGrawHill. 2007. Pag 238

Grafica 10



FUENTE: Autores del Trabajo

Es importante que estas alianzas se realicen, ya que facilitarían la transmisión de la información referente al Hotel y por lo tanto la distribución de los paquetes turísticos ofrecidos llegara eficientemente al segmento objetivo.

### 8.2.3 Estrategias De Precio

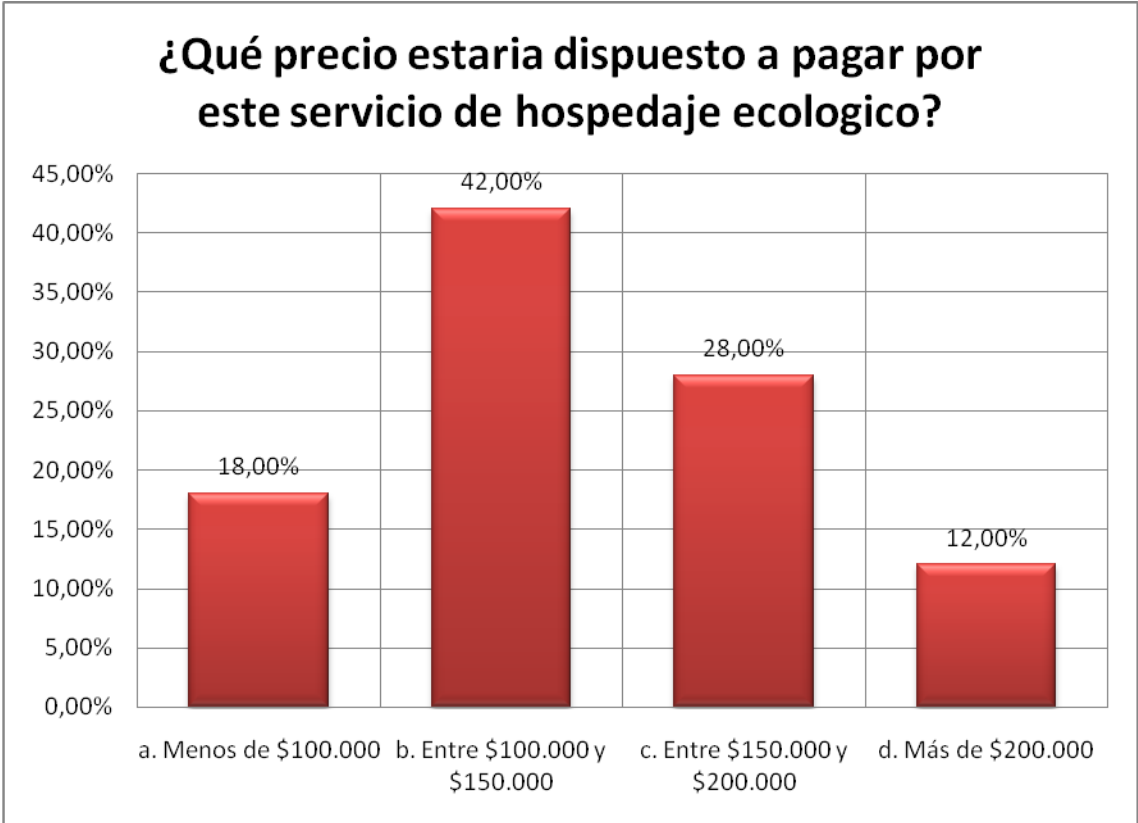
“¿Qué es el precio? En el sentido más estricto es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”<sup>38</sup>. Para la realización del plan de negocios para crear un Hotel Temático Con Sello Verde En La Laguna De Tota, se plantea una estrategia para fijar los precios basada en el valor agregado percibido por el cliente, la cual vincula “características y servicios de valor agregado a las ofertas para diferenciarlas y apoyar así precios más altos, en vez de recortar precios para igualar los de la competencia”<sup>39</sup>.

<sup>38</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong. “Fundamentals of Marketing” 8<sup>a</sup> edition. Pearson Prentice Hall. 2008. Pág. 263

<sup>39</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong. “Fundamentals of Marketing” 8<sup>a</sup> edition. Pearson Prentice Hall. 2008. Pág 265-266.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos de la investigación de mercados, se observa que los huéspedes están dispuestos a pagar entre \$100.000 y \$150.000 pesos colombianos (ver gráfica 11), en temporada alta y complementando con los datos suministrados por Cotelco (ver gráfica 8), se concluye que se puede fijar un precio por encima de la competencia ya que la diferenciación existente así lo permite. Teniendo en cuenta las percepciones que tienen los encuestados, se podría fijar un precio tentativo ajustado a la inflación, teniendo en cuenta que el hotel iniciara su operación en el 2013, de \$206.060 para habitaciones Junior Suit, para habitaciones dobles \$185.454 y para habitaciones sencillas un precio de \$149.394.

Gráfica 11



FUENTE: Autores del Trabajo

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos de la investigación de mercados realizada se encontró que un 42% de los encuestados están dispuestos a pagar un servicio de hospedaje en un hotel ecológico dentro de un rango entre \$100.000 y \$150.000. Un 28%, que no es un porcentaje del todo bajo, está dispuesto a

pagar entre \$150.000 y \$200.000. Sin embargo estas cifras no se consideraron ajustadas al año 2013, que es el año en el que el Hotel empezara su funcionamiento, por lo tanto los precios tentativos señalados anteriormente se encuentran dentro del rango aceptado por los encuestados.

Analizando estos resultados con las cifras señaladas en la Grafica 8 expuesta anteriormente, y tomando específicamente los datos correspondientes al departamento de Boyacá, se observa que la tarifa promedio de \$229.906 que es estadística de Cotelco no se encuentra dentro del rango al que está dispuesto a pagar el turista por un hospedaje en un hotel temático. Tan solo un 12% estaría dispuesto a pagar una tarifa mayor a \$200.000. Esta situación podría explicar la baja ocupación registrada con relación a departamentos como Antioquia, Barranquilla, San Andrés y Santanderes en los que la ocupación fue mayor y la tarifa promedio mucho menor en comparación con Boyacá. Si bien el precio ofrecido en el Hotel Temático supera las tarifas promedio de otros departamentos (como los mencionados anteriormente), la relación costo-beneficio que ofrece es superior a los hoteles convencionales que suelen frecuentar los turistas

#### **8.2.4 Estrategias De Comunicación**

“La mezcla de promoción o de comunicación de marketing consiste en la combinación de las herramientas específicas de:

- Publicidad: cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.
- Promoción de ventas: incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio.
- Relaciones públicas: crear buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía mediante la obtención de publicidad favorable, la creación de una buena imagen corporativa y el manejo o bloqueo de rumores, anécdotas o sucesos desfavorables.
- Ventas personales: presentación personal que realiza la fuerza de ventas de la compañía para efectuar una venta y forjar relaciones con los clientes.

- Marketing directo: comunicación directa con consumidores individuales seleccionados cuidadosamente para obtener una respuesta inmediata y crear relaciones duraderas con ellos, mediante el uso de teléfono, correo, fax, correo electrónico, internet y de otras herramientas para comunicarse directamente con consumidores específicos”<sup>40</sup>.

“Comunicaciones integradas de marketing (CIM): concepto según el cual una compañía integra y coordina cuidadosamente sus múltiples canales de comunicación para entregar un mensaje claro, congruente, y convincente acerca de la organización y sus productos”<sup>41</sup>.

Grafica 12



FUENTE: Philip Kotler, Gary Armstrong. “Fundamentals of Marketing” 8<sup>a</sup> edición. Pearson Prentice Hall. 2008. Pág 369

Teniendo en cuenta los resultados de la investigación de mercados, se concluye que la comunicación más exitosa es el voz a voz, con un 52% (ver grafica 10), pero conociendo las dificultades de este proceso, es indispensable que en un primer momento se tenga ayuda de agencias de viajes para promocionar el lugar, y así posteriormente los usuarios satisfechos comuniquen su experiencia a otros.

<sup>40</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong. “Fundamentals of Marketing” 8<sup>a</sup> edición. Pearson Prentice Hall. 2008. Pág 363

<sup>41</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong. “Fundamentals of Marketing” 8<sup>a</sup> edición. Pearson Prentice Hall. 2008. Pág 367

Es así como la estrategia a utilizar es la estrategia de empuje, que se define como la “estrategia de promoción que requiere del uso de la fuerza de ventas y de la promoción comercial para empujar el producto a través de los canales de distribución”<sup>42</sup>. Los canales de distribución son las agencias de viajes que permitirán el fácil acceso de nuestros consumidores a la comunicación promocional que se ofrece con este Hotel Temático Con Sello Verde En La Laguna De Boyacá.

### **8.2.5 Estrategias De Servicio**

La industria hotelera se caracteriza por ser un negocio netamente de servicios, así que el planteamiento de una estrategia de servicio no es un adjunto a su producto físico sino la razón de ser fundamental del sector.

Para plantear una estrategia de servicio se deben tener en cuenta no solo a las personas que se hospedarán en el hotel, sino también a todos aquellos stakeholders que conforman la cadena de valor de la empresa. Se tomaran en cuenta dos aspectos interesantes al momento de plantear esta estrategia de servicio:

- “Cadena servicio-utilidades: Factor que vincula las utilidades de una compañía de servicio con la satisfacción de sus empleados y de los clientes. Esta comprende 5 eslabones: calidad interna del servicio, empleados, mayor valor del servicio, clientes satisfechos y leales, y utilidades y crecimiento saludables.”<sup>43</sup>

Esta cadena servicio-utilidades resulta esencial para la formulación de la estrategia de servicio, ya que si se logra la satisfacción tanto de los clientes externos como internos se obtendrá como consecuencia una alta rentabilidad y por ende utilidades favorables para el Hotel. La calidad interna del servicio, en el caso del Hotel Temático Con Sello Verde En La Laguna De Tota Boyacá está relacionada directamente con la satisfacción de los empleados que allí trabajan, ya

---

<sup>42</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong. “Fundamentals of Marketing” 8<sup>a</sup> edition. Pearson Prentice Hall. 2008. Pág 369

<sup>43</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong. “Fundamentals of Marketing” 8<sup>a</sup> edition. Pearson Prentice Hall. 2008



que dicha satisfacción se verá reflejada en la eficiente atención que tengan estos con los clientes, creando así un mayor valor del servicio y consecuentemente logrando satisfacción de los clientes que se traduce en un incremento en las utilidades y un crecimiento de la compañía.

- “Marketing interactivo: Es el marketing realizado por una compañía de servicios que reconoce que la calidad percibida del servicio dependerá en gran medida de la calidad de la interacción comprador-vendedor. Diferenciación del servicio, calidad del servicio y la productividad del servicio”<sup>44</sup>.

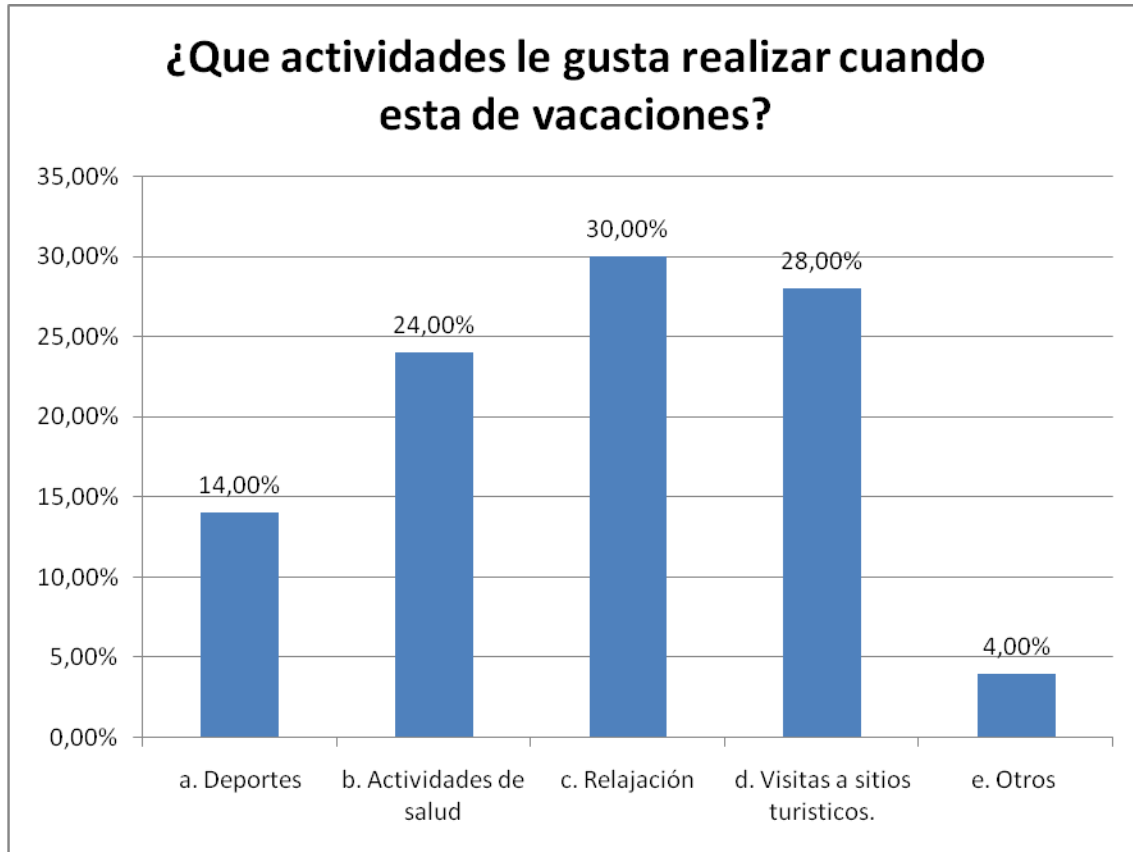
El Marketing Interactivo del Hotel Temático Con Sello Verde En La Laguna De Tota Boyacá tendrá un enfoque diferenciador en la medida que fomentara que la relación comprador-vendedor este sustentada concretamente en la satisfacción del cliente al obtener el servicio y en la satisfacción del vendedor al ofrecer el servicio, evitando así que la calidad del servicio disminuya por el inconformismo que pueda tener el vendedor con la empresa. De esta manera será provechosa la venta del servicio para estas dos partes interesadas.

De acuerdo a la investigación de mercados realizada se obtuvo que un 30% de los encuestados están interesados en realizar actividades de relajación en sus vacaciones (ver gráfica 13), seguido muy de cerca por visitas a sitios turísticos con un 28% ,por lo que una diferenciación en el servicio podría ser la oferta de paquetes turísticos a diferentes municipios y lugares turísticos del departamento de Boyacá, que le permitan al cliente percibir un servicio diferente al ofrecido por los hoteles de la competencia.

---

<sup>44</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong. “Fundamentals of Marketing” 8ª edition. Pearson Prentice Hall. 2008

Gráfica 13



FUENTE: Autores del Trabajo

### 8.2.6 Presupuesto De La Mezcla De Mercadeo

“La mezcla de mercadeo es lo que ofrece la empresa al mercado objetivo o la forma en que la empresa cumple con la propuesta de valor. Esta mezcla es la manifestación tangible de la propuesta de valor. Es el producto o servicio, precio, promoción y distribución que acompañan al producto o servicio que ofrece la empresa. La mezcla de mercadeo debe ser consistente con el posicionamiento de la empresa y debe apoyar la propuesta de valor”

Partiendo de esta definición, se hace necesaria una explicación de cada componente del Marketing Mix, aplicada al Hotel Temático Con Sello Verde En La Laguna De Tota Boyacá:

**Servicio:** El Hotel Temático Con Sello Verde En La Laguna De Tota Boyacá prestara un servicio que cumplirá con los requisitos establecidos por las normas

internacionales de calidad, entablado de esta manera una relación Gana-Gana con el cliente ya que la empresa se beneficiara con las utilidades que le generan las ventas de este servicio y el cliente a través de la satisfacción de sus necesidades.

**Precio:** Debido a que el producto es nuevo en el mercado, la fijación del precio está basada en que tan dispuesto esta a pagar por este servicio el consumidor. Es así como teniendo en cuenta el resultado de la investigación de mercados (ver grafica 11) se establece un precio de temporada alta de \$160.000 y de \$140.000 en temporada baja.

**Promoción y Publicidad:** En el caso del Hotel Temático Con Sello Verde En La Laguna De Tota Boyacá, la publicidad y promoción a realizar se puede clasificar así:

- Visual: que comprende las imágenes que se van a relacionar con el establecimiento, en este caso imágenes que inviten al descanso, al confort, al turismo cultural y al cuidado del medio ambiente.
- Auditiva: pautando publicidad en la radio, es decir en las emisoras de mayor audiencia en Colombia, que promuevan el servicio ofrecido por este Hotel Temático Con Sello Verde En La Laguna De Tota Boyacá e incentiven el turismo hacia la región. Igualmente los comentarios voz a voz que hagan los usuarios del servicio serán determinantes para influir en potenciales clientes.
- Escrita: publicar en los principales periódicos de Colombia pautas haciendo referencia al servicio ofrecido por el Hotel Temático Con Sello Verde, que permitan atraer mayores visitantes. Así mismo catálogos y folletos que serán suministrados por las agencias de viajes con las que se tendrán alianzas. Se establecerá igualmente una página web, en la que se podrán hacer las reservas y hacer un abono de dinero.

**Distribución y comercialización del producto o servicio:** La distribución del servicio se realizara a través de agencias de viajes en las que se podrán adquirir

los paquetes turísticos ofrecidos por el hotel. Igualmente se podrán adquirir estos paquetes turísticos en las propias instalaciones del hotel.

Tabla 5

<b>PRESUPUESTO MEZCLA DE MERCADEO</b>	
<b>PUBLICIDAD Y PROMOCION</b>	
<b>AUDITIVA</b>	
Pauta en Radio	\$ 3.519.000
Voz a Voz	\$ -
<b>TOTAL AUDITIVA</b>	\$ 3.519.000
<b>ESCRITA</b>	
Pauta en un periódico	\$ 600.000
Catálogos	\$ 1.800.000
<b>TOTAL ESCRITA</b>	\$ 2.400.000
<b>TOTAL PUBLICIDAD</b>	\$ 5.919.000
<b>DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</b>	
Agencia de Viajes	\$ -
<b>TOTAL DISTRIBUCION</b>	\$ -
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	\$ 5.919.000

FUENTE: Autores del Trabajo Ver anexo 15.10 Cotización

### 8.2.7 Estrategias De Aprovisionamiento

La estrategia de aprovisionamiento referente al servicio de Restaurante se fundamentara en una alianza estratégica con el restaurante La Fonda Totense propiedad del señor Luis Ángel Pardo, quien prestara su servicio de alimentación independiente del servicio de hospedaje que prestara el Hotel Temático Con Sello Verde, pero conservando el vínculo y la cultura organizacional que enmarcara e identificara al Hotel. Esto con el fin de crear un alto sentido de pertenencia y responsabilidad que no desvincule el restaurante del hotel, es decir, se arrendara el restaurante al señor Luis Ángel Pardo propietario del restaurante La Fonda Totense que se encuentra ubicado en Playa Blanca, a tan solo 12 kilómetros del terreno en donde se encontrara el Hotel, desplazándose por la vía perimetral del la

Laguna de Tota y él será el responsable de la calidad de la alimentación y del menú ofrecido, pero supervisado por la dirección del Hotel Temático. Esta estrategia favorece la etapa inicial y de creación del Hotel, ya que ahorrara costos y permitirá que un especialista en el sector alimenticio sea quien maneje esta área y le aporte la pericia de tan exigente campo. El señor Pardo recibirá el 40% del total de las utilidades del restaurante y el 60% será destinado al Hotel.

En cuanto a la mano de obra, serán contratados para servicios generales personas nativas de la región con el fin de exaltar la cultura Boyacense, ahorrar costos, ya que en su mayoría los empleados tendrán fácil movilidad desde su lugar de residencia al hotel, aunque algunos se hospedaran allí para brindar un mejor servicio a los huéspedes.

Como se realizaran tours por los alrededores de la Laguna De Tota, se contara con busetas suministradas por los distribuidores contactados a través de las alianzas mencionadas anteriormente, para facilitar el transporte de los turistas hacia los diferentes lugares a visitar y de esta manera evitar contratiempos causados por el desconocimiento de las rutas que cobijaran estos paquetes turísticos.

Según lo mencionado anteriormente, se utilizara un canal de distribución convencional “que consiste en uno o más productores, mayoristas y detallistas independientes, cada uno de los cuales es una compañía individual que trata de maximizar sus utilidades, incluso a expensas de las utilidades del sistema en su totalidad.”<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong. “Marketing version Para Latinoamerica” 11<sup>a</sup> edition. Pearson Prentice Hall. 2007

### 8.2.8 Estrategias Claras De Penetración.

Como se trata de un establecimiento de servicio nuevo, se deben plantear unas cuidadosas estrategias de penetración basadas en los resultados obtenidos en la investigación de mercados realizada.

Para empezar, se define a una estrategia de penetración como aquella que se encarga de “incrementar la participación en mercados existentes con los mismos productos. La forma de lograrlo es atrayendo a los clientes actuales o potenciales de empresas competidoras. Esto es poner la fuerza de ventas a buscar los clientes de la competencia a través de todos los mecanismos posibles. En estos casos los potenciales clientes no deberán realizar nuevos desembolsos, sino cambiar el destino de su desembolso actual.”<sup>46</sup> Teniendo en cuenta esta definición se realizarán las siguientes estrategias de penetración:

1. Teniendo en cuenta la investigación de mercados realizada, a pesar que de los entrevistados el 76% tiene algún conocimiento de la Laguna de Tota en Boyacá (ver grafica 14), bien sea su ubicación, su importancia hídrica o la particular playa que allí se encuentra y se conoce comúnmente como Playa Blanca tan solo un 30% de los encuestados la ha visitado (ver grafica 15). Por esta razón, es importante que una estrategia de penetración este focalizada a la promoción de este lugar, no solo para que lo conozcan sino para que lo visiten y vivan una experiencia inolvidable. Así mismo, por los resultados obtenidos de la investigación de mercados, las personas que visitan el departamento de Boyacá suelen recorrer y preferir otros lugares para sus vacaciones, como lo son Paipa, y Villa de Leyva, que tienen mayor tradición y trayectoria turística en el departamento. Del mismo modo perciben que las vías de acceso a la Laguna no son las adecuadas (ver grafica 16), lo que por ende podría estar influyendo en la preferencia por otros destinos en Boyacá, donde las carreteras están en un mejor estado.

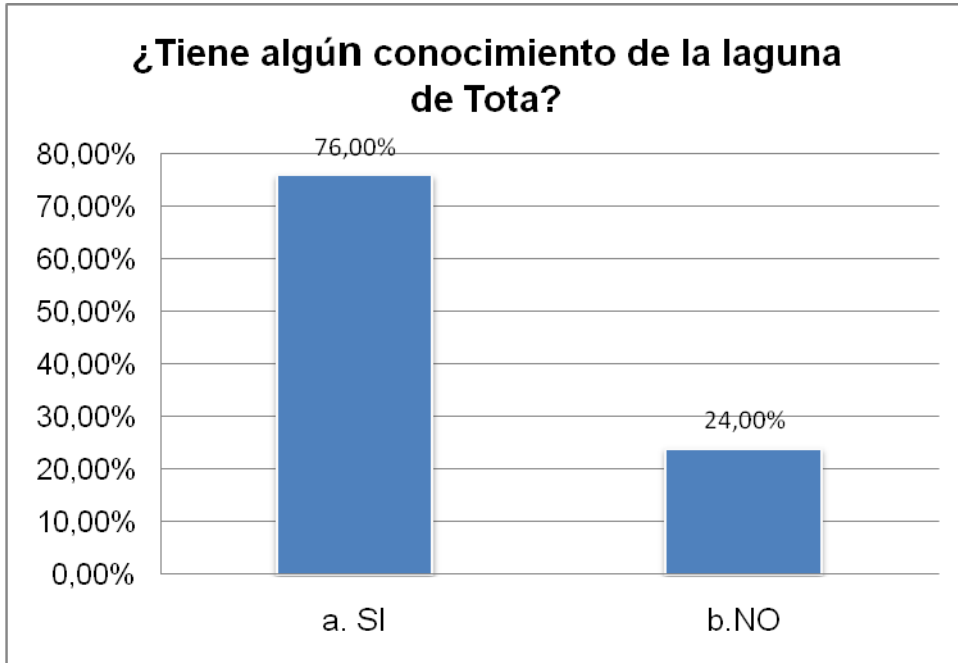
---

<sup>46</sup> ESTRATEGIAS. [En línea

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:UHjKlz8bxY4J:www.elmedicoauditor.com.ar/WEBEMAMARKETING4ESTRATEGIAS.doc+estrategia+de+penetracion&cd=3&hl=es&ct=clnk> [recuperado el 13 de Mayo de 2010]

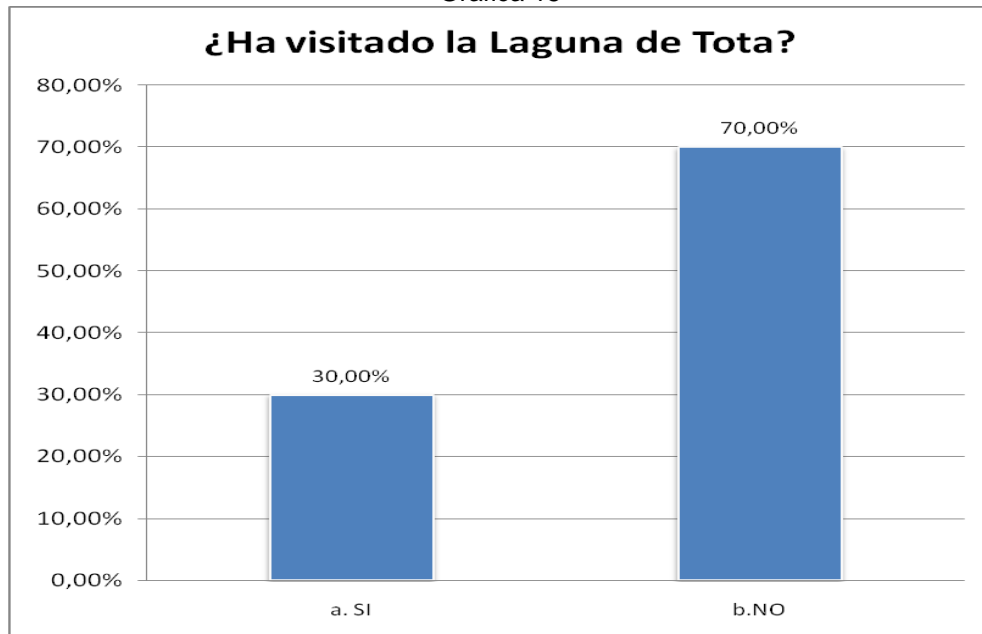
Para hacer frente a esta situación, la promoción de los destinos estará fuertemente ligada a una completa información de las vías de acceso al lugar.

Grafica 14



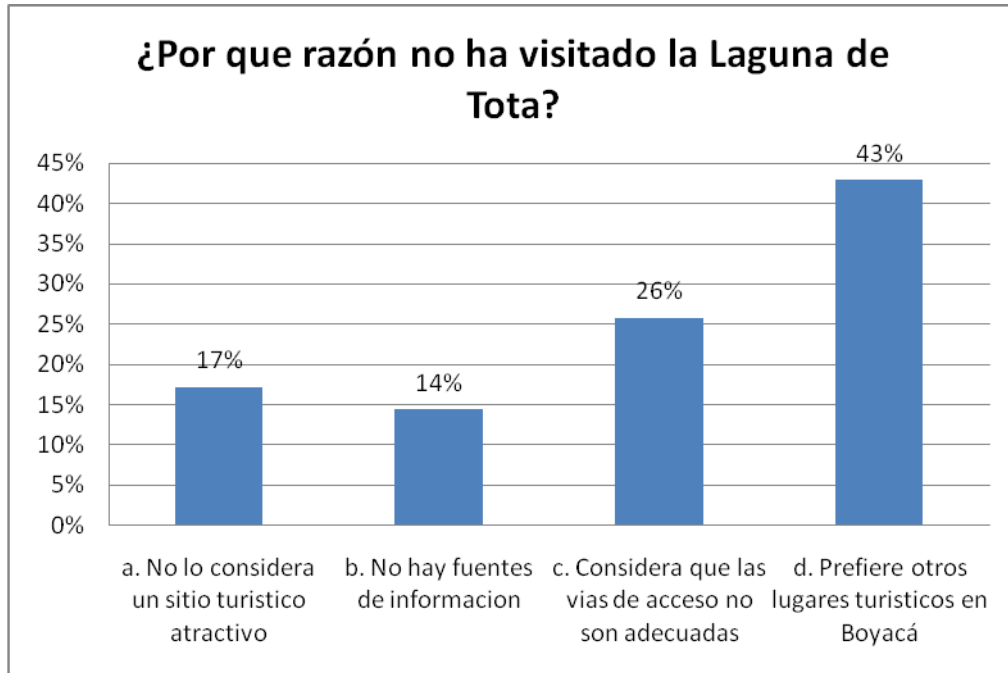
FUENTE: Autores del Trabajo

Grafica 15



FUENTE: Autores del Trabajo

Grafica 16

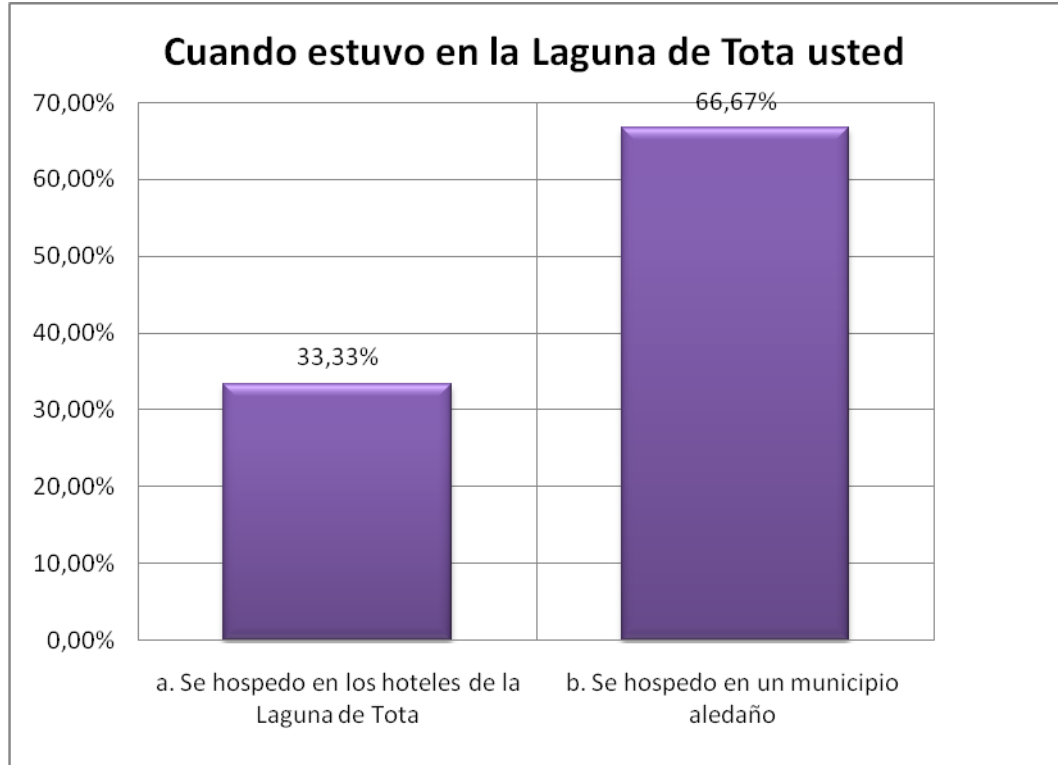


FUENTE: Autores del Trabajo

2. Los turistas que visitan la Laguna de Tota en Boyacá, no suelen hospedarse en hoteles que se encuentran en cercanías a la Laguna, tan solo un 33,33% lo hizo cuando visito este sitio turístico (ver grafica 17). En contraste, suelen hospedarse en lugares aledaños y tan solo visitar la Laguna de Tota para pasar solamente un día, y regresar al lugar en el que se están hospedando, que usualmente no esta tan lejos de esta zona. Una de las razones para visitar esta Laguna, que es sin duda la más importante, son las referencias por terceros (ver grafica 18) que motivan y recomiendan este lugar como destino turístico para conocer. Esto permite afirmar la importancia que tiene el Voz a Voz en la difusión de un buen o mal servicio, en este caso hotelero, por lo que otra de las estrategias de penetración estará dirigida a fidelizar a los huéspedes y a cumplir de lleno sus expectativas en la visita, para que dicha satisfacción se vea traducida en un mayor número de turistas interesados en vivir también esta experiencia.

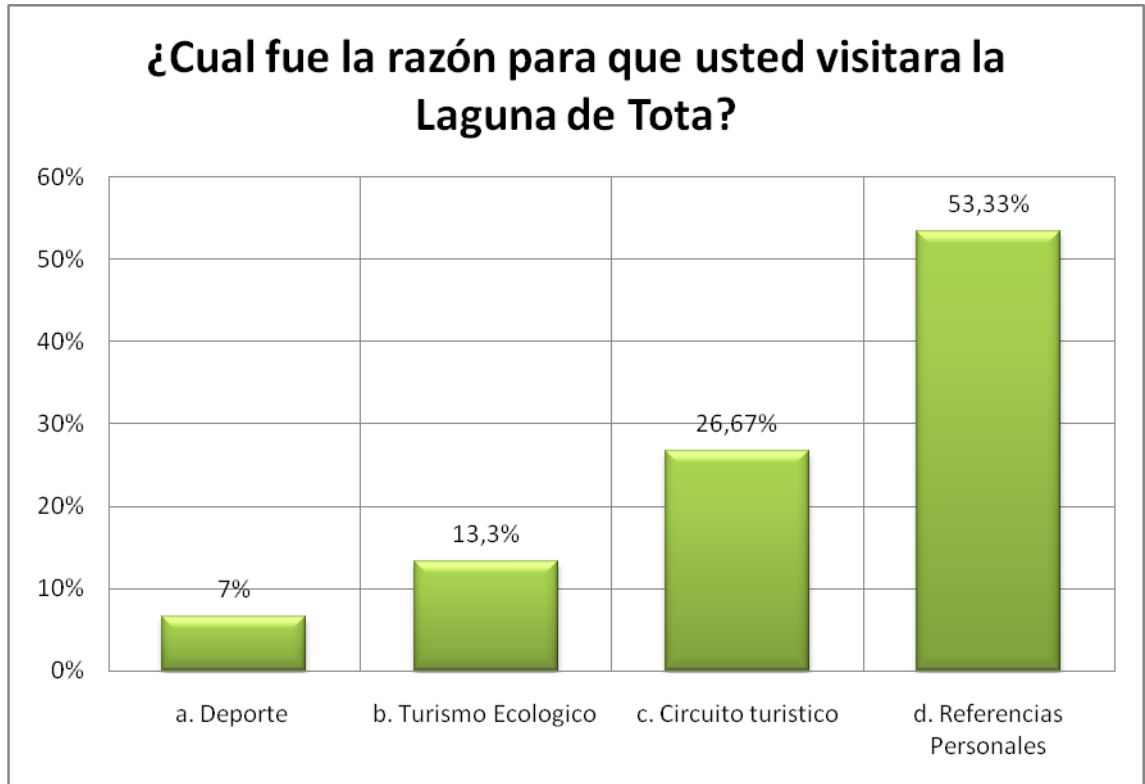


Grafica 17



FUENTE: Autores del Trabajo

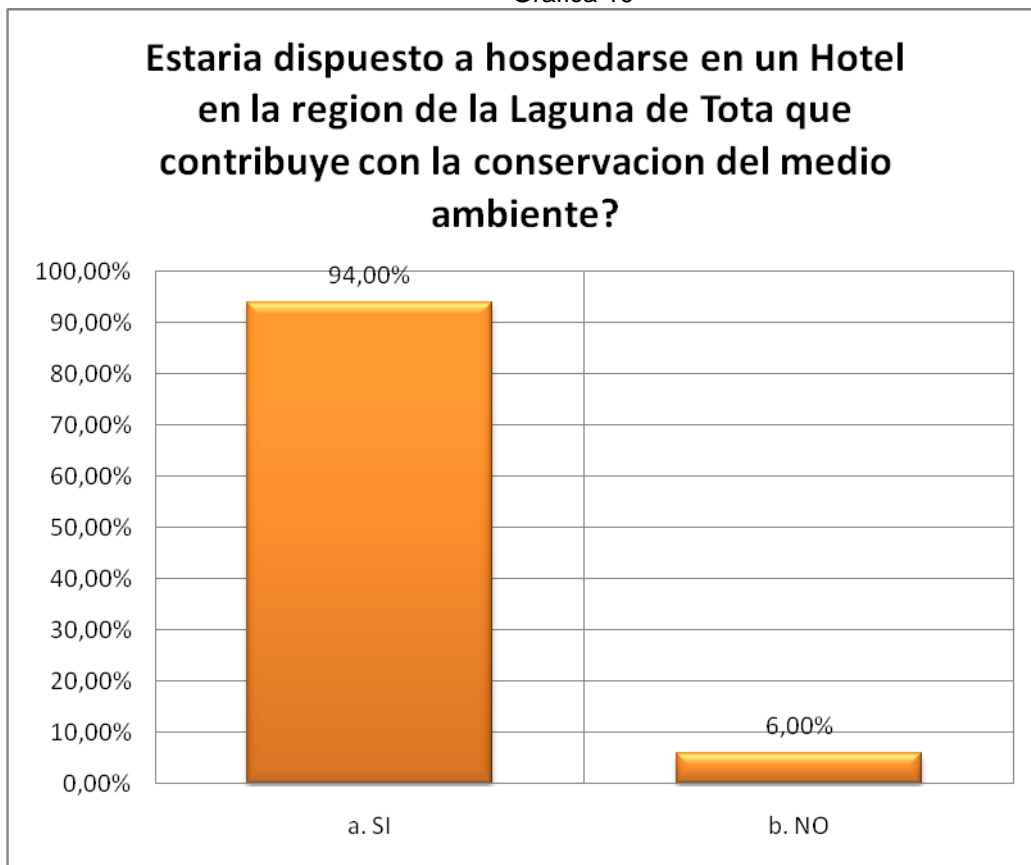
Grafica 18



FUENTE: Autores del Trabajo

3. Hacer publicidad acerca de la certificación de sello verde que tendrá el Hotel Temático, esto con el fin de aprovechar las tendencias de cuidado del medio ambiente presentes en la actualidad. Esto podrá generar un impacto positivo en los consumidores, que será traducido en preferencia por el servicio que se va a ofrecer allí. La cuota de mercado se podrá incrementar en la medida que se genere más conciencia por el cuidado del medio ambiente. Esto está respaldado con los resultados obtenidos de la investigación de mercados, que señalan un elevado interés por conocer un hotel con sello verde (ver grafica 19).

Grafica 19



FUENTE: Autores del Trabajo

4. El aumento de la tasa de penetración consiste en que los clientes actuales tengan una mayor frecuencia de consumo, es decir que el interés turístico que pueda despertar la creación de este hotel temático haga que los turistas visiten con mayor regularidad la región de Tota y empiecen a crear

una nueva cultura de turismo en Boyacá, que no solamente se limite a los 2 o 3 lugares más populares del departamento, sino que encuentren nuevas y diferentes alternativas para pasar sus vacaciones y su tiempo de descanso.

### 8.3 Proyección De Ventas

#### 8.3.1 Proyecciones

Tabla 6

#### PROYECCIÓN OCUPACIÓN DEL HOTEL POR MESES (Promedio Históricos)

(Con Base en los datos históricos de Cotelco <http://www.cotelco.org/?q=node/4>)

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
% Ocupación	41%	47%	29%	30%	32%	28%
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
% Ocupación	41%	41%	37%	44%	34%	37%

FUENTE: Autores del trabajo

Tabla 7

Mes	No. Habitaciones		FDS x Mes	Hab. Ocup. Mes	Demanda por Tipo de Habitación		
	Hab. Prome.	Dias E/Sem			Junior Suite	Doble	Sencilla
Enero	4	5	4	99	20	30	49
Febrero	5	1	4	37	7	11	19
Marzo	3	1	5	26	5	8	13
Abril	3	5	4	72	14	22	36
Mayo	3	2	4	39	8	12	19
Junio	3	2	5	37	7	11	18
Julio	4	5	4	99	20	30	50
Agosto	4	2	4	49	10	15	24
Septiembre	4	2	5	47	9	14	24
Octubre	4	2	4	53	11	16	27
Noviembre	3	3	4	55	11	16	27
Diciembre	4	5	5	92	18	28	46
<b>Totales</b>				<b>704</b>	<b>141</b>	<b>211</b>	<b>352</b>

FUENTE: Autores del trabajo

Tabla 8

<b>Precio Hab.</b>					
<b>\$</b>	<b>206.060</b>	<b>\$</b>	<b>185.454</b>	<b>\$</b>	<b>149.394</b>
<b>Ingresos Esperados por Tipo de Habitación</b>					
	<b>Junior</b>	<b>Doble</b>	<b>Sencilla</b>		
\$	4.065.156	\$	5.487.960	\$	7.368.095
\$	1.533.088	\$	2.069.669	\$	2.778.722
\$	1.064.507	\$	1.437.084	\$	1.929.419
\$	2.967.267	\$	4.005.810	\$	5.378.171
\$	1.587.488	\$	2.143.109	\$	2.877.322
\$	1.510.833	\$	2.039.625	\$	2.738.386
\$	4.084.937	\$	5.514.665	\$	7.403.949
\$	2.017.741	\$	2.723.951	\$	3.657.156
\$	1.955.511	\$	2.639.940	\$	3.544.364
\$	2.190.832	\$	2.957.623	\$	3.970.883
\$	2.255.123	\$	3.044.416	\$	4.087.410
\$	3.791.508	\$	5.118.535	\$	6.872.108
<b>Subtotal</b>	<b>29.023.991</b>	<b>39.182.388</b>	<b>52.605.984</b>		
<b>Ingresos Año</b>	<b>120.812.364</b>				

FUENTE: Autores del trabajo

Teniendo en cuenta el porcentaje de ocupación de cada uno de los meses del año según cifras de Cotelco, se consideran los meses de Enero, Febrero, Julio, Agosto y Octubre como aquellos en donde la ocupación es más alta y hay una mayor demanda hotelera. Si se tiene en cuenta que 10 habitaciones son el 100% de la ocupación, el número de habitaciones promedio en cada mes se obtiene tomando como base el porcentaje de ocupación por cada mes; de esta forma vemos que los meses que mas habitaciones tienen ocupadas son Enero, Julio y Diciembre con 99,99 y 92 respectivamente. No obstante el mes que menor ocupación registra es el mes de Marzo con tan solo 26 habitaciones vendidas en el mes, cifra que constata el porcentaje de ocupación de ese mes suministrado por Cotelco que es tan solo del 29%. Los días entre semana en los que se tendrá ocupación varían también con relación a los meses; es así como mientras que en Diciembre, Enero y Julio los días entre semana que serán ocupados son 5, en meses como Febrero y Marzo tan solo es de un día, si se toma como referente que a mediados de febrero ya ha terminado la temporada de vacaciones. Similar sucede con los fines de semana por mes señalados; dependen del número de días de cada mes y por

esta razón varían. Según el número total de habitaciones Junior Suites, Dobles y Sencillas, se tiene como resultado que la habitación sencilla es la más demandada, seguida por la habitación doble y Junior Suit. Estas cifras resultan de la ponderación asignada a cada tipo de habitación (20% Junior Suit, 30% Doble y 50% Sencilla), de acuerdo a los resultados de la investigación de mercados y al número de habitaciones con las contara inicialmente el Hotel: 2 junior Suit, 3 Dobles y 5 sencillas. Esto igualmente se ve traducido en los ingresos esperados por tipo de habitación, teniendo un total de \$120.812.364 al ano, discriminados de la siguiente forma: Junior \$29.023.991, Doble \$39.182.388 y Sencilla \$52.605.984.

### 8.3.2 Política de Cartera

No habrá política de cartera, ya que es un servicio que se paga en el momento en el que se legaliza el Check-out.

## 9. ESTUDIO TECNICO

### 9.1 Operación

#### 9.1.1 Ficha Técnica del Producto o Servicio

- POSICION GEOGRAFICA: El hotel se encontrara ubicado a orillas de la Laguna de Tota en el sector de Llano de Alarcón, kilometro 21 en la vía Sogamoso-Aquitania, en el departamento de Boyacá, a 3 horas 30 minutos de la ciudad de Bogotá.
- ALOJAMIENTO: El Hotel contara con 10 habitaciones las cuales se encuentran clasificadas así:

Tabla 9

TIPO DE HABITACION	NUMERO DE HABITACIONES
Júnior Suite	2
Dobles	3
Sencillas	5

FUENTE: Autores del Trabajo

Todas las habitaciones tendrán mini bar el cual consiste en una nevera surtida de snacks e implementos de higiene personal, todo esto inventariado. El hotel le ofrecerá a sus clientes (huéspedes) Internet inalámbrico en todas las áreas del Hotel, servicio de fax las 24 horas del día y la posibilidad de acceder a cajillas de seguridad para que guarden sus objetos de valor, la cual es suministrada sin ningún costo. El hotel prestara el servicio de lavandería para los huéspedes que así lo requieran. Servicio ordinario de lavandería: Recibo: 9:00 a.m. Entrega: 6:00 p.m. día siguiente. Servicio extra de lavandería: Recibo: 9:00 a.m. Entrega: 6:00 p.m. Mismo día. Servicio de Planchado: A partir de: 7:00 a.m. hasta las 6:00 p.m.

- **INSTALACIONES:** Zona de juegos infantiles. Zona de descanso. Zona para fogatas o asados. El área del lote calculada para ampliaciones o zonas comunes futuras para el hotel es de 6.000 mts<sup>2</sup>. El área construida es de 1.740 mts<sup>2</sup>
- **RESTAURANTE:** El restaurante del hotel abrirá sus puertas en el siguiente horario: Mañana: 7:00 a.m. – 9:30 a.m. Tarde: 12:00 m. – 2:00 p.m. Noche: 7:00 p.m. – 9:30 p.m. Domingos y festivos: Jornada Continua 7:00 a.m. – 9:00 p.m. Room Service: el Hotel contara con servicio de Room Service para los huéspedes y únicamente durante los horarios de atención del restaurante. El Restaurante ofrece a sus huéspedes y clientes particulares una variada carta de comida nacional e internacional con vista a la laguna de Tota. Hay que destacar que el restaurante estará a cargo del señor Luis Ángel pardo, pero que se registrá por las mencionadas condiciones.
- **OTRAS FACILIDADES:** Facilidades para minusválidos, parking cubierto, reserva de excursiones y actividades deportivas,

### **9.1.2 Estado de Desarrollo**

Actualmente se está desarrollando tan solo el plan de negocios para estudiar a fondo la posibilidad que al largo plazo se pueda hacer realidad la elaboración del Hotel temático con Sello Verde en la Laguna de Tota Boyacá.

La elaboración de este proyecto tiene una proyección a largo plazo, empezando su funcionamiento en el año 2013 y alcanzando sostenibilidad y crecimiento en los próximos año de funcionamiento. Para alcanzar esta meta se cuenta con el apoyo y soporte de las diferentes entidades de turismo como Cotelco división Boyacá, CorpoBoyacá, Secretaria de industria y turismo de Boyacá, entre otros organismos de apoyo que contribuirán a la promoción y consolidación de este Hotel en el sector de la hotelería y turismo boyacense. Igualmente se tiene proyectada realizar una ampliación de las zonas comunes y de las zonas de habitaciones teniendo en cuenta el crecimiento de la demanda que resulte después de los 4 o 5 años de funcionamiento con el fin de poder ofrecer la experiencia turística, ecológica y temática a un mayor número de visitantes. Aunque el hotel se encuentra en una fase inicial, se espera alcanzar un posicionamiento en el sector turístico boyacense que permita competir con grandes cadenas hoteleras como Estelar y Decamerón, y ofrecerle a los turistas una experiencia autentica de Boyacá y particularmente de la riqueza hídrica del lago de Tota. Se cuenta con la asesoría de expertos tanto en el tema turístico de la región de Tota como en aspectos de cuidado ambiental y mejoramiento de procesos, con lo que se asegurará la innovación, calidad y diferenciación en estas características.

### 9.1.3 Descripción del Proceso

Tabla 10

PROCEDIMIENTOS	PROCESOS	ACTIVIDADES
<b>PR .01 Gestión de la Infraestructura</b>	<b>Mantenimiento de la Infraestructura</b>	Definir el mantenimiento de los elementos que lo requieren
		Planificar la realización de las actividades de mantenimiento definidas
		Realizar las operaciones de mantenimiento y/o gestionar la contratación de empresas externas que lo realizan.
		Registrar la realización de las operaciones de mantenimiento.
<b>PR. 02 RRHH y formación</b>	<b>RRHH</b>	Determinar las necesidades de formación.
		Definir y comunicar las funciones, responsabilidades, autoridades y competencia necesaria para cada puesto de trabajo definido en el organigrama.
		Determinar las actividades de formación necesarias para satisfacer las necesidades de competencia. Planificar y registrar la formación aportada.
		Evaluar la eficacia de la formación aportada.
		Crear y conservar los expedientes de las actividades formativas.
<b>PR.03 Servicios no conformes</b>	<b>Gestión de Servicios no conformes</b>	Identificar aquellos servicios que no satisficieron en gran parte o en su totalidad al huésped. Registrar esta inconformidad y comunicar su existencia.
		Aportar soluciones a las quejas y reclamos presentadas por los huéspedes y usuarios. Determinar si se deben iniciar acciones correctivas para que no vuelva a suceder la situación presentada.
<b>PR.04 Compras y subcontrataciones</b>	<b>Compras y subcontrataciones</b>	Determinar las necesidades de compra de los insumos requeridos por el hotel, contactar con proveedores, negociar condiciones, y comprar o contratar.
		Seleccionar a los proveedores y evaluar la capacidad de los proveedores para cumplir los requisitos de compra especificados.



		<p>Comunicar al proveedor los requisitos de la empresa asociados al producto (alimentos, bebidas, elementos de aseo, etc.) o servicio solicitado (cocina, personal logístico, etc.)</p> <p>Definir los controles de calidad a realizar con los productos recibidos de proveedores (verificación del producto comprado). Efectuar los controles y registrar sus resultados.</p>
	<b>Gestión del Hotel</b>	<p>Preparar los insumos requeridos por los departamentos de cocina, ama de llaves y recepción.</p> <p>Controlar la entrada y salida de alimentos e insumos de aseo y manutención.</p> <p>Mantener el orden definido en el hotel. Realizar actividades de mantenimiento de las señalizaciones y otros elementos de la infraestructura del hotel.</p> <p>Realizar inventarios y revisiones sistemáticas de los alimentos, bebidas e insumos de aseo y manutención para identificar productos del inventario obsoletos o en malas condiciones.</p>
<b>PR. 05 Gestión de solicitudes y realización de ofertas</b>	<b>Registro y revisión de requisitos</b>	<p>Atender las solicitudes de los clientes.</p>
		<p>Registrar los requisitos y sugerencias de los clientes.</p>
	<b>Realización de ofertas</b>	<p>Elaborar ofertas, promociones. Y paquetes turísticos. Efectuar una revisión antes de ser enviadas a las agencias de viajes y por supuesto al cliente.</p>
	<b>Seguimiento de ofertas realizadas.</b>	<p>Realizar un seguimiento de las ofertas, promociones y paquetes turísticos realizados.</p>
<p>Transmitir aquellas ofertas, promociones y paquetes turísticos aceptados al gerente encargado de la planificación.</p>		
<b>PR. 06 Planificación y Logística</b>	<b>Planificación y logística</b>	<p>Hacer que aquellas ofertas, promociones y paquetes turísticos aceptados se establezcan dentro de la planificación.</p>
		<p>Planificar dinámicamente la asignación de RRHH y tiempo a</p>

		<p>cada servicio de atención al huésped, de forma que se respeten los requisitos de la oferta.</p> <p>Comunicar a compras las necesidades de compra de insumos de aseo y manutención al igual que de alimentos y bebidas.</p> <p>Aportar las especificaciones necesarias para ejecutar los servicios de acuerdo con los requisitos del huésped.</p> <p>Recoger y analizar los registros e información generada en las actividades de control del servicio.</p>
<b>PR. 07 Gestión de la documentación</b>	<b>Gestión de la documentación</b>	Identificar documentos y aplicar los controles necesarios (sello de entrada de documentos externos, codificación, archivo, etc.)
		Crear, revisar y aprobar documentos.
		Identificar los documentos obsoletos, evitando que sean utilizados por error.
		Eliminar los registros y facturas que hayan cumplido su ciclo de vida. (de acuerdo con el tiempo de retención definido)
		Actualizar antivirus y sistema de protección de datos informáticos. Efectuar los controles a los datos de carácter personal.
		Hacer copias de seguridad de la información digital y aquellos datos importantes para la administración del hotel.
<b>PR. 08 Infraestructura y Servicio</b>	<b>Ejecución de la infraestructura y servicio</b>	Efectuar los controles de calidad definidos para la infraestructura del hotel, tanto en sus áreas exteriores y de recreación como en las habitaciones, salones sociales y restaurantes.
		Ejecutar el servicio de acuerdo con las instrucciones y especificaciones aportadas.
		Efectuar los controles de calidad especificados del material que hace parte de los insumos requeridos para prestar el servicio ofrecido por el hotel.
	<b>Control y seguimiento</b>	Registrar los resultados de la

	<b>del servicio</b>	<p>evolución del servicio y entregar los registros de ocupación en el hotel mensualmente.</p> <p>Registrar las horas de trabajo de los empleados del hotel (meseros, recepcionistas, amas de llaves, cocineros, botones, etc.) y los gastos generados dentro del mismo.</p> <p>Evaluar el nivel de satisfacción del huésped al finalizar su estadía en el hotel.</p>
<b>PR.09 Auditorias</b>	<b>Auditorias</b>	<p>Planificar y efectuar auditorías internas del sistema de gestión de la calidad que respecta a la implementación del sello verde ambiental.</p> <p>Iniciar correcciones y acciones correctivas cuando sea posible y viable, en relación al sello verde ambiental con el que contara el hotel.</p>
<b>PR. 10 Mejora continua</b>	<b>Mejora continua</b>	<p>Definir y mantener actualizada la política de calidad, basada esencialmente en la realización de procesos que no afecten al medio ambiente, sino al contrario contribuyan con su preservación.</p> <p>Recoger y tratar datos sobre la eficacia de los procesos con sello verde que se están llevando a cabo, a través de indicadores y gráficos que la sustenten</p> <p>Coordinar el ciclo de mejora continua basado en el establecimiento de objetivos. Organizar y planificar reuniones regulares.</p>
<b>PR. 11 Evaluación de proveedores</b>	<b>Evaluación de proveedores</b>	<p>Revisar las condiciones ofrecidas por los proveedores y compararlas para verificar que lo pactado corresponde con el promedio de la oferta.</p> <p>Actualizar regularmente los datos sobre el nivel de competencia de los proveedores que tienen importancia para la calidad del servicio ofrecido (proveedores de alimentos, artículos de aseo)</p> <p>En caso de la existencia de alguna falencia por parte de los</p>

		proveedores, contactarlos y solicitar acciones correctivas y mejoras.
<b>PR. 12 Satisfacción del cliente</b>	<b>Satisfacción del cliente</b>	Efectuar las actividades de captura de datos sobre la satisfacción del cliente
		Calculo de indicadores sobre el nivel de satisfacción del cliente.
	<b>Atención al cliente</b>	Registrar las quejas y sugerencias de los huéspedes y transmitirlos a los responsables definidos.
		Atender al cliente, proporcionar información de diversa índole.
<b>PR. 13 Planificación y control de demanda</b>	<b>Ocupación habitación por</b>	Determinar y revisar si los datos proyectados de ocupación por habitación están acordes con la ocupación real en el hotel.
		Verificar si es necesario realizar un ajuste, bien sea para ampliar o reducir la oferta del hotel.

FUENTE: Autores del Trabajo

### 9.1.3 Necesidades y Requerimientos

- Equipos de oficina, muebles y computadores utilizados en el área administrativa del Hotel.

Tabla 11

Descripción	Cantidad
Sillas	4,00
Escritorios	2,00
Archivador	3,00
Teléfonos	4,00
Computadores	3,00
Impresora Multifunción	3,00
Fax	1,00
Artículos de oficina y papelería	

FUENTE: Autores del Trabajo

- Muebles y enseres utilizados en las zonas comunes y de entretenimiento

Tabla 12

Descripción	Cantidad
Asador en ladrillo	1,00
Billar pool	1,00
Canecas de basura	11,00
Extintores	6,00
Inodoros	7,00
Juego de cricket	1,00
Juego de niños	1,00
Juego de rana	1,00
Juego de tejo	2,00
Juegos de mesa	10,00
Lavamanos	7,00
Mesa	3,00
Mesa de ping-pon	1,00
Mesas exteriores	4,00
Sauna	1,00
Sillas	12,00
Sillas exteriores	16,00
Sofás	3,00
Televisores	3,00
Turco	1,00
Utensilios para asador	1,00

FUENTE: Autores del Trabajo

### 9.1.4 Requerimientos de materia prima servicio de alojamiento

Tabla 13

Descripción	Cantidad
Armario	5,00
Cama doble	5,00
Cama sencilla	5,00
Cajilla de seguridad	8,00
Canecas de basura	12,00
Duchas	10,00
Escritorio	2,00
Inodoro	10,00
Lavamanos	12,00
Lavadora	2,00
Mini neveras	10,00
Nocheros	15,00
Secadora	1,00
Sillas	8,00
Sofás	1,00
Televisor	10,00
Tinas	2,00
Tocador	10,00

FUENTE: Autores del Trabajo

Tabla 14

Descripción	Und. Medida	Cantidad por unidad
Juego de Cama	UND.	1,00
Juego de Toallas	UND.	2,00
Jabón Tocador	UND.	4,00
Crema Dental	UND.	2,00
Shampoo-Rinse	UND.	2,00
Gorro y pantuflas	UND.	2,00
Ambientador	C.C.	30,00
Jabón para aseo	C.C.	30,00
Cera	C.C.	80,00

FUENTE: Autores del Trabajo

Tabla 15

Mini Bar		Cantidad
Bebidas	Sabajón	1,00
	Aguardiente	1,00
	Cerveza Nacional	6,00
	Cerveza Importada	6,00
	Vodka	1,00
	Whisky	1,00
	Gaseosa en lata	6,00
	Gatorade	2,00
	Agua en botella	3,00
Comida	Alimentos en paquete	Varios
Confitería	Melcochas	Varios
	Abas tostadas	Varios
	Dulces de feijoa	Varios
	Chocolatinas	Varios
	Bombones	Varios
	Ponqués	Varios
Otros	Aspirinas	Varios
	Condomes	Varios
	Sal de frutas	Varios
	Curas	Varios
	Algodón	Varios

FUENTE: Autores del Trabajo

### 9.1.5 Plan de Servucción

El plan de Servucción se realiza con el objetivo de establecer “la organización de los elementos físicos y humanos necesarios para la prestación del servicio”, teniendo en cuenta el número de clientes a atender.

Así el Hotel temático con Sello Verde cuenta con 10 habitaciones, en las cuales se basa el cálculo del nivel de ocupación, establecido de la siguiente forma: capacidad para atender un total de 450 personas mensuales como resultado de la multiplicación de la capacidad de las habitaciones (15) por el número de días del mes (30).

La ocupación de los primeros meses de funcionamiento de la empresa, es mínima, pues se encuentra en la introducción, así que sustancialmente empieza a darse a conocer, atraer y retener a los clientes.

Siguiendo los lineamientos del plan de Servucción, a continuación se especifican los siguientes aspectos:

Lote: Lote vacío, de 6.000 mts<sup>2</sup>, ya que se calcularon las ampliaciones o zonas futuras para el hotel; el lote se encuentra ubicado en zona campestre de la laguna de Tota, especialmente cerca de las principales atracciones turísticas y recreativas del departamento de Boyacá.

Áreas construidas: A pesar de la extensión del lote, Hotel temático con Sello Verde necesita únicamente 1.740 mts<sup>2</sup> (Ver grafica 20) en áreas construidas para iniciar la prestación de los servicios según el Ingeniero Juan Carlos Guevara Zuluaga, voluntario que se encargara en especificar las áreas requeridas en la construcción, teniendo en cuenta el concepto bajo el cual trabajará el hotel, y los requisitos básicos que debe cumplir infraestructura.

La adecuación del Hotel temático con Sello Verde, busca transmitir al cliente un sentimiento de sostenibilidad y modernidad, por medio del diseño y distribución de las áreas del lugar. Se pretende, en este sentido, crear una impresión positiva en el cliente, recalcando la cultura de la región.

Personal: El Hotel temático con Sello Verde cuenta con 9 personas, y para lo cual es muy importante el aspecto físico del personal, debido a que ellos son la cara de la organización frente a los clientes; es por esto, que todos tendrán uniformes especialmente diseñados para el óptimo desempeño de sus labores.

Proveedores:

- Mobiliario: IMPRODEMA LTDA; Cr 94 # 68-50 Bogotá; Tel: 4304840
- Tecnología: ELECTROMODERNO; Cra. 11 # 15-80; SOGAMOSO; Tel: 7720561. ALTA TECNOLOGÍA; Cra 23<sup>a</sup> # 2B-36 Sogamoso; 7701047.



- Alimentos y víveres: SUPERMERCADO ECONOMAX; Cra. 5ª # 5A-80 Sogamoso; Tel: 777308
- Artículos de aseo: CLEAN HOME; Cr 5A # 4-04 Sogamoso; Tel: 7723185
- Elementos de oficina: COMERCIALIZADORA UNIVERSAL; Cra. 8 # 22-40 Sogamoso; Tel: 7728163
- Uniformes: MANUFACTURAS EL INDUSTRIAL Cr 10 # 12-66; Sogamoso; 7704939.

## 9.2 Plan De Compras

### 9.2.1 Consumos por Unidad de Producto

Tabla 16

<b>COSTO ARTÍCULOS DE ASEO HABITACIÓN</b>				
<b>ARTÍCULO</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Jabón Tocado	UND.	2	\$ 800	\$ 1.600
Crema Dental	UND.	2	\$ 1.000	\$ 2.000
Shampoo-Rinse	UND.	2	\$ 800	\$ 1.600
Gorro baño	UND.	2	\$ 400	\$ 800
Ambientador –repuesto	UND.	1	\$ 2.500	\$ 2.500
<b>Costo Total Requerimientos Productos de Aseo Personal por Habitación</b>		<b>9</b>		<b>\$ 8.500</b>
<b>Costo Total Requerimiento Productos de Aseo Personal Mensual (Promedio)</b>				<b>\$498.85</b>
<b>Costo Total Requerimiento Artículos de Aseo por Habitación Anual (Estimado)</b>				<b>\$5.986.210</b>

FUENTE: Autores del trabajo

Tabla 17

<b>COSTO DE MINI BAR</b>				
<b>ARTÍCULO</b>		<b>Cantid ad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Bebidas	Sabajón	1	\$ 10.000	\$ 10.000
	Cerveza Nacional	2	\$ 2.000	\$ 4.000
	Cerveza Importada	2	\$ 4.000	\$ 8.000
	Gaseosa en lata	2	\$ 1.500	\$ 3.000
	Gatorade	2	\$ 2.000	\$ 4.000
	Agua en botella	2	\$ 1.000	\$ 2.000
Comida	Alimentos en paquete	4	\$ 2.000	\$ 8.000
Confitería	Melcochas	4	\$ 500	\$ 2.000
	Abas tostadas	1	\$ 1.000	\$ 1.000
	Dulces de feijoa	2	\$ 1.000	\$ 2.000
	Chocolatinas	2	\$ 1.000	\$ 2.000
	Bombones	3	\$ 700	\$ 2.100
Otros	Aspirinas	4	\$ 300	\$ 1.200
	Sal de frutas	2	\$ 800	\$ 1.600
	Curas	2	\$ 800	\$ 1.600
	Algodón	3	\$ 500	\$ 1.500
<b>Total Costos Mini Bar por Habitación (Junior Suite, Doble y Sencilla)</b>				<b>\$ 54.000</b>
<b>Total Costo Mensual Mantenimiento MiniBar (Promedio Mensual)</b>		<b>59</b>		<b>\$ 3.169.170</b>

FUENTE: Autores del trabajo

Tabla 18

<b>COSTO DE SERVICIOS PÚBLICOS</b>				
<b>Servicio</b>	<b>Cantidad Consumida Promedio / H.</b>	<b>Costo Prom.</b>	<b>Costo Hab.</b>	<b>Total Hab/Mes</b>
Acueducto (m3)	2	\$ 1.211,00	\$ 2.422	
Energía (KWh)	10	\$ 671,00	\$ 6.710	
Gas (m3)	2	\$ 80,00	\$ 160	
			\$ 9.292	\$ 545.332

FUENTE: Autores del trabajo

<b>TOTAL COSTOS VARIABLES POR MES \$</b>	<b>4.213.353</b>
--	------------------

### 9.3 Costos De Producción

#### 9.3.1 Costos fijos de producción

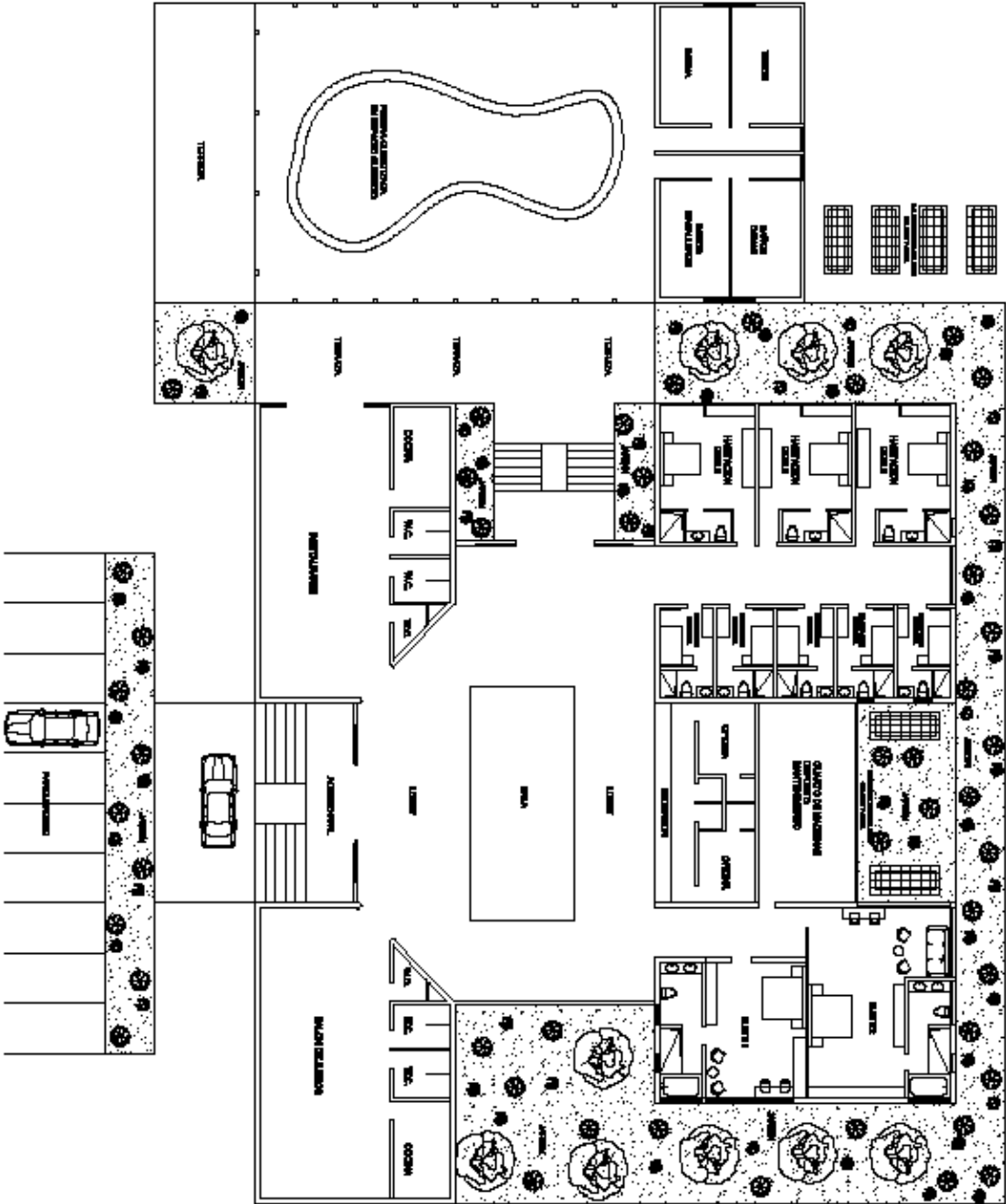
Tabla 19

<b>COSTOS FIJOS. HOTEL TEMATICO ECOTOTA</b>	<b>ESTIMADO MES</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Gastos Jardinería	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Seguro para huéspedes	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000
<b>Salario Personal</b>		
Mano de obra sector habitaciones(x2)	\$ 1.095.920	\$ 13.151.040
Mano de obra directa bar(x2)	\$ 876.280	\$ 10.515.360
Mano de obra administrativa (secretaria)	\$ 1.350.330	\$ 16.203.960
Conserje(x1)	\$ 532.000	\$ 6.384.000
Recepcionistas (x2)	\$ 2.517.120	\$ 30.205.440
Botones(x2)	\$ 1.520.000	\$ 18.240.000
<b>Total Gastos de Personal</b>	<b>\$ 7.891.650</b>	<b>\$ 94.699.800</b>
<b>Servicios Públicos</b>		
Acueducto	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Energía	\$ 90.000	\$ 1.080.000
Comunicaciones (Teléfono, Correo, otros)	\$ 50.000	\$ 600.000
Gas	\$ 20.000	\$ 240.000
Televisión por Cable	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
<b>Total Servicios Públicos</b>	<b>\$ 1.560.000</b>	<b>\$ 18.720.000</b>
<b>TOTAL COSTOS FIJOS DE OPERACIÓN HOTEL</b>	<b>\$ 10.551.650</b>	<b>\$ 116.619.800</b>

FUENTE: Autores del trabajo

9.4 Infraestructura

Grafica 20



La norma técnica NTSH 08 “por la cual se rige los alojamientos rurales, requisitos de planta y servicio tiene como objeto definir las características de calidad y los requisitos de planta y servicios para los establecimientos de alojamiento rural”<sup>47</sup>. La cual ha sido la guía para el diseño del Hotel Temático con Sello Verde cumpliendo los requisitos resumidos en la tabla 29

Tabla 20

<b>REQUISITOS DE PLANTA</b>
<b>1.1 Planta del establecimiento</b>
<b>1.1.1 Edificación</b>
a) la entrada principal y una habitación son accesibles para personas con discapacidad
b) Cuenta con iluminación exterior e interior
c) tiene señalización arquitectónica y de seguridad
d) cuenta con planta de emergencia que garantice el servicio de energía en las aéreas publicas y de acceso al establecimiento de alojamiento
e) cuenta con un programa y registro de control de plagas
f) el mobiliario está dispuesto de forma armoniosa, guardando una unidad de estilo decorativo acorde con las características arquitectónicas de la edificación
g) las redes de servicios sanitarios, están ocultas en las paredes o pisos
h) las redes de servicios eléctricos son conducidas a través de ductos o canaletas aislantes y las uniones están protegidas por cajas
i) las redes de servicios hidráulicos están protegidas y canalizadas
k) las habitaciones, baños y cocinas cuentan con ventilación e iluminación natural directa
l) cuenta con un programa anual de mantenimiento correctivo y preventivo
<b>1.1.2 Zona de parqueo</b>
a) cuenta con zona de parqueo con un número de puestos mínimo equivalente al 80 % de las habitaciones
b) se informa al cliente si cuenta con servicio de parqueo disponible
c) cuenta con iluminación nocturna
<b>1.1.3 Aéreas verdes</b>
a) el establecimiento cuenta con aéreas verdes
b) cuenta con un programa y registro de mantenimiento
c) son armoniosas con el entorno
d) el establecimiento promueve el uso de flora nativa en las aéreas verdes y el entorno en el cual se encuentra ubicado
<b>1.2 Espacios Públicos</b>
<b>1.2.1 Emergencias</b>
a) tiene detectores de humo
b) tiene extintores con carga vigente
<b>1.2.2 Recepción</b>

<sup>47</sup> Norma técnica NTSH 08 2006-05-04. Consultada el 2 de septiembre de 2010

a) cuenta con un área para la recepción de los huéspedes
b) el espacio de recepción está decorado acorde con el estilo del establecimiento
c) las instalaciones y mobiliario de servicio al público son confortables y el área de recepción está iluminada y en buen estado de conservación
d) la zona exterior inmediata al establecimiento de alojamiento se encuentra limpia e iluminada sin obstáculos que dificulten el acceso a las aéreas comunes y habitaciones
e) se tiene programa y registro de mantenimiento correctivo y preventivo para el mobiliario
<b>1.2.3 Corredores/pasillos</b>
a) están iluminados
b) se tiene señalización para salidas de emergencia, extintores y medios contra incendios
c) se identifica la ubicación de las habitaciones
<b>1.2.4 Climatización</b>
a) cuenta con ventilación mecánica o natural
<b>1.2.5 Baños públicos</b>
a) cuenta como mínimo con un baño social
<b>1.3 Habitaciones</b>
<b>1.3.1 Dimensiones</b>
a) la habitación cuenta con baño privado
b) la habitación estándar de una cama es un área de 12,50 metros cuadrados o más
c) la habitación estándar con dos camas o una cama doble es de una área de 18,25 metros cuadrados o más
<b>1.3.2 Seguridad</b>
a) se tiene un sistema de cierre en las ventanas
b) se tiene un sistema de cierre de puertas
<b>1.3.3 Muebles</b>
a) cama sencilla mínimo 1,00 m X 1,90 m
b) cama doble mínimo de 1,40m X 1,90m
c) la cama cuenta con colchón y almohadas
d) en habitaciones con dos cama hay por lo menos una mesa de noche entre las dos camas
e) en habitaciones como cama doble hay dos mesas de noche
f) tienen closet o armario acorde con la capacidad de ocupación de la habitación
g) se tiene una silla o puesto de sofá para cada puesto de cama
h) se tienen artículos decorativos en buen estado y limpios
i) se tiene programa y registro de mantenimiento correctivo preventivo para el mobiliario
<b>1.3.4 Conexiones</b>
a) tiene tomas eléctricas
<b>1.3.5 Ropa de cama</b>
a) la ropa de cama está limpia, sin manchas, ni descosidas, sin huecos o perforaciones, sin decoloración de los tejidos
b) los colchones tiene una fecha de rotación vigente
c) se tienen protectores para los colchones y almohadas
d) la ropa de cama es de tejido 50% poliéster 50% algodón

e) cuentan con un inventario mínimo dos juegos por cama
f) cuentan con dos almohadas y dos cobijas disponibles por cama a solicitud del cliente
<b>1.3.6 Ventanas</b>
a) tienen cortinas, persianas, Black out o similares
b) las cortinas, persianas o similares, están limpias sin roturas ni manchas
<b>1.3.7 Iluminación</b>
a) se tiene iluminación general para la habitación
b) el encendido y apagado conmutable esta cerca de las camas
<b>1.3.8 Climatización</b>
a) cuentan con ventilación mecánica o natural
<b>1.4 Baños de Habitaciones</b>
<b>1.4.1 Requisitos</b>
a) cuentan con un programa y registros de limpieza y desinfección diario
b) cuentan con agua las 24 h.
c) cuentan con ventilación o extractor de olores
d) el piso esta sin alfombra
e) cuentan con inodoro
f) tiene toallero
g) tienen jabonero
h) los baños cuentan con espejos
i) los lavamanos cuentan con espejos
j) cuentan con luz en el espejo del baño de 40 vatios (Luz fría)
<b>1.4.2 Ducha</b>
a) tiene ducha con flujo de agua mínimo 2l/min
b) tiene piso o superficie antideslizante
c) tiene pasamanos de seguridad
<b>1.4.3 Toallas</b>
a) se cuenta con un juego de cuerpo, manos y facial por cada huésped
b) las medidas de las toallas para cuerpo son de mínimo 0,63 x 1.25m, peso mínimo de 300g
c) las medidas de las toallas para manos son de mínimo 0,40 x 0,68 m
d) las medidas de los faciales son de mínimo 0,30m x 0,30 m
e) las toallas no están manchadas ni rotas
<b>1.4.4 Conexiones para aparatos eléctricos</b>
a) se tiene conexión para aparatos eléctricos cerca del lavamanos con la indicación del voltaje
b) se tienen disponibles para los huéspedes convertibles y adaptadores de corriente
<b>1.5 Sala y comedor</b>
<b>1.5.1 requisitos</b>
a) ofrece el servicio de alimentación
b) se presta el servicio de alimentación en horas determinadas
c) la sala y comedor están iluminados

d) la sala y el comedor cuentan con un numero de muebles suficientes para el uso máximo de posibles usuarios del establecimiento de alojamiento
e) se tiene televisor de 14 pulgadas o superior con control remoto
f) se tiene programa y registro de limpieza diaria de la sala y el comedor
<b>1.6 reserva de agua para el establecimiento</b>
<b>1.6.1 Agua potable</b>
a) se tiene reserva para 3 días de consumo promedio con una ocupación del 100% del establecimiento
b) se tiene un programa y mantenimiento para los tanques de reserva con sus respectivos registros
<b>1.7 Aéreas de recreación</b>
<b>1.7.1 Aéreas recreativas</b>
a) se tiene el servicio de piscina propia o contratado
b) el área de piscina cuenta con las instrucciones de uso y seguridad situadas en un lugar visible
c) cuenta con aéreas recreativas en instalaciones propias o contratadas
<b>1.8 Servicios generales</b>
<b>1.8.1 Zona de mantenimiento</b>
a) cuenta con deposito para herramientas
b) se tiene programa y registro de mantenimiento correctivo y preventivo
<b>1.8.2 Zona de maquinas</b>
a) cuenta con cuarto de maquinas
b) se tiene programa y registro de mantenimiento correctivo y preventivo al cuarto de maquinas
<b>1.8.3 manejo de residuos</b>
a) cuenta con el cuarto para basuras
b) cuenta con recipientes identificados para basuras
c) se tiene programa y registro de mantenimiento correctivo y preventivo al cuarto de basuras
d) cuenta con un programa de reciclaje, manejo de basuras y de residuos orgánicos
<b>1.8.4 Manejo de aguas residuales</b>
a) el establecimiento cuenta con un sistema de recolección de aguas residuales
b) el establecimiento cuenta con pozo séptico o alcantarillado
c) se tiene programa y registro de mantenimiento al pozo séptico

FUENTE: Norma técnica NTSB 08 2006-05-04. Consultada el 2 de septiembre de 2010



## 10. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

### 10.1. Estrategia Organizacional

#### 10.1.1 Análisis DOFA

Tabla 21

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Ubicación estratégica del Hotel	Doble calzada de Bogotá-Sogamoso
Variedad en el portafolio de servicios	Inversión de 926,000 millones en vías en el municipio de Tota
Personal capacitado y dispuesto a atender a los clientes de forma amable y cálida, típica de la región Boyacense.	Servicio de transporte a bajo costo.
Alianzas estratégicas con reconocidas entidades relacionadas con el turismo, cultura y recreación.	Excelente clima para el desarrollo del termalismo, senderismo y actividades náuticas.
Infraestructura atractiva, segura, limpia y amigable con el ambiente	Diseño y ejecución de programas de ecoturismo por parte de la alcaldía de Tota, Boyacá
Originalidad en la estructura y diseño temático que refleja la cultura muisca que habitó la región de Boyacá.	Implementación de una infraestructura Turística por parte de la alcaldía de Tota Boyacá
Ahorro en costos gracias a la tecnología ecológica implementada en los procesos	Programas de investigación y acceso a la innovación, la producción y la creación artística y cultural del municipio.
	Fortalecimiento empresarial enfocado al desarrollo turístico en la jurisdicción de la CCS
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Falta de experiencia en el sector hotelero.	Falta de promoción turística al municipio de Tota, Boyacá
Dificultad para adquirir la inversión inicial.	Tiempo de sequías, que cada vez son más largas y con daños colaterales más fuertes.
Falta de información confiable y actualizada de la capacidad hotelera y turística de Tota.	Gran número de competidores sustitutos en otras regiones de Boyacá con una tradición arraigada como Paipa y Villa de Leyva.
	La distancia de Bogotá-Tota puede ser un motivo para escoger otro destino que no sea Tota.

FUENTE: Autores del Trabajo

### 10.1.2 Organismos de Apoyo

**Ministerios de comercio industria y turismo:** “El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo tiene como objetivo primordial dentro del marco de su competencia formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior”<sup>48</sup>. En materia de turismo el ministerio tiene una dirección de Turismo y sus funciones son las siguientes:

1. “Asesorar al Ministro en la identificación, diseño, formulación y desarrollo de los mecanismos, programas o instrumentos necesarios para la adecuada ejecución de las políticas relativas al sector turístico.
2. Proponer la política turística del país y velar por su ejecución.
3. Preparar el plan sectorial de turismo.
4. Asesorar y brindar asistencia técnica a las entidades territoriales en materia de turismo.
5. Identificar las inversiones que deban efectuarse para mejorar la competitividad de los destinos turísticos.
6. Diseñar la política de promoción turística del país y velar por su ejecución.
7. Promover procesos de calidad para el sector a través de las unidades sectoriales de normalización.
8. Proponer y ejecutar los convenios internacionales de cooperación turística.
9. Proponer la política de formación turística y coordinar su ejecución.
10. Diseñar los programas de seguridad turística y coordinar su ejecución con la Policía de Turismo.
11. Elaborar estudios e indicadores sobre el comportamiento del sector.

---

<sup>48</sup> <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/NewsDetail.asp?ID=7742&IDCompany=1> recuperado el 12 de septiembre de 2010.

12. Llevar el Registro Nacional de Turismo.
13. Proponer mecanismos de apoyo a las empresas turísticas.
14. Adelantar las investigaciones y decidir en primera instancia sobre las quejas presentadas por incumplimiento de servicios por parte de los prestadores de servicios turísticos y demás infracciones contempladas en las normas legales vigentes sobre la materia e imponer las sanciones de carácter administrativo a que haya lugar.
15. Realizar los estudios para establecer tarifas del registro nacional de turismo en los términos establecidos en el artículo 338 de la Constitución Política.
16. Llevar y mantener actualizado el Sistema Nacional de Información Turística.”<sup>49</sup>.

**El Fondo de Promoción Turística de Colombia:** “Es una cuenta creada con la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo – modificada con la ley 1101 de 2006, para manejar los recursos de la contribución parafiscal y el impuesto al turismo.

El objetivo principal del Fondo de Promoción Turística es administrar los recursos provenientes de la contribución parafiscal, los cuales se destinarán exclusivamente a los planes de promoción y mercadeo turístico, y a fortalecer y mejorar la competitividad del sector turístico, de acuerdo con los lineamientos de la “Política Turística” definidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 45 de la Ley 300 de 1996 y 14 del Decreto 505 de 1997, la administración del patrimonio autónomo FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA está a cargo de una Entidad Administradora perteneciente al sector privado del turismo, elegida mediante licitación pública y contratada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; en la actualidad es el CONSORCIO ALIANZA TURISTICA, la entidad Administradora, la cual se encuentra conformada por la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica – ACODRES y L’alianxa Travel Network”<sup>50</sup>.

---

<sup>49</sup> Decreto 210 de 3 de Febrero de 2003. Consultado en línea el 12 de septiembre de 2010  
[http://www.mincomercio.gov.co/econtent/Documentos/Normatividad/decretos/2003/decreto\\_0210\\_2003.pdf](http://www.mincomercio.gov.co/econtent/Documentos/Normatividad/decretos/2003/decreto_0210_2003.pdf)

<sup>50</sup> Fondo de promoción turística de Colombia en línea: <http://www.fondodepromocionturistica.com/>  
Recuperado el 12 de septiembre de 2010.

**Policía de turismo:** “la división de policía de turismo se encuentra dentro de la dirección de servicios especializados de la policía nacional. La policía de turismo depende jerárquicamente de la policía nacional y administrativamente del Ministerio de desarrollo económico. Esta división de policía de turismo tiene como funciones:

1. Adelantar labores de vigilancia y control de los atractivos turísticos que, a juicio del ministerio de desarrollo económico y de la policía nacional merezcan una vigilancia especial.
2. Atender labores de información turística.
3. Orientar a los turistas y canalizar las quejas que se presentan.
4. Apoyar las investigaciones que se requieran por parte del ministerio de desarrollo económico.
5. Las demás que le asignen el reglamento”<sup>51</sup>.

**Cotelco:** “Es la Asociación Hotelera de Colombia, entidad sin ánimo de lucro, creada en 1954, para fortalecer y agrupar los establecimientos que se ocupan de la industria hotelera. El gremio forma parte y está en contacto permanente con las organizaciones internacionales del turismo y la hotelería mundial, trasladando eventos, experiencias y programas a sus hoteles afiliados. Pertenece al Consejo Empresarial de la Organización Mundial del Turismo, OMT, a la Asociación Mundial de Hoteles y Restaurantes IHRA y a la Asociación Latinoamericana de Gremios de la Hotelería. Cotelco es igualmente propietaria de la franquicia de formación en hotelería y turismo del Educational Institute de la American Lodging Association”<sup>52</sup>.

**Anato:** “La Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo ANATO es una entidad sin ánimo de lucro de carácter gremial para la representación y defensa de los intereses generales del sector de las agencias de viajes y turismo de Colombia. Creada el 20 de Octubre de 1949 por Resolución No. 0265 del Ministerio de Justicia, en la actualidad está conformada por 657 agencias

---

<sup>51</sup> Ley 300 de 1996 capítulo IV. Consultado el 12 de septiembre de 2010.

<sup>52</sup> Cotelco en línea: [www.cotelco.org](http://www.cotelco.org) recuperado el 12 de septiembre de 2010.

asociadas de todo el territorio nacional. La Asociación cuenta con una dirección ejecutiva y diez capítulos en Antioquia – Chocó, Caribe, Central, Eje Cafetero, Noroccidente, Oriente, San Andrés, Suroccidente, Mayoristas y Turismo Receptivo. En la Asociación se trabaja con el propósito de: Dar asesoría legal y tributaria a los afiliados. Propender por el mejoramiento institucional de manera continua. Capacitar a sus afiliados. Trabajar con responsabilidad social con el país

Principios de Anato: Representar, gestionar y defender los intereses del sector de las agencias de viajes en el ámbito nacional e internacional y cuidar por su buena imagen frente a la opinión pública, manteniéndose como el ente que impulse las buenas relaciones entre sus agremiados basados en principios de ética, igualdad y justicia.

Objetivos de Anato: Velar por el interés común de sus asociados y llevar su representación. Proponer y estudiar soluciones para la industria turística. Propiciar el acercamiento del sector turístico”<sup>53</sup>.

**Cotelco Boyacá:** “Es la Asociación Hotelera de Boyacá Colombia, entidad sin ánimo de Lucro, creada en el 2005, para fortalecer y agrupar los establecimientos que se ocupan de la industria hotelera en el departamento. El gremio forma parte de la Asociación Nacional y está en contacto permanente con las organizaciones nacionales del turismo y la hotelería, trabajando programas y aplicando experiencias a sus hoteleros afiliados. Su misión es agremiar y representar a los empresarios de la industria Hotelera afiliados al Capítulo Boyacá, uniendo esfuerzos que contribuyan a su competitividad y al desarrollo sostenible del sector turístico en el departamento. El gremio trabajara en tres programas para desarrollar sus fines: CON LA EMPRESA: El Capitulo debe ser auto sostenible y lograr un crecimiento financiero y en número de asociados para desarrollar programas en beneficio del sector CON LOS ASOCIADOS: Cotelco Capitulo Boyacá apoya a sus afiliados en el desarrollo de su actividad proporcionándoles la capacitación, apoyo y asesoría para el logro de la calidad y competitividad de la

---

<sup>53</sup> Anato en línea: [http://www.anato.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=8&Itemid=14](http://www.anato.org/index.php?option=com_content&view=article&id=8&Itemid=14) recuperado el 12 de septiembre de 2010.

excelencia en el servicio, lo que aportara al sector turístico del departamento un sello de calidad. Promueve servicios y beneficios a los afiliados. Asume una posición neutral en la solución de los problemas entre los afiliados. Cuando sea imperativo tomar posición primara el interés general sobre el particular. Promueve la conservación del medio ambiente entre los hoteles afiliados. Fomenta la ética y la competencia leal entre los hoteles del departamento. CON LA COMUNIDAD: El Capitulo hace parte del desarrollo integral del departamento apoyando y liderando procesos de transformación del los sectores económicos y sociales; fijando posiciones y pronunciamiento sobre las debilidades y fortalezas que afectan al sector, fomentando la participación de los asociados en la formulación de criterios”<sup>54</sup>.

**Corpoboyacá:** “Es una entidad pública del orden nacional con patrimonio y autonomía propios, ejercen como autoridad ambiental, administran los recursos naturales, protegen el ambiente en su jurisdicción mediante procesos participativos de planificación, coordinación y gestión de recursos enfocados a propiciar opciones de vida sostenibles para lo cual cuentan con el talento humano, los instrumentos de planificación, y los recursos técnicos, físicos y financieros, CORPOBOYACÁ tendrá por objeto la ejecución de las políticas, planes, programas y proyectos sobre medio ambiente y recursos naturales renovables, así como dar cumplida y oportuna aplicación a las disposiciones legales vigentes sobre su disposición, administración, manejo y aprovechamiento, conforme a las regulaciones, pautas y directrices expedidas por el MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE”<sup>55</sup>

**Secretaria de cultura y turismo Boyacá:** “Liderar y propiciar iniciativas conducentes a generar condiciones que contribuyan al desarrollo turístico de las diferentes regiones del Departamento y promover el sector turístico a través de políticas nacionales y regionales que permitan el diseño de estrategias tendientes

---

<sup>54</sup> Cotelco capitulo Boyacá en línea: <http://hotelesboyacacotelco.com/quienes-somos.html> recuperado el 12 de septiembre de 2010.

<sup>55</sup> Corpoboyacá en línea: [http://www.corpoboyaca.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7&Itemid=3](http://www.corpoboyaca.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=3) recuperado el 12 de septiembre de 2010.

a la consolidación de productos, servicios y destinos sostenibles competitivos que generen bienestar social y económico a los municipios y al departamento de Boyacá. Las funciones de la dirección de Turismo son:

1. Definir y someter a consideración las políticas, planes, programas y proyectos para el fomento, fortalecimiento y consolidación del sector turismo, evaluando la ejecución de los mismos para tomar las medidas correctivas necesarias.
2. Implementar estrategias y mecanismos de asesoría con la finalidad de fortalecer la capacidad administrativa y de gestión turística en los municipios para la planeación, ejecución, evaluación y seguimiento de programas y proyectos en el área turística.
3. Asesorar los procesos de planeación y gestión de las instituciones responsables de las políticas turísticas en el Departamento.
4. Elaborar el Plan de Acción de acuerdo con el plan de desarrollo adoptado y la misión y funciones establecidas.
5. Diseñar y presentar el plan sectorial de turismo, con el propósito de promover, consolidar y fortalecer los eslabones de la cadena productiva de turismo y las actividades económicas afines, así como el fortalecimiento de alianzas estratégicas regionales que contribuyan a la gestión del turismo.
6. Promover estrategias y proyectos, para promocionar, difundir y comercializar los productos turísticos del Departamento.
7. Coordinar y dirigir los estudios sectoriales orientados a establecer las oportunidades y oferta turística del Departamento. Igualmente establecer las potencialidades y oportunidades para atraer la inversión nacional y/o extranjera para comercializar los bienes y servicios del Departamento.
8. Formular con los municipios, gremios y entidades del Departamento, los proyectos y macro proyectos que permitan el desarrollo turístico.
9. Diseñar e implementar, en coordinación con las dependencias del Departamento, entidades del nivel nacional y los centros educativos, programas de capacitación y formación en las áreas de turismo, formulación de proyectos y calidad de servicio turístico.

10. Las demás que surjan de la naturaleza de la dependencia o le sean asignadas por autoridad competente”<sup>56</sup>.

## 10.2. Estructura Organizacional

### 10.2.1 Organigrama

Grafica 21



FUENTE: Autores del Trabajo

Tabla 22

Cargo	N. Personas
Administrador	1,00
Revisor	1,00
Secretaria y Auxiliar Contable	1,00
Recepcionista	2,00
Botones	2,00
Camarera	2,00
Conserje	1,00

FUENTE: Autores del Trabajo

<sup>56</sup> Secretaria de cultura y turismo de Boyacá en línea: <http://www.boyaca.gov.co/?idcategoria=2802> recuperado el 12 de septiembre de 2010.



## 10.2.2 Manual De Funciones

Tabla 23

### Nombre del cargo del Funciones Principales

<b>Administrador</b>	Coordinar las operaciones del Hotel. Establecer objetivos estratégicos y operativos del Hotel. Responsable del personal del Hotel. Conseguir la satisfacción del personal del hotel. Apoyar las campañas de publicidad del hotel. Vínculo entre el hotel y las instituciones u organismos de apoyo.
<b>Contador</b>	Registrar la Contabilidad del Hotel y realizar el análisis de los estados financieros para generar estrategias. Formular con el administrador el presupuesto de cada año con sus respectivos gastos e ingresos. Llevar a cargo el tema de nominas, parafiscales e incentivos del capital humano del Hotel.
<b>Secretaria y auxiliar contable</b>	Registro contable de facturas. Llevar los libros de egresos e ingresos. Manejo de la caja menor.
<b>Recepcionista</b>	Se encarga del Check-in y el Check-out. Registrara las reservas, recepción de mensajes. Recepción de quejas y reclamos. Reservaciones para actividades recreativas y del Spa. Tutela las actividades diarias que tienen lugar en los puntos de atención al público. Ofrecer habitaciones y servir a los Huéspedes
<b>Botones</b>	Transporte de equipaje hacia y desde la habitación, atención del Room Service.
<b>Camarera</b>	Aseo de las habitaciones, zonas comunes y de las instalaciones del hotel. Atención del servicio de lavandería. Encargada del cuarto de ropa.
<b>Conserje</b>	Coordina las labores de mantenimiento diario de la estructura física del Hotel. Mantenimiento de las habitaciones, jardines, y zonas comunes. Encargado del Huerto del Hotel, cuarto de maquinas, deposito de basuras y deposito de herramientas.

FUENTE: Autores del Trabajo

## 10.2.3 Cultura

El Hotel Temático con Sello Verde promueve una cultura de fraternidad, al contar con 9 personas aproximadamente, se enfoca en estrechar los vínculos de amistad, para brindarles a los clientes una cálida atención. Este ambiente promueve flexibilidad a la organización, con tratos respetuosos pero sin intimidaciones, un ambiente informal entre los colaboradores, donde los títulos son abolidos y cada colaborador se llama por el nombre.

#### **10.2.4 Contratación Personal**

- Reclutamiento, se hará a través de convocatorias abiertas al público en medios impresos, especificando el cargo y las necesidades del mismo.
- Selección, se hará a través de entrevistas de selección realizada por el administrador.
- Contratación, el nuevo colaborador tendrá un tiempo de inducción donde se le suministrara la información clara de las funciones a desempeñar y sobre cómo desarrollarlas y generar un proceso de retroalimentación sobre el desempeño de sus actividades.
- Salarios. El salario tendrá el siguiente compuesto salarial. Sueldo mensual + Prestaciones sociales + subsidio de transporte = Sueldo total. Sin dejar a un lado factores como vacaciones (15 días de sueldo al año), prima (30 días de sueldo al año), cesantías (Proporcional al periodo de tiempo trabajado) y los intereses de cesantías (uno % sobre el periodo liquidado). El sueldo estará sujeto a los siguientes factores
  - Interno: tipología de cargos dentro de la organización, capacidad financiera, competitividad de la organización.
  - Externos: situación del mercado, coyuntura económica, legislación laboral, situación del mercado de clientes, competencia en el mercado.

#### **10.2.5 Misión, Visión, Política Y Objetivos De Calidad**

##### **▪ Política De Calidad**

En el Hotel Temático con Sello Verde estamos comprometidos con la calidad de nuestros servicios y la satisfacción de nuestros clientes y para poder lograrlo centramos nuestros esfuerzos en: La actitud de servicio de nuestros colaboradores, la oportuna atención, la hospitalidad, el mantenimiento de ambientes seguros, confortables y el mejoramiento continuo de nuestros procesos.

- **Misión**

Prestar el servicio de Alojamiento y Restaurante con todo el encanto del buen gusto y la tradicional hospitalidad Boyacense. A través de un equipo humano amable y calificado, soportado en una estructura moderna y confortable.

- **Visión**

En el año 2015, queremos ser la mejor opción en la laguna de Tota para la estadía de placer, ofreciendo servicios integrados de Hotelería y actividades recreativas, y ser reconocidos por su modernidad, calidad en los servicios y calidez Humana.

- **Objetivos De Calidad**

Aumentar la satisfacción de los clientes a un 94%.

Disminuir el índice de quejas y reclamos (Máximo 6 quejas trimestrales de Alojamiento, y 3 de Restaurante). .

Capacitaciones enfocadas en las competencias de servicio al cliente. (Cumplir con el 90% del programa de capacitación)

Implementar proyectos de mejora que impacten la satisfacción del cliente (cumplir con el 80% de los proyectos definidos)

### **10.3. Aspectos Legales**

#### **10.3.1 Constitución Trámites comerciales:**

1.1 Confirmar en la Cámara de Comercio, que no exista un nombre igual:

- “En el puesto de información de la Cámara de Comercio de Sogamoso, puede solicitar un volante para la consulta de nombres.
- Diligencie el formulario con los nombres que desea consultar y la actividad a la que se va a dedicar.
- Cancele el valor de la consulta.
- Presente el formulario diligenciado en las ventanillas de Cámara de Comercio y el empleado le indicará cuando reclamarlo, con el fin de

saber si puede usar dicho nombre o no debido a que ya existe o hay alguno similar”<sup>57</sup>

1.2 Elaborar la minuta de constitución: La minuta debe contener la siguiente información:

- “Los datos de los socios constituyentes: nombres completos, cédulas, nacionalidad, estado civil y domicilio.
- La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma.
- El domicilio de la sociedad y de las sucursales que se establezcan.
- El negocio de la sociedad (objeto social), enunciando en forma clara y completa las actividades principales.
- El capital social pagado por cada socio. Si es una sociedad por acciones se deberá expresar el capital suscrito y pagado, la forma como se cancelarán las cuotas y el valor nominal de las acciones representativas del capital. (ver paso uno).
- Se debe expresar como se administrará la sociedad, las facultades de los administradores, las asambleas y juntas de los socios, según lo establecido legalmente para cada tipo de sociedad (para mayor información vea el código de comercio).
- Los días y la forma de convocar y constituir la asamblea o junta de socios ya sea de manera ordinaria o extraordinaria, y la forma como se decidirá en un determinado asunto.
- Las fechas en que se deben hacer los balances generales y como se distribuirán las utilidades, así como también la reserva legal.
- La duración de la empresa y sus causales para disolverla, y la forma de liquidarla.
- Establecer el representante legal de la sociedad con su domicilio, sus facultades y obligaciones”.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Pasos para crea empresa, en línea: <http://www.scribd.com/doc/884085/Pasos-para-crear-una-Empresa>  
Consultado el 22 de septiembre de 2010.

<sup>58</sup> *Ibíd.*

1.3 Obtener la escritura pública de la notaria: “Dependiendo del capital deberá pagar un valor en notaria, allí procederán a hacerle lo siguiente: Le transcribirán su minuta conformando así la Escritura Pública, firmada por el notario con los sellos respectivos y adicionalmente por los socios con la cédula y sus huellas. Realizar el pago del impuesto de registro sobre la escritura de constitución en la oficina de Rentas Departamentales”<sup>59</sup>.

1.4 Matricular la sociedad en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio: “Adquirir en la Cámara de Comercio de Sogamoso el formulario de Matrícula Mercantil “Sociedades Comerciales”, posteriormente debe presentar en la ventanilla de la Cámara de Comercio lo siguiente:

- El formulario de matrícula mercantil diligenciando, junto con el volante de “consulta de nombres” aprobado.
- Dos copias autenticadas de la escritura pública de constitución de la sociedad, en la que debe aparecer el nombramiento del representante legal. En el caso de ser empresa unipersonal, el documento privado sino se constituyó por escritura pública.
- Recibo de pago del impuesto de Registro expedido por Rentas Departamentales.
- Carta de cada una de las personas nombradas, como: representantes legales, junta directiva y revisor fiscal cuando sea el caso.
- Documento de identificación del representante legal.
- Permiso de funcionamiento de la sociedad, en caso de hallarse sujeta a vigilancia estatal.
- En caso de aporte de inmuebles al capital social, acreditar el pago del impuesto de anotación y registro (boleta de rentas).

---

<sup>59</sup> *Ibíd.*

- Solicitar en la taquilla de la Cámara de Comercio el valor de la liquidación de los derechos de matrícula.
- Cancelar los derechos de matrícula. Al momento del pago le entregarán un recibo con el cual podrá reclamar el certificado de su matrícula, así como las copias de los formularios, las escrituras y las cartas de aceptación.
- Obtener copia del certificado de existencia y representación legal de la sociedad.
- Luego de haber realizado la inscripción, usted podrá solicitar a la Cámara de Comercio, el certificado de existencia y representación, es un documento que le permite al comerciante o sociedad realizar algunos trámites (inscripción ante la administración de impuestos, industria y comercio, etc.) o simplemente acreditar su matrícula en el registro mercantil”<sup>60</sup>.

1.5 Registro de libros de Comercio: “Una vez matriculada la sociedad o empresa, el propietario de esta o el representante legal debe presentar y solicitar el registro de los libros de comercio, con carta dirigida a la Cámara de Comercio y diligenciar el formulario de solicitud respectivo. Los libros son los siguientes:

- Libro auxiliar: se lleva para registrar detalladamente en orden cronológico las cuentas principales, totalizando débitos, créditos y saldo que pasa al final de cada período al libro diario y al libro mayor, este libro no requiere ser registrado en la Cámara de Comercio.
- Libro caja – diario: en este libro se pasan las operaciones contables en orden cronológico, en forma individual o por resúmenes que no excedan de un mes.

---

<sup>60</sup> *Ibíd.*

- Libro mayor: en este libro se pasan las operaciones por cuentas utilizando el sistema de partida doble; permitiendo establecer el resumen mensual de todas las operaciones para cada cuenta.
- Libro inventario y balance: se debe hacer un inventario y un balance general al iniciar sus actividades y por lo menos una vez cada año para conocer en forma clara y completa la situación del patrimonio.
- Libro de accionistas: en el se escriben las acciones, anotando el título, el número y la fecha de inscripción, al igual que los cambios de propietario.
- Libro de actas: los libros de actas pueden ser de dos clases: libros de actas de asamblea de socios y libro de acta de junta directiva. El primero lo deben llevar todas las sociedades, el segundo solo en las que posean junta directiva.
- En los libros de actas, deben anotarse en orden cronológico las actas de las reuniones, las cuales deberán ser firmadas por el secretario y presidente de la reunión. La primera hoja de cada libro debe presentarse rotulados (marcados) a lápiz en la parte superior con el nombre de la sociedad y la destinación que se dará a cada libro, así como numerarse consecutivamente y no tener ningún registro contable.

Los pasos a seguir en la Cámara de Comercio:

- Llevar el formato, la carta y los libros en cualquier taquilla de la Cámara de Comercio.
- Pagar los derechos de inscripción de los libros. Al momento de cancelar le entregarán el recibo de pago con el cual podrá reclamar los libros registrados, en la fecha que allí se indica.

- Cuando le entreguen los libros, verifique que la primera página de cada libro registrado este sellado por la Cámara de Comercio y rubricadas todas las demás”<sup>61</sup>.

2. Trámites tributarios: obtener códigos de identificación para el pago de impuestos. De acuerdo al artículo 18 de la Ley 788 de 2002, son exentos de impuestos los “Servicios hoteleros prestados en nuevos hoteles que se construyan dentro de los quince (15) años siguientes a partir de la vigencia de la presente ley, por un término de treinta (30) años”. Así el Hotel Temático con Sello Verde, contará con el beneficio de exención del impuesto sobre la renta por 30 años.

2.1 DIAN: “Ir a la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), para que obtenga el número de identificación tributaria (NIT), el cual es necesario para identificarse en el desarrollo de las actividades comerciales. Para este número de identificación, el cual es expedido en una tarjeta, se debe realizar el trámite correspondiente en la DIAN, que se encuentre en el municipio donde se está domiciliado.

Pasos a seguir:

- Con el certificado de existencia y representación que solicite en la Cámara de Comercio, diríjase a la DIAN y solicite el formulario de RUT (registro único tributario), por medio del cual se puede realizar los siguientes trámites, entre otros: o Asignación de NIT o Inscripción en el registro de vendedores si es responsable de IVA.
- Una vez adquirido y diligenciado el formulario, preséntese ante la DIAN, con los siguientes documentos: o Formulario de RUT diligenciado en original y dos copias. o Copia de la escritura pública de constitución. o Certificado de existencia y representación, expedido por la Cámara de Comercio, con fecha no mayor a tres

---

<sup>61</sup> Ibíd.



meses antes de su presentación. o Fotocopia de la cédula del representante legal.

- El registro de Impuestos sobre las ventas (IVA), se puede hacer en el momento de realizar la solicitud del NIT. Los responsables del régimen simplificado no tienen obligación de declarar el IVA, los responsables del régimen común deben hacerlo bimestralmente en las fechas que indique el calendario tributario, el cual puede adquirir directamente en la DIAN.
- Simultáneamente con la solicitud del formulario RUT, usted puede solicitar el formulario para que la DIAN le autorice la numeración para las facturas que usará en su negocio”<sup>62</sup>.

2.2. Aportes Parafiscales: “Son pagos a que está obligado todo empleador a cancelar sobre el valor de la nómina mensual a través de las cajas de compensación familiar para: Subsidio familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y SENA.

Para realizar la respectiva inscripción, se debe adquirir un formulario en la Caja donde desea afiliarse, donde le entregarán adjunto el formulario de afiliación al ICBF y al SENA.

Los pasos para la afiliación de la empresa son:

- Presentar solicitud escrita, suministrada por la Caja de Compensación Familiar, donde conste: domicilio, NIT, información sobre si estaba afiliado o no a alguna caja de compensación familiar. A la solicitud se le debe anexar lo siguiente:
  - Fotocopia de la cédula si es persona natural.
  - Certificado de existencia y representación legal vigente si es persona jurídica.
  - Relación de trabajadores indicando para cada uno: número de cédula, nombre completo y salario actual.
  - Formulario diligenciado de afiliación a la empresa.

---

<sup>62</sup> Ibid.

- Formulario de afiliación del trabajador y de las personas a cargo.
- Para afiliar al trabajador debe:
  - Presentar el formulario de inscripción del trabajador debidamente diligenciado.
  - Adjuntar los documentos necesarios para inscribir las personas que tengan a cargo trabajadores.
- Una vez esté en la Caja de Compensación Familiar elegida, debe pagar durante los primeros diez días del mes, el valor correspondiente al 9% del total devengado en la nómina mensual, los cuales deberán ser asumidos por el empleador. La distribución del 9% es la siguiente:
  - 2% para el SENA.
  - 3% para el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.
  - 4% para la Caja de Compensación Familiar”<sup>63</sup>

### 3. Trámites de funcionamiento:

- Solicitar el concepto de uso del suelo en cualquiera de las curadurías urbanas.
- Comunicar a la oficina de Planeación de la alcaldía de Tota Boyacá la apertura del establecimiento.
- Conseguir la aprobación del cuerpo de bomberos sobre la seguridad de sus instalaciones.
- Cumplir con las condiciones sanitarias y ambientales.
- En negocio se escucha música, lo cual conlleva a cancelar los derechos de Sayco y Acinpro ante la organización Sayco – Acinpro.

### 4. Trámites de seguridad laboral e industrial: Se debe afiliar a los empleados a salud, seguridad social, y riesgos profesionales, excepto a los que tienen un contrato por prestación de servicios.

---

<sup>63</sup> Ibíd.

4.1 Afiliación a la Aseguradora de Riesgos Profesionales: Los pasos a seguir son:

“Una vez elegida la ARP, el empleador debe llenar una solicitud de vinculación de la empresa al sistema general de riesgos profesionales, la cual es suministrada sin ningún costo por la ARP, dependiendo el grado y la clase de riesgo de las actividades de la empresa, ellos establecen la tarifa de riesgo la cual es un porcentaje total de la nómina y debe ser asumida por el empleador, dicho valor se debe pagar cada mes.

Adicionalmente debe vincular a cada trabajador, llenando la solicitud de vinculación del trabajador al sistema general de riesgos profesionales”.<sup>64</sup>

#### 4.2. Régimen de Seguridad Social

“Usted deberá inscribir a alguna entidad promotora de salud (EPS) a todos sus trabajadores, los empleados podrán elegir libremente a que entidad desean vincularse. Una vez elegida el empleador deberá adelantar el proceso de afiliación tanto de la empresa como para el trabajador, mediante la diligenciación de los formularios, los cuales son suministrados en la EPS elegida. El formulario de afiliación del trabajador deberá diligenciarse en original y dos copias, el original es para la EPS, una copia para el empleador y la otra para el trabajador”.<sup>65</sup>

4.3 Fondo de Pensiones y Cesantías: “El empleador debe afiliar a todos los miembros de la empresa al fondo de pensiones, el cual el trabajador podrá elegir. Una vez elegido se llena la solicitud de vinculación, la cual se la suministra el fondo”.<sup>66</sup>

5. Trámites legales adicionales: según Luz Dary Villa Asesora de proyectos de la Asociación Hotelera de Colombia - COTELCO, para el funcionamiento legal del Centro como establecimiento de alojamiento se debe hacer el registro en Cámara de Comercio con los pasos designados para cualquier

---

<sup>64</sup> Ibíd.

<sup>65</sup> Ibíd.

<sup>66</sup> Ibíd.

empresa, y descritos de manera detallada anteriormente, y obtener el Registro Nacional de Turismo ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

6. Para afiliarse a Cotelco, se debe afiliarse al capítulo Boyacá debido a que las instalaciones están situadas en la laguna de Tota, una vez realizados los pasos anteriores

7. Registro Nacional De Turismo: Se consultó la guía de inscripción al Registro Nacional de Turismo del Vice ministerio de Turismo del Ministerio de Comercio Industria y Turismo de la República de Colombia: “Entiéndase por prestador de servicios turísticos a toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios Turísticos, el cual se encuentra obligado a inscribirse en el Registro Nacional de Turismo antes de iniciar sus operaciones”<sup>67</sup>. El procedimiento para inscribirse en el Registro Nacional de Turismo es el siguiente:

-“La empresa esté debidamente registrada ante la Cámara de Comercio de su localidad o municipio.

-Que tenga inscrito ante la Cámara de Comercio de su localidad o municipio, el establecimiento de comercio por medio del cual se prestará el servicio turístico.

-Que la actividad comercial y/o el objeto social corresponda o contemple actividades y/o funciones del prestador de servicios turísticos que se pretende inscribir.

-Verificar en la página Web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, **[www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co) - Registro Nacional de Turismo - Prestadores de Servicios Turísticos**, que no se encuentre ya registrado

---

<sup>67</sup> Guía de inscripción al registro nacional de turismo, en línea:  
<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/turismo/RegistroNacionalTurismo/Guia2010.pdf>  
Consultado el 22 de septiembre de 2010.

un establecimiento de comercio con el mismo nombre (**homonimia**) al que se va registrar”<sup>68</sup>.

8. Licencias Urbanísticas: “El instrumento para desarrollar infraestructura, construcciones o modificaciones a inmuebles son las LICENCIAS URBANÍSTICAS, las cuales son autorizaciones previas expedidas por las curadurías urbanas o la autoridad municipal o distrital competente (Oficina de Planeación) para autorizar el adelantamiento de obras de urbanización, parcelación, loteo o subdivisión de predios; de construcción, ampliación, adecuación, reforzamiento estructural, modificación, demolición de edificaciones, cerramiento de predios y para la intervención y ocupación del espacio público dentro del respectivo distrito o municipio. Existen diferentes clases de licencias urbanísticas, a saber: 1. Urbanización. 2. Parcelación. 3. Subdivisión. 4. Construcción. 5. Intervención y ocupación del espacio público”<sup>69</sup>. En el caso particular del Hotel Temático con Sello Verde, se requiere tener la Licencia de Construcción. La cual “Se concede, como su nombre lo indica, para la construcción de edificaciones en predios urbanizados según la reglamentación establecida en los planes de ordenamiento territorial y las normas que los desarrollen. En todo caso, existen diversas modalidades y submodalidades de licencias de construcción”<sup>70</sup>. En este sentido, El Hotel temático con sello verde requiere licencia de obra nueva: “se solicita para la realización de obras nuevas en terrenos no construidos”<sup>71</sup>. Debido a que se realizará la construcción de las instalaciones del proyecto en un terreno que aún no ha sido construido en la laguna de Tota. Se procede entonces con los trámites para obtener la licencia de construcción ante la entidad correspondiente, que en este caso

---

<sup>68</sup> *Ibíd.*

<sup>69</sup> Derecho comercial Proexport en línea:

<http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo5727DocumentNo7960.PDF>

Consultado el 23 de septiembre de 2010.

<sup>70</sup> *Ibíd.*

<sup>71</sup> *Ibíd.*

particular es la Alcaldía de Tota, específicamente ante el despacho del Alcalde, con el Secretario de Planeación Luis Andrés Pedraza Chaparro.

### **10.3.2 Legalidad**

La constitución política colombiana del 1991 consagra en sus principios como un deber del Estado proteger las riquezas culturales y naturales de la nación, principio recogido en la ley general de cultura Ley 397 de 1997.

“La ley general de turismo, Ley 300 de 1996, la cual define al turismo como una actividad esencial para el desarrollo del país , y la cual establece los objetivos de política hacia su competitividad y sostenibilidad, dada la potencialidad que este sector tiene para el país. Para tal fin se crearon los instrumentos de ordenación, disciplina del mercado y promoción para que Colombia se posicione en los mercados turísticos internacionales De igual manera la ley 1101 de 2006 dispone las nuevas modificaciones de la ley 300 de 1996 y otras nuevas disposiciones. Reconocen la importancia de los valores culturales para el turismo y propone herramientas para su gestión tales como la declaratoria por parte de los concejos municipales de recursos turísticos según su interés cultural y la asociación a través de círculos metropolitanos turísticos de municipios de interés cultural y turístico como los municipios de Boyacá”<sup>72</sup>

Los siguientes son decretos por los cuales se han modificado la ley 300 de 1996, los cuales afectan la actividad principal del Hotel Temático con Sello Verde:

- Decreto 504 de 1997 por el cual se reglamenta el registro nacional de turismo de que tratan los artículos 61 y 62 de la ley 300 de 1996
- Decreto 1075 de 1997 por el cual se señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos.
- DECRETO 1036 DEL 2007: Por el cual se reglamenta el recaudo y el cobro de la contribución parafiscal de la promoción del Turismo a que se refiere la Ley.

---

<sup>72</sup> Política Turismo Cultural septiembre de 2007. Consultada el 3 de septiembre de 2010

- DECRETO 2394 DE 1999: Por el cual se reglamenta la Ley en cuanto al pago de contribuciones parafiscal para la promoción de Turismo

Las siguientes son las normas técnicas que se proponen a cumplir para certificar el Hotel Temático con Sello Verde:

- Norma técnica sectorial NTSH 008 por la cual se rige los alojamientos rurales, requisitos de planta y servicio.
- Norma técnica colombiana NTC 5133, por la cual se obtiene el Sello Ambiental Colombiano. Criterios para establecimientos de alojamiento y hospedaje.
- Norma técnica sectorial colombiana NTS-TS 002 la cual corresponde a los establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH). Requisitos de sostenibilidad.

### **10.3.3 Tipo de Sociedad**

Entre los tipos de sociedad existentes en Colombia, teniendo en cuenta que el Hotel es creado por emprendedores y que está enmarcada por el ámbito comercial, se decidió la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S) que posee las siguientes características:

En consideración a las estipulaciones normativas consagradas por la Ley 1258, del 5 de Diciembre de 2008, se establece la creación del nuevo régimen para las sociedades por acciones simplificadas.

“El régimen de las sociedades por acciones simplificadas consagra, que este tipo societario podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Así mismo, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad, salvo en aquellos casos en los que se utilice la sociedad por acciones simplificada en fraude a la ley o en perjuicio de terceros, casos en los cuales, los accionistas y los administradores que hubieren realizado, participado o facilitado los actos

defraudatorios, responderán solidariamente por las obligaciones nacidas de tales actos y por los perjuicios causados.

La naturaleza jurídica de la sociedad por acciones simplificada estará enmarcada en todo momento en el ámbito comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social; y con relación a efectos tributarios este tipo societario se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

En lo que a la personería jurídica respecta, en la sociedad por acciones simplificada, ésta se obtendrá una vez se realice la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, constituyendo así la sociedad una persona jurídica independiente y distinta de sus accionistas. <sup>73</sup>

“La constitución o creación de la sociedad por acciones simplificada se realizará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal. De igual manera, cabe aclarar que, el documento de constitución de la sociedad deberá ser objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Sin embargo, en aquellas circunstancias en las que no se efectúe la inscripción del documento privado o público de constitución en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, se entenderá para todos los efectos legales que la sociedad es de hecho si fueren varios los asociados. Si se tratare de una sola persona, responderá personalmente por las obligaciones que contraiga en desarrollo de la empresa.

En relación a la suscripción y pago del capital, en este tipo societario, éstos podrán hacerse en condiciones, proporciones y plazos distintos de los previstos en las normas contempladas en el Código de Comercio respecto de las sociedades

---

<sup>73</sup> Sociedad Por Acciones Simplificada.[en línea: <http://www.acontribut.com/sitio/noti-acontribut/65-la-sociedad-por-acciones-simplificada.html>] Recuperado el 23 de septiembre de 2010.



anónimas. Sin embargo, en ningún caso, el plazo para el pago de las acciones podrá exceder de dos (2) años. En los estatutos de las sociedades por acciones simplificadas podrán establecerse porcentajes o montos mínimos o máximos del capital social que podrán ser controlados por uno o más accionistas, en forma directa o indirecta. En caso de establecerse estas reglas de capital variable, los estatutos podrán contener disposiciones que regulen los efectos derivados del incumplimiento de dichos límites.

En razón de la constitución y existencia de la sociedad por acciones simplificadas, podrán crearse diversas clases y series de acciones, incluidas las siguientes, según los términos y condiciones previstos en las normas legales respectivas: i) acciones privilegiadas; ii) acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto; iii) acciones con dividendo fijo anual y (iv) acciones de pago. Al dorso de los títulos de acciones, constarán los derechos inherentes a ellas. Cabe establecer que, respecto de las acciones y demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada se establece la prohibición de negociación de éstos en el mercado público, y por tanto, la imposibilidad de inscripción de los mismos en el Registro Nacional de Valores y Emisores, y su ulterior negociación en bolsa.”<sup>74</sup>

“La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, designada en la forma prevista en los estatutos. A falta de estipulaciones, se entenderá que el representante legal podrá celebrar ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad. A falta de previsión estatutaria frente a la designación del representante legal, su elección le corresponderá a la asamblea o accionista único.

Las reglas relativas a la responsabilidad de administradores contenidas en la Ley 222 de 1995, les serán aplicables tanto al representante legal de la sociedad por acciones simplificada como a su junta directiva y demás órganos de administración, si los hubiere. Las personas naturales o jurídicas que, sin ser administradores de una sociedad por acciones simplificada, se inmiscuyan en una

---

<sup>74</sup> Ibid.

actividad positiva de gestión, administración o dirección de la sociedad, incurrirán en las mismas responsabilidades y sanciones aplicables a los administradores.

Respecto, a la revisoría fiscal, en caso de que por exigencia de la ley se tenga que proveer el cargo de revisor fiscal, la persona que ocupe dicho cargo deberá ser contador público titulado con tarjeta profesional vigente. Cabe aclarar que la exigencia legal respecto de proveer el cargo de revisor fiscal, se encuentra consagrada en el párrafo 2° del artículo 13 de la Ley 43 de 1990, y en razón del cual será obligatorio tener revisor fiscal en todas las sociedades comerciales, de cualquier naturaleza, , cuyos activos brutos al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior sean o excedan el equivalente de cinco mil salarios mínimos y/o cuyos ingresos brutos durante el año inmediatamente anterior sean o excedan al equivalente a tres mil salarios mínimos. En todo caso las utilidades se justificaran en estados financieros elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados y dictaminados por un contador público independiente.”<sup>75</sup>

“Ahora bien, es de vital importancia considerar que, cualquier tipo societario podrá transformarse en sociedad por acciones simplificada, antes de su disolución, siempre que así lo decida su asamblea o junta de socios, mediante determinación unánime de los asociados titulares de la totalidad de las acciones suscritas. La decisión correspondiente deberá constar en documento privado inscrito en el Registro Mercantil. De igual manera, la sociedad por acciones simplificada podrá transformarse en cualquiera de los tipos societarios previstos en el Libro Segundo del Código de Comercio, siempre que la determinación respectiva sea adoptada por la asamblea, mediante decisión unánime de los asociados titulares de la totalidad de las acciones suscritas.”<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup> Sociedad Por Acciones Simplificada.[en línea: <http://www.acontribut.com/sitio/noti-acontribut/65-la-sociedad-por-acciones-simplificada.html>] Recuperado el 23 de septiembre de 2010.

<sup>76</sup> Sociedad Por Acciones Simplificada.[en línea: <http://www.acontribut.com/sitio/noti-acontribut/65-la-sociedad-por-acciones-simplificada.html>] Recuperado el 23 de septiembre de 2010.

“De otra parte, las prohibiciones contenidas en los artículos 155, 185, 202, 404, 435 y 454 del Código de Comercio no se les aplicarán a las sociedades por acciones simplificadas, a menos que en los estatutos sociales se disponga lo contrario.

Por último, en lo no previsto en la Ley 1258 de 2008, las sociedades por acciones simplificadas se regirán por las disposiciones contenidas en los estatutos sociales, por las normas legales que rigen a la sociedad anónima, y en su defecto, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales que rigen a las sociedades previstas en el Código de Comercio. Así mismo, las sociedades por acciones simplificadas estarán sujetas a la inspección, vigilancia o control de la Superintendencia de Sociedades, según las normas legales pertinentes. Igualmente, y sin perjuicio de las ventajas y beneficios establecidos en el ordenamiento jurídico, y en razón de la entrada en vigencia de la Ley que regula el régimen de las sociedades por acciones simplificadas, no se podrán constituir sociedades unipersonales con base en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, y por lo cual las sociedades unipersonales constituidas al amparo de dicha disposición tendrán un término máximo improrrogable de seis (6) meses, para transformarse en sociedades por acciones simplificadas. “<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> Ibid

Tabla 24

<b>Obligaciones Tributarias SAS</b>
<b>1. Obligaciones por Impuestos Nacionales</b>
a) Inscribirse en el RUT
b) Tramitar o renovar firmas digitales para presentar las Declaraciones ante la DIAN
c) Tendrá obligación de presentar Declaración anual del Impuesto de Renta
d) Tendrá obligación de presentar Declaración Bimestral de IVA
e) Tendrá obligación de actuar como Agente de Retención
f) Tendrá obligación de presentar Declaración mensual de Retenciones en la Fuente todos los meses así sea en ceros
g) Tendrá obligación de presentar Declaración Individual de Precios de Transferencia
h) No le correspondería liquidar el actual Impuesto al Patrimonio
i) Le aplica el Gravamen a los Movimientos Financieros
j) Si nombran a un Revisor Fiscal en forma voluntaria, entonces ese Revisor no le tendría que firmar las Declaraciones
k) Sus accionistas no responden solidariamente por las deudas por impuestos
l) Expedir Factura de Venta o documento equivalente a Factura de Venta
m) Presentar los reporte de Información Exógena Tributaria que apliquen
n) Expedir cuando corresponda los respectivos certificados por las Retenciones practicadas a terceros
<b>2. Obligaciones por Impuestos Territoriales</b>
a) Presentar Declaración Anual o Bimestral del Impuesto de Industria y Comercio
b) Actuar como agente de Retención del Impuesto de Industria y Comercio
c) Responder por los Impuestos de Predial y Vehículos
<b>3. Otras Obligaciones</b>
a) Reportar informes a Supersociedades

FUENTE: Autores del trabajo

## 10.4. Costos Administrativos

### 10.4.1 Gastos de puesta en marcha

Tabla 25

<b>GASTOS DE PUESTA EN MARCHA. HOTEL TEMATICO ECOTOTA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN DEL GASTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Ambientador	12	\$ 14.000	\$ 168.000
Sillas	4	\$ 100.000	\$ 400.000
Escritorios	2	\$ 220.000	\$ 440.000
Archivador	3	\$ 250.000	\$ 750.000
Teléfonos	4	\$ 92.000	\$ 368.000
Computadores	3	\$ 900.000	\$ 2.700.000
Impresora Multifunción	2	\$ 222.000	\$ 444.000
Artículos de oficina y papelería	varios	\$ 100.000	\$ 100.000
Asador en ladrillo	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Billar pool	1	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Canecas de basura	20	\$ 10.000	\$ 200.000
Extintores	6	\$ 35.000	\$ 210.000
Inodoros	7	\$ 300.000	\$ 2.100.000
Juego de cricket	1	\$ 70.000	\$ 70.000
Juego de niños	1	\$ 3.249.000	\$ 3.249.000
Juego de rana	1	\$ 48.000	\$ 48.000
Juegos de mesa	10	\$ 48.000	\$ 480.000
Lavamanos	7	\$ 300.000	\$ 2.100.000
Mesa	3	\$ 80.000	\$ 240.000
Mesa de ping-pon	1	\$ 490.000	\$ 490.000
Mesas exteriores	4	\$ 220.000	\$ 880.000
Sauna	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
Sillas	20	\$ 12.000	\$ 240.000
Sillas exteriores	10	\$ 80.000	\$ 800.000
Sofás	4	\$ 400.000	\$ 1.600.000
Televisores	4	\$ 857.000	\$ 3.428.000
Utensilios para asador	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Cama doble+ mesa de noche	5	\$ 340.000	\$ 1.700.000
Cama sencilla +mesa de noche	5	\$ 120.000	\$ 600.000
Cajilla de seguridad	8	\$ 25.000	\$ 200.000
Lavadora	2	\$ 500.000	\$ 1.000.000
Mini neveras	10	\$ 350.000	\$ 3.500.000

Secadora	1	\$	500.000	\$	500.000
Tinas	2	\$	1.200.000	\$	2.400.000
Juego de Cama	50	\$	100.000	\$	5.000.000
Cubre lecho	15	\$	80.000	\$	1.200.000
Juego de Toallas	60	\$	30.000	\$	1.800.000
Tocador	10	\$	300.000	\$	3.000.000
Publicidad (Elaboración de Brochures)	1000	\$	1.800	\$	1.800.000
Terreno (estudios, licencias de construcción, y demás)				\$	320.000.000
Construcción de la Estructura del Hotel				\$	250.000.000
Inversión en Capital de Trabajo (1 Mes de Operaciones)				\$	14.765.003
<b>TOTAL GASTOS DE PUESTA EN MARCHA</b>				<b>\$</b>	<b>640.170.003</b>

FUENTE: Autores del trabajo Ver anexo 10.9 Cotizaciones

## 11. ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO

### 11.1. Fuentes de Financiación

Línea de microcrédito del Banco Agrario

Capital de Trabajo: Recursos que se requieren para la adquisición de materias primas y disponibilidad de efectivo para el normal desarrollo del negocio.

Inversión: Recursos destinados a la compra de maquinaria, equipos y muebles del negocio.

Tabla 26

<b>Monto del préstamo</b>	<b>hasta 70% Valor del proyecto</b>
<b>Amortización</b>	<b>Mensual</b>
<b>Interés</b>	<b>25% EA</b>

FUENTE: Autores del trabajo

Tabla 27

VALOR DEL PROYECTO	\$	640.170.003
<b>CREDITO</b>	<b>\$</b>	<b>260.170.003</b>
RECURSOS PROPIOS	\$	380.000.000

FUENTE: Autores del trabajo

Teniendo en cuenta que el valor del proyecto es de \$640.170.003, se acudirá a un préstamo bancario con el Banco Agrario por el monto de \$260.170.003, ya que los restantes \$380.000.000 serán financiados con recursos propios. El préstamo tendrá una tasa de interés mensual del 1,88%. Como se muestra a continuación,

el valor de la cuota mensual será de \$7.268.694 y el préstamo será liquidado en 5 años.

Tabla 28

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO								
Mes	Saldo inicial	Tasa de Interés	Pago de Intereses	Valor de la Cuota	Abono a K	Saldo Final	Kd	
0	\$ 260.170.003		\$ 0 -	\$ -		\$ 260.170.003		0
1	\$ 260.170.003	1,88%	\$ 4.891.196	\$ 7.268.694	\$ 2.377.498	\$ 257.792.504		0,0188
2	\$ 257.792.504	1,88%	\$ 4.846.499	\$ 7.268.694	\$ 2.422.195	\$ 255.370.309		0,0188
3	\$ 255.370.309	1,88%	\$ 4.800.962	\$ 7.268.694	\$ 2.467.733	\$ 252.902.576		0,0188
4	\$ 252.902.576	1,88%	\$ 4.754.568	\$ 7.268.694	\$ 2.514.126	\$ 250.388.450		0,0188
5	\$ 250.388.450	1,88%	\$ 4.707.303	\$ 7.268.694	\$ 2.561.392	\$ 247.827.059		0,0188
6	\$ 247.827.059	1,88%	\$ 4.659.149	\$ 7.268.694	\$ 2.609.546	\$ 245.217.513		0,0188
7	\$ 245.217.513	1,88%	\$ 4.610.089	\$ 7.268.694	\$ 2.658.605	\$ 242.558.908		0,0188
8	\$ 242.558.908	1,88%	\$ 4.560.107	\$ 7.268.694	\$ 2.708.587	\$ 239.850.321		0,0188
9	\$ 239.850.321	1,88%	\$ 4.509.186	\$ 7.268.694	\$ 2.759.508	\$ 237.090.812		0,0188
10	\$ 237.090.812	1,88%	\$ 4.457.307	\$ 7.268.694	\$ 2.811.387	\$ 234.279.425		0,0188
11	\$ 234.279.425	1,88%	\$ 4.404.453	\$ 7.268.694	\$ 2.864.241	\$ 231.415.184		0,0188
12	\$ 231.415.184	1,88%	\$ 4.350.605	\$ 7.268.694	\$ 2.918.089	\$ 228.497.095		0,0188
13	\$ 228.497.095	1,88%	\$ 4.295.745	\$ 7.268.694	\$ 2.972.949	\$ 225.524.146		0,0188



14	\$		\$	\$	\$	\$	
	225.524.146	1,88%	4.239.854	7.268.694	3.028.841	222.495.305	0,0188
15	\$		\$	\$	\$	\$	
	222.495.305	1,88%	4.182.912	7.268.694	3.085.783	219.409.522	0,0188
16	\$		\$	\$	\$	\$	
	219.409.522	1,88%	4.124.899	7.268.694	3.143.795	216.265.727	0,0188
17	\$		\$	\$	\$	\$	
	216.265.727	1,88%	4.065.796	7.268.694	3.202.899	213.062.828	0,0188
18	\$		\$	\$	\$	\$	
	213.062.828	1,88%	4.005.581	7.268.694	3.263.113	209.799.715	0,0188
19	\$		\$	\$	\$	\$	
	209.799.715	1,88%	3.944.235	7.268.694	3.324.460	206.475.255	0,0188
20	\$		\$	\$	\$	\$	
	206.475.255	1,88%	3.881.735	7.268.694	3.386.960	203.088.295	0,0188
21	\$		\$	\$	\$	\$	
	203.088.295	1,88%	3.818.060	7.268.694	3.450.635	199.637.661	0,0188
22	\$		\$	\$	\$	\$	
	199.637.661	1,88%	3.753.188	7.268.694	3.515.506	196.122.154	0,0188
23	\$		\$	\$	\$	\$	
	196.122.154	1,88%	3.687.097	7.268.694	3.581.598	192.540.556	0,0188
24	\$		\$	\$	\$	\$	
	192.540.556	1,88%	3.619.762	7.268.694	3.648.932	188.891.624	0,0188
25	\$		\$	\$	\$	\$	
	188.891.624	1,88%	3.551.163	7.268.694	3.717.532	185.174.092	0,0188
26	\$		\$	\$	\$	\$	
	185.174.092	1,88%	3.481.273	7.268.694	3.787.422	181.386.671	0,0188
27	\$		\$	\$	\$	\$	
	181.386.671	1,88%	3.410.069	7.268.694	3.858.625	177.528.046	0,0188
28	\$		\$	\$	\$	\$	
	177.528.046	1,88%	3.337.527	7.268.694	3.931.167	173.596.879	0,0188
29	\$		\$	\$	\$	\$	
	173.596.879	1,88%	3.263.621	7.268.694	4.005.073	169.591.805	0,0188

30	\$		\$	\$	\$	\$	
	169.591.805	1,88%	3.188.326	7.268.694	4.080.369	165.511.437	0,0188
31	\$		\$	\$	\$	\$	
	165.511.437	1,88%	3.111.615	7.268.694	4.157.079	161.354.357	0,0188
32	\$		\$	\$	\$	\$	
	161.354.357	1,88%	3.033.462	7.268.694	4.235.233	157.119.125	0,0188
33	\$		\$	\$	\$	\$	
	157.119.125	1,88%	2.953.840	7.268.694	4.314.855	152.804.270	0,0188
34	\$		\$	\$	\$	\$	
	152.804.270	1,88%	2.872.720	7.268.694	4.395.974	148.408.296	0,0188
35	\$		\$	\$	\$	\$	
	148.408.296	1,88%	2.790.076	7.268.694	4.478.619	143.929.677	0,0188
36	\$		\$	\$	\$	\$	
	143.929.677	1,88%	2.705.878	7.268.694	4.562.817	139.366.861	0,0188
37	\$		\$	\$	\$	\$	
	139.366.861	1,88%	2.620.097	7.268.694	4.648.597	134.718.263	0,0188
38	\$		\$	\$	\$	\$	
	134.718.263	1,88%	2.532.703	7.268.694	4.735.991	129.982.272	0,0188
39	\$		\$	\$	\$	\$	
	129.982.272	1,88%	2.443.667	7.268.694	4.825.028	125.157.244	0,0188
40	\$		\$	\$	\$	\$	
	125.157.244	1,88%	2.352.956	7.268.694	4.915.738	120.241.506	0,0188
41	\$		\$	\$	\$	\$	
	120.241.506	1,88%	2.260.540	7.268.694	5.008.154	115.233.352	0,0188
42	\$		\$	\$	\$	\$	
	115.233.352	1,88%	2.166.387	7.268.694	5.102.307	110.131.045	0,0188
43	\$		\$	\$	\$	\$	
	110.131.045	1,88%	2.070.464	7.268.694	5.198.231	104.932.814	0,0188
44	\$		\$	\$	\$	\$	
	104.932.814	1,88%	1.972.737	7.268.694	5.295.958	99.636.856	0,0188
45	\$		\$	\$	\$	\$	
	99.636.856	1,88%	1.873.173	7.268.694	5.395.522	94.241.335	0,0188

46	\$ 94.241.335	1,88%	\$ 1.771.737	\$ 7.268.694	\$ 5.496.957	\$ 88.744.377	0,0188
47	\$ 88.744.377	1,88%	\$ 1.668.394	\$ 7.268.694	\$ 5.600.300	\$ 83.144.077	0,0188
48	\$ 83.144.077	1,88%	\$ 1.563.109	\$ 7.268.694	\$ 5.705.586	\$ 77.438.491	0,0188
49	\$ 77.438.491	1,88%	\$ 1.455.844	\$ 7.268.694	\$ 5.812.851	\$ 71.625.640	0,0188
50	\$ 71.625.640	1,88%	\$ 1.346.562	\$ 7.268.694	\$ 5.922.132	\$ 65.703.508	0,0188
51	\$ 65.703.508	1,88%	\$ 1.235.226	\$ 7.268.694	\$ 6.033.469	\$ 59.670.039	0,0188
52	\$ 59.670.039	1,88%	\$ 1.121.797	\$ 7.268.694	\$ 6.146.898	\$ 53.523.142	0,0188
53	\$ 53.523.142	1,88%	\$ 1.006.235	\$ 7.268.694	\$ 6.262.459	\$ 47.260.682	0,0188
54	\$ 47.260.682	1,88%	\$ 888.501	\$ 7.268.694	\$ 6.380.194	\$ 40.880.489	0,0188
55	\$ 40.880.489	1,88%	\$ 768.553	\$ 7.268.694	\$ 6.500.141	\$ 34.380.347	0,0188
56	\$ 34.380.347	1,88%	\$ 646.351	\$ 7.268.694	\$ 6.622.344	\$ 27.758.003	0,0188
57	\$ 27.758.003	1,88%	\$ 521.850	\$ 7.268.694	\$ 6.746.844	\$ 21.011.159	0,0188
58	\$ 21.011.159	1,88%	\$ 395.010	\$ 7.268.694	\$ 6.873.685	\$ 14.137.475	0,0188
59	\$ 14.137.475	1,88%	\$ 265.785	\$ 7.268.694	\$ 7.002.910	\$ 7.134.565	0,0188
60	\$ 7.134.565	1,88%	\$ 134.130	\$ 7.268.694	\$ 7.134.565	\$ -	0,0188

FUENTE: Autores del trabajo

## 11.2 Estados de Resultado

### 11.2.1 Estado de Resultado Habitación

Tabla 29

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS SERVICIO DE HABITACIONES					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales por Arrendamiento de habitaciones:					
Habitación Junior Suite	\$ 29.023.991	\$ 30.486.800	\$ 32.023.335	\$ 33.637.311	\$ 35.332.632
Habitación Doble	\$ 39.182.388	\$ 41.157.181	\$ 43.231.503	\$ 45.410.370	\$ 47.699.053
Habitación Sencilla	\$ 52.605.984	\$ 55.257.326	\$ 58.042.295	\$ 60.967.627	\$ 64.040.395
<b>Ingresos Operacionales Netos (Habitaciones)</b>	<b>\$ 120.812.364</b>	<b>\$ 126.901.307</b>	<b>\$ 133.297.133</b>	<b>\$ 140.015.308</b>	<b>\$ 147.072.080</b>
Menos Costos Operacionales y de Ventas:					
Gastos de Personal	\$ 7.891.650	\$ 8.128.400	\$ 8.372.251	\$ 8.623.419	\$ 8.882.122
Gastos de Mantenimiento Hotel Zonas Comunes y Seguros H.	\$ 1.100.000	\$ 1.133.000	\$ 1.166.990	\$ 1.202.000	\$ 1.238.060
Gastos de Servicios Públicos Imputado a Habitaciones	\$ 545.332	\$ 561.692	\$ 578.543	\$ 595.899	\$ 613.776
Gastos de Servicios Públicos Hotel	\$ 1.560.000	\$ 1.606.800	\$ 1.655.004	\$ 1.704.654	\$ 1.755.794
Gastos de Minibar	\$ 3.169.170	\$ 3.264.245	\$ 3.362.172	\$ 3.463.038	\$ 3.566.929
Gastos Insumos de Aseo Habitación	\$ 498.851	\$ 513.816	\$ 529.231	\$ 545.108	\$ 561.461
Gastos de Depreciación (Edificio, Equipos, Muebles y E.)	\$ 16.882.500	\$ 16.882.500	\$ 16.882.500	\$ 16.882.500	\$ 16.882.500
Gastos Seguros	\$ 3.000.000	\$ 3.090.000	\$ 3.182.700	\$ 3.278.181	\$ 3.376.526
Gastos Provisiones	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 3.000.000
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>

	<b>84.164.86</b> <b>1</b>	<b>89.720.85</b> <b>4</b>	<b>95.067.74</b> <b>1</b>	<b>101.220.5</b> <b>10</b>	<b>107.194.9</b> <b>13</b>
	\$ 87.224.33 4	\$ 87.224.33 4	\$ 87.224.33 4	\$ 87.224.33 4	\$ 87.224.33 4
Menos: Gastos Financieros					
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ - <b>3.059.473</b>	\$ <b>2.496.520</b>	\$ <b>7.843.408</b>	\$ <b>13.996.17</b> <b>6</b>	\$ <b>19.970.57</b> <b>9</b>
Menos: Provisión para Impuesto de Renta					
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	\$ - <b>3.059.473</b>	\$ <b>2.496.520</b>	\$ <b>7.843.408</b>	\$ <b>13.996.17</b> <b>6</b>	\$ <b>19.970.57</b> <b>9</b>

FUENTE: Autores del trabajo

El estado de resultados por habitación muestra ingresos operacionales en el año 1 por \$120.812.364 que son ajustados a la tasa de crecimiento esperado del sector de recreación, dentro del cual se contempla el sector de la hotelería y el turismo, y es de 1,04. Así se obtienen los ingresos operacionales netos de los años 2, 3, 4 y 5. Así mismo los gastos de personal, de mantenimiento, de servicios públicos, de insumos, de minibar y de seguros están ajustados a la inflación esperada de los años 2, 3,4 y 5. De la utilidad operacional se deducen los gastos financieros, que resultan de la suma de las cuotas mensuales del crédito a lo largo de los 5 años, y da como resultado la Utilidad antes de impuestos. Debido a que no existe un impuesto de Renta debido a la regulación que favorece los establecimientos hoteleros creados y les exenta de este impuesto, la Utilidad antes de impuestos es el mismo resultado del ejercicio de los años 1, 2, 3,4 y 5. En el año 1 el resultado del ejercicio es negativo debido a que la utilidad operacional es menor que los gastos financieros adeudados con el Banco. En este año se debe pagar más de lo que se recibe, por lo tanto no existe utilidad sino pérdida. Sin embargo desde el año 2 hasta el año 5 habrá utilidad y esta crecerá exponencialmente a futuro.

## 11.2.2 Estado de Resultado Bar y Restaurante

Tabla 30

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS SERVICIO DE RESTAURANTE Y BAR					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>					
Ingresos Arrendamiento de Restaurante	\$ 24.000.000	\$ 24.720.000	\$ 25.461.600	\$ 26.225.448	\$ 27.012.211
Mas: Comisión Comedor para Huéspedes (Almuerzos y Cenas)	\$ 10.982.400	\$ 11.535.913	\$ 12.117.323	\$ 12.728.036	\$ 13.369.529
Menos: Costo Desayunos Huéspedes (Asumidos por el Hotel)	\$ - 3.696.000	\$ - 3.882.278	\$ - 4.077.945	\$ - 4.283.474	\$ - 4.499.361
<b>Total Ingresos Restaurante</b>	<b>\$ 31.286.400</b>	<b>\$ 32.373.635</b>	<b>\$ 33.500.978</b>	<b>\$ 34.670.010</b>	<b>\$ 35.882.380</b>
Ingresos Comisión de Bar (40% sobre el MUB en Ventas):					
Venta de Wisky	\$ 921.600	\$ 930.816	\$ 940.124	\$ 949.525	\$ 959.021
Venta de Aguardiente	\$ 288.000	\$ 290.880	\$ 293.789	\$ 296.727	\$ 299.694
Ventas de Cerveza Nacional	\$ 138.240	\$ 139.622	\$ 141.019	\$ 142.429	\$ 143.853
Venta de Cerveza importada	\$ 288.000	\$ 290.880	\$ 293.789	\$ 296.727	\$ 299.694
Venta de Cocteles	\$ 276.480	\$ 279.245	\$ 282.037	\$ 284.858	\$ 287.706
<b>Total Ingresos Bar</b>	<b>\$ 1.912.320</b>	<b>\$ 1.931.443</b>	<b>\$ 1.950.758</b>	<b>\$ 1.970.265</b>	<b>\$ 1.989.968</b>
<b>Total Ingresos Netos Restaurante y Bar</b>	<b>\$ 33.198.720</b>	<b>\$ 34.305.078</b>	<b>\$ 35.451.735</b>	<b>\$ 36.640.276</b>	<b>\$ 37.872.348</b>
<b>COSTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>					
Menos: Gastos de Impuestos (Predial, Industria y Comercio, RNT)	\$ 3.282.413	\$ 3.380.885	\$ 3.482.312	\$ 3.586.781	\$ 3.694.385

	\$	\$	\$	\$	\$
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>29.916.30</b>	<b>30.924.19</b>	<b>31.969.42</b>	<b>33.053.4</b>	<b>34.177.9</b>
	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>94</b>	<b>63</b>
Menos Gastos Financieros	\$	\$	\$	\$	\$
	-	-	-	-	-
	\$	\$	\$	\$	\$
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>29.916.30</b>	<b>30.924.19</b>	<b>31.969.42</b>	<b>33.053.4</b>	<b>34.177.9</b>
	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>94</b>	<b>63</b>
Menos: Provisión para Impuesto de Renta	\$	\$	\$	\$	\$
	10.470.707	10.823.46	11.189.29	11.568.7	11.962.2
	\$	\$	\$	\$	\$
<b>RESULTADOD DEL EJERCICIO RESTAURANTE Y BAR</b>	<b>19.445.60</b>	<b>20.100.72</b>	<b>20.780.12</b>	<b>21.484.7</b>	<b>22.215.6</b>
	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>71</b>	<b>76</b>

FUENTE: Autores del trabajo

El Bar y Restaurante del hotel se manejaran en forma de outsourcing para reducir costos y contar con la asesoría de expertos en temas gastronómicos y de licores. De esta manera el señor Luis Pardo propietario del restaurante La Fonda Totense será el encargado de manejar el restaurante y el bar, pagando un arrendamiento mensual de \$2.000.000 por el derecho del restaurante y bar del Hotel EcoTota. De las utilidades, el 60% será para el señor Pardo y el restante 40% para el hotel. En el caso de los ingresos por comedor para huéspedes (almuerzos y cenas) se establece teniendo en cuenta que en promedio por año se tendrán 1056 personas que utilizaran este servicio y que el promedio de los gastos por persona en almuerzos y cenas será de \$40.000; igualmente que el margen de utilidad bruto (MBU) es del 65%. Estos gastos están ajustados a la tasa de crecimiento proyectada del sector y a la inflación esperada en los próximos 4 años. Como el desayuno de los huéspedes es asumido por el hotel, se deduce de los ingresos y tiene un costo aproximado de \$3.500 por persona, que multiplicado por las 1.056 personas esperadas (proyección de ventas) da como resultado \$3.696.000 en el año 1.

Los ingresos por comisión del Bar son del 40% sobre el MUB en ventas, y dan como resultado los ingresos del bar discriminados según el tipo de licor que

consuman los visitantes. Se obtienen ingresos netos por restaurante y bar entre los \$33.000.000 y los \$38.000.000 aproximadamente en los primeros 5 años, lo que significa una ganancia significativa para el hotel. Igualmente se incurren en costos operacionales de administración y ventas, tales como el impuesto predial, de industria y comercio y el Registro Nacional del Turismo que tienen valores aproximadamente de \$2.500.000, 132.413 y 650.000 respectivamente durante todo un año. Para los años 2, 3, 4 y 5 se ajustan estos valores a la inflación esperada. A los ingresos netos de restaurante y bar se le restan estos costos operacionales, dando como resultado la utilidad operacional, que es la misma utilidad antes de impuestos al no tener en cuenta los gastos financieros. Sin embargo a este valor se le descuenta el 35%, que es la tasa de impuestos en Colombia. De esta forma se obtiene el resultado del ejercicio respectivo para los años 1, 2, 3,4 y 5

### 11.2.3 Estado de Resultado del Hotel Temático con Sello Verde

Tabla 31

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales Netos (Habitaciones)	\$ 120.812.364	\$ 126.901.307	\$ 133.297.133	\$ 140.015.308	\$ 147.072.080
Menos Costos Operacionales y de Ventas:					
Gastos de Personal	\$ 7.891.650	\$ 8.128.400	\$ 8.372.251	\$ 8.623.419	\$ 8.882.122
Gastos de Mantenimiento Hotel Zonas Comunes	\$ 1.100.000	\$ 1.133.000	\$ 1.166.990	\$ 1.202.000	\$ 1.238.060
Gastos de Servicios Públicos Imputado a Habitaciones	\$ 545.332	\$ 561.692	\$ 578.543	\$ 595.899	\$ 613.776
Gastos de Servicios Públicos Hotel	\$ 1.560.000	\$ 1.606.800	\$ 1.655.004	\$ 1.704.654	\$ 1.755.794
Gastos de Minibar	\$ 3.169.170	\$ 3.264.245	\$ 3.362.172	\$ 3.463.038	\$ 3.566.929
Gastos Insumos de Aseo Habitación	\$ 498.851	\$ 513.816	\$ 529.231	\$ 545.108	\$ 561.461
Gastos de Impuestos (Predial, Industria y Comercio, RNT)	\$ 3.282.413	\$ 3.380.885	\$ 3.482.312	\$ 3.586.781	\$ 3.694.385



Gastos de Depreciación (Edificio, Equipos, Muebles y E.)	\$ 16.882.500	\$ 16.882.500	\$ 16.882.500	\$ 16.882.500	\$ 16.882.500
Gastos Seguros	\$ 3.000.000	\$ 3.090.000	\$ 3.182.700	\$ 3.278.181	\$ 3.376.526
Gastos Provisiones	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 3.000.000
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 80.882.448</b>	<b>\$ 86.339.969</b>	<b>\$ 91.585.429</b>	<b>\$ 97.633.729</b>	<b>\$ 103.500.528</b>
Mas: Ingresos No Operacionales	\$ 33.198.720	\$ 34.305.078	\$ 35.451.735	\$ 36.640.276	\$ 37.872.348
Menos: Gastos Financieros	\$ 87.224.334	\$ 87.224.334	\$ 87.224.334	\$ 87.224.334	\$ 87.224.334
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 26.856.834</b>	<b>\$ 33.420.713</b>	<b>\$ 39.812.831</b>	<b>\$ 47.049.671</b>	<b>\$ 54.148.542</b>
Menos: Provisión para Impuesto de Renta	\$ 9.399.892	\$ 11.697.249	\$ 13.934.491	\$ 16.467.385	\$ 18.951.990
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 17.456.942</b>	<b>\$ 21.723.463</b>	<b>\$ 25.878.340</b>	<b>\$ 30.582.286</b>	<b>\$ 35.196.552</b>

FUENTE: Autores del trabajo

Este es el estado de resultados consolidado, es decir comprende tanto las habitaciones como el Bar y el Restaurante, dando como resultado los siguientes resultados del ejercicio para los años 1, 2, 3, 4 y 5 respectivamente: 17.456.942 21.723.463; 25.878.340; 30.582.286; 35.196.552.

### 11.3. Balance General Inicial

Tabla 32

<b>BALANCE GENERAL CONSOLIDADO</b>						
	Balance Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVOS</b>						
Disponible (Caja y Bancos)	\$ 14.765.003	\$ 60.504.337	\$ 103.407.658	\$ 150.905.739	\$ 203.403.419	\$ 260.967.076
Inversiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Deudores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventario de Suministros	\$ 2.668.000	\$ 3.668.021	\$ 3.778.061	\$ 3.891.403	\$ 4.008.145	\$ 4.128.390
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 17.433.003</b>	<b>\$ 64.172.358</b>	<b>\$ 107.185.719</b>	<b>\$ 154.797.143</b>	<b>\$ 207.411.564</b>	<b>\$ 265.095.466</b>
Propiedad, Planta y Equipo:						
Edificaciones	\$ 570.000.000	\$ 570.000.000	\$ 570.000.000	\$ 570.000.000	\$ 570.000.000	\$ 570.000.000
Equipo de Oficina (Computadores)	\$ 3.144.000	\$ 3.144.000	\$ 3.144.000	\$ 3.144.000	\$ 3.144.000	\$ 3.144.000
Muebles y Enseres	\$ 47.793.000	\$ 47.793.000	\$ 47.793.000	\$ 47.793.000	\$ 47.793.000	\$ 47.793.000
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ (16.882.500)	\$ (33.765.000)	\$ (50.647.500)	\$ (67.530.000)	\$ (84.412.500)
Intangibles	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Diferidos	\$ 1.800.000	\$ 1.854.000	\$ 1.909.620	\$ 1.966.909	\$ 2.025.916	\$ 2.086.693
Valorizaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>\$ 622.737.000</b>	<b>\$ 605.908.500</b>	<b>\$ 589.081.620</b>	<b>\$ 572.256.409</b>	<b>\$ 555.432.916</b>	<b>\$ 538.611.193</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 640.170.003</b>	<b>\$ 670.080.858</b>	<b>\$ 696.267.339</b>	<b>\$ 727.053.551</b>	<b>\$ 762.844.480</b>	<b>\$ 803.706.659</b>
PASIVO Y PATRIMONIO						
Obligaciones Financieras (CP)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Proveedores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cuentas x Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos x Pagar	\$ -	\$ 9.399.892	\$ 11.697.24	\$ 13.934.49	\$ 16.467.3	\$ 18.951.99

			9	1	85	0
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
<b>Total Pasivo Corriente</b>	-	<b>9.399.892</b>	<b>11.697.249</b>	<b>13.934.491</b>	<b>16.467.385</b>	<b>18.951.990</b>
Obligaciones Financieras (LP)	\$ 260.170.003	\$ 228.497.095	\$ 188.891.624	\$ 139.366.861	\$ 77.438.491	\$ -
Pasivos Estimados y Provisiones	\$ -	\$ 6.103.658	\$ 6.226.768	\$ 6.853.571	\$ 6.984.178	\$ 7.618.703
Otros Pasivos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>\$ 260.170.003</b>	<b>\$ 234.600.753</b>	<b>\$ 195.118.392</b>	<b>\$ 146.220.432</b>	<b>\$ 84.422.669</b>	<b>\$ 7.618.703</b>
Capital Social	\$ 380.000.000	\$ 380.000.000	\$ 380.000.000	\$ 380.000.000	\$ 380.000.000	\$ 380.000.000
Reserva Legal	\$ -	\$ 1.745.694	\$ 3.918.041	\$ 6.505.875	\$ 9.564.103	\$ 13.083.758
Reserva Estatutaria (Política Dividendos)	\$ -	\$ 26.877.577	\$ 66.353.252	\$ 115.334.009	\$ 176.749.292	\$ 253.214.624
Resultados del Ejercicio	\$ -	\$ 17.456.942	\$ 21.723.463	\$ 25.878.340	\$ 30.582.286	\$ 35.196.552
Resultados de Ejercicios Anteriores	\$ -	\$ -	\$ 17.456.942	\$ 39.180.405	\$ 65.058.746	\$ 95.641.032
Superávit de Valorizaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$ 380.000.000</b>	<b>\$ 426.080.213</b>	<b>\$ 489.451.698</b>	<b>\$ 566.898.629</b>	<b>\$ 661.954.427</b>	<b>\$ 777.135.966</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 640.170.003</b>	<b>\$ 670.080.858</b>	<b>\$ 696.267.340</b>	<b>\$ 727.053.552</b>	<b>\$ 762.844.480</b>	<b>\$ 803.706.659</b>

FUENTE: Autores del trabajo

En lo referente a los Activos, el balance general del hotel EcoTota toma los valores de los saldos finales de caja por cada año como los valores del disponible. Entre los años 1 y 5 no existirán inversiones. El inventario de suministros tiene en cuenta

los gastos de puesta en marcha y los costos variables necesarios para el funcionamiento de cada una de las habitaciones y están ajustados a la inflación esperada en el año 1, 2, 3, 4 y 5. El valor de las edificaciones toma en cuenta la compra del lote y la construcción de la infraestructura donde funcionará el Hotel y es un valor constante en los próximos años, a no ser que se haga alguna ampliación o reestructuración de la edificación o el terreno. El equipo de oficina es igualmente un valor constante y resulta de los equipos necesarios para poner en marcha el hotel, tales como computadores y electrodomésticos. La depreciación del edificio, los equipos y de los muebles y enseres es de 20, 10 y 5 años respectivamente y del terreno de 20 años. Con relación al pasivo y patrimonio, los impuestos se empezaran a causar desde el año 1, con un crecimiento ajustado a la tasa de inflación esperada. Las obligaciones financieras a Largo Plazo disminuirán año tras año a medida que las cuotas se cancelen mensualmente. La reserva legal es del 10%. El Hotel temático EcoTota contara con activos valorados en \$ 640.170.003 en el primer año, alcanzando un valor de \$ 803.706.659 en el quinto año.

## 11.4 Flujo de Tesorería

Tabla 33

<b>PROYECCIÓN DE FLUJO DE TESORERÍA</b>						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial de caja	\$ -	\$ 14.765.003	\$ 60.504.337	\$ 103.407.658	\$ 150.905.739	\$ 203.403.419
<b>Ingresos</b>						
Ingresos por ventas del periodo	\$ -	\$ 154.011.084	\$ 161.206.385	\$ 168.748.868	\$ 176.655.584	\$ 184.944.427
Ingresos Periodos anteriores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aportes socios	\$ 380.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Préstamos recibidos	\$ 260.170.003	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ 640.170.003	\$ 154.011.083,75	\$ 161.206.384,64	\$ 168.748.868,12	\$ 176.655.583,82	\$ 184.944.427,40
<b>Egresos</b>						
Egresos compras presente periodo	\$ 55.405.000,00	\$ 3.668.021	\$ 3.778.061	\$ 3.891.403	\$ 4.008.145	\$ 4.128.390
Egresos compras periodos anteriores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sueldos y Salarios		\$ 7.891.650	\$ 8.128.400	\$ 8.372.251	\$ 8.623.419	\$ 8.882.122

Gastos Operacionales de Administración		\$ 9.487.745	\$ 9.772.377	\$ 10.065.549	\$ 10.367.515	\$ 10.678.541
Amortización de Crédito Bancario		\$ 87.224.334	\$ 87.224.334	\$ 87.224.334	\$ 87.224.334	\$ 87.224.334
Pago de Impuesto de Renta		\$ -	\$ 9.399.892	\$ 11.697.249	\$ 13.934.491	\$ 16.467.385
Pago de dividendos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Compra de Terreno y Construcción de Edificación	\$ 570.000.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 625.405.000,00</b>	<b>\$ 108.271.749,5</b>	<b>\$ 118.303.063,96</b>	<b>\$ 121.250.786,56</b>	<b>\$ 124.157.904,08</b>	<b>\$ 127.380.770,32</b>
<b>Saldo Final de Caja</b>	<b>\$ 14.765.002,83</b>	<b>\$ 45.739.334,25</b>	<b>\$ 42.903.320,68</b>	<b>\$ 47.498.081,56</b>	<b>\$ 52.497.679,75</b>	<b>\$ 57.563.657,07</b>
<b>Saldo Final de Caja Año</b>	<b>\$ 14.765.002,83</b>	<b>\$ 60.504.337,07</b>	<b>\$ 103.407.657,75</b>	<b>\$ 150.905.739,32</b>	<b>\$ 203.403.419,07</b>	<b>\$ 260.967.076,14</b>

FUENTE: Autores del trabajo

Se observa que desde el año 0 hasta el año 5 hay un incremento en los ingresos totales del hotel, pasando de \$ 640.170.003 a \$ 184.944.427,40. Esto indica que el proyecto es viable en la medida que generara ingresos que le permitirán ser sostenible a lo largo del tiempo, lo que permitirá obtener rentabilidad a sus accionistas y propietarios. Igualmente, a pesar que los egresos en el año 0 son elevados con relación a los egresos de los años siguientes, como causa de la compra del terreno y de la inversión hecha en los gastos de puesta en marcha, disminuirán en el primer año considerablemente, pero aumentaran sustancialmente en los siguientes años como causa de los ajustes inflacionarios hechos. De esta manera se obtiene el saldo final de caja para cada año:

Año 0 Año 1 Año 2 Año 3 Año 4 Año 5

\$ 14.765.002,83 \$ 60.504.337,07 \$ 103.407.657,75 \$ 150.905.739,32 \$ 203.403.419,07 \$ 260.967.076,14

## 11.5 Cronograma de inversiones y financiación-CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 34

AÑO	2012																							
	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Recibimiento Lote. Aporte socio	■																							
Estudio de suelos- Ingeniero		■	■																					
Visita Arquitecto a la zona			■	■	■	■																		
Reunión Socios. Aporte capital							■																	
Solicitud crédito bancario								■	■															
Recibimiento monto crédito										■	■													
Primer adelanto monetario Arquitecto.											■													
Inicio Obra de construcción instalaciones													■	■	■	■								
Tramites Cámara de Comercio de Sogamoso																	■	■						
Trámites legales municipales. Tota																		■	■					
Tramites Registro Nacional de Turismo																			■	■				
Segunda Reunión Socios. Revisión de avances																				■				
Inicio de estrategias publicitarias																					■	■	■	
AÑO	2013																							
MES	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
SEMANA	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
inversión en Brochures	■	■																						
Alianzas con Agencias de Viajes Nacionales		■	■	■	■																			
Alianzas con Centros de deportes extremos de la región				■	■	■	■																	
Terminación obra de Construcción instalaciones						■	■	■																
Compra de Equipos-insumos puesta en marcha								■	■	■	■	■												
Adecuación de habitaciones y oficinas												■	■	■										
Contratación de personal															■	■	■	■						
Traslado Restaurante la Fonda Totense al Hotel Temático ECOTOTA																			■	■	■	■		
Inauguración del Hotel Temático ECOTOTA																							■	

FUENTE: Autores del trabajo



## 11.6 Cuadros -Evaluación Económica -TIR VP.

Tabla 35

### CÁLCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (CPPC - WACC)

<b>WACC</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Tasa de Inflación Esperada	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
Tasa de impuestos	35%	35%	35%	35%	35%
Spread sector bancario	6%	7%	8%	7%	8%
Tasa de impuestos sobre las utilidades	35%	35%	35%	35%	35%
BETA	1,5	1,6	1,9	1,6	1,9
Tasa libre de riesgo	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
Tasa de mercado	11,28%	12,32%	12,27%	12,32%	12,27%
Ke	12,67%	15,19%	17,89%	15,19%	17,89%
Kd	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
<b>WACC</b>	<b>17,16%</b>	<b>18,11%</b>	<b>19,46%</b>	<b>16,49%</b>	<b>18,13%</b>

FUENTE: Autores del trabajo

Tabla 36

<b><u>NOPAT</u></b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos Operacionales	120.812.364	126.901.307	133.297.133	140.015.308	147.072.080
Gastos de Administración	39.929.916	40.561.338	41.711.703	42.381.580	43.571.552
Utilidad antes de Impuestos e Intereses (AUII)	80.882.448	86.339.969	91.585.429	97.633.729	103.500.528
Impuestos 35%	9.399.892	11.697.249	13.934.491	16.467.385	18.951.990
<b>NOPAT</b>	<b>\$ 71.482.556</b>	<b>\$ 74.642.719</b>	<b>\$ 77.650.938</b>	<b>\$ 81.166.344</b>	<b>\$ 84.548.538</b>

FUENTE: Autores del trabajo

Tabla 37

<b><u>CAPITAL INVERTIDO</u></b>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total Activos	640.170.003	670.080.858	696.267.339	727.053.551	762.844.480
Total pasivos sin Deuda ni Impuestos	234.600.752,7 6	195.118.392, 11	146.220.431,5 4	84.422.669,0 2	7.618.703,23
<b>Capital Invertido</b>	<b>\$ 405.569.250</b>	<b>\$ 474.962.466</b>	<b>\$ 550.046.908</b>	<b>\$ 642.630.882</b>	<b>\$ 755.225.777</b>

FUENTE: Autores del trabajo

Tabla 38

<b><u>VALOR TERMINAL</u></b>	
NOPAT	84.548.538,21
Capital Invertido	755.225.777,09
ROIC	893,25%
Tasa de Inversión del NOPAT	15%
G	8,00%
WACC <sub>perpetuo</sub>	18,13%
<b>VALOR TERMINAL</b>	<b>827.476.857</b>

FUENTE: Autores del trabajo

Tabla 39

<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Final Año (Flujo de tesorería)		\$ 60.504.337	\$ 103.407.658	\$ 150.905.739	\$ 203.403.419	\$ 260.967.076
Menos aportes de socios	\$ - 380.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Menos Préstamos recibidos	\$ - 260.170.003	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Más abonos a capital préstamos	\$ -	\$ 31.672.908	\$ 39.605.470	\$ 45.807.232	\$ 61.928.370	\$ 77.438.491
Más Intereses prestamos	\$ -	\$ 55.551.426	\$ 47.618.863	\$ 37.699.570	\$ 25.295.964	\$ 9.785.843
Menos ahorro de Impuestos por intereses	\$ -	\$ - 19.442.999	\$ - 16.666.602	\$ - 13.194.850	\$ - 8.853.587	\$ - 3.425.045
Mas pago de dividendos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor terminal	\$ -			\$ -	\$ -	\$ 827.476.857,1 2
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	<b>(640.170.002,83)</b>	<b>128.285.671,78</b>	<b>173.965.389,28</b>	<b>221.217.691,53</b>	<b>281.774.165,33</b>	<b>1.172.243.222</b>
WACC		17,16%	18,11%	19,46%	16,49%	18,13%
<b>VALOR PRESENTE NETO con reinversión</b>	<b>390.610.716,42</b>					

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	(640.170.002,83)					1.977.486.139, 96

<b>VALOR PRESENTE NETO sin reinversión</b>	<b>229.247.273</b>
--	--------------------

FUENTE: Autores del trabajo

Tabla 40

<b>TIR, con reinversión</b>	34%
<b>TIR MODIFICADA (TIRM)</b>	25%
<b>TIRM, considerando reinversión al 15%</b>	29%

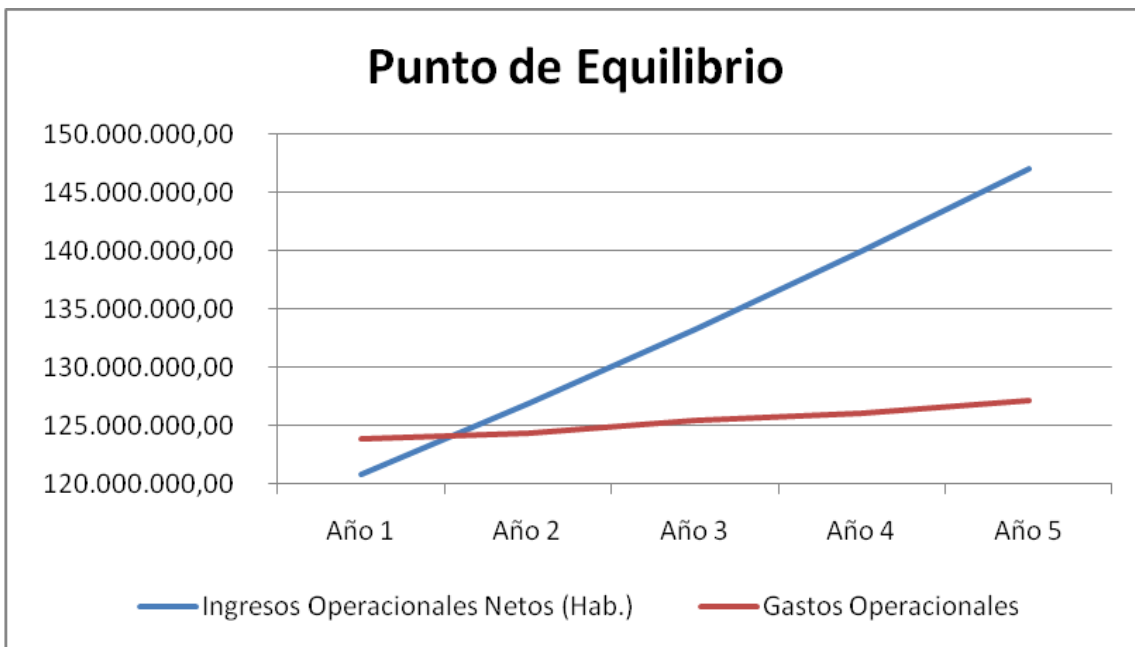
FUENTE: Autores del trabajo

El NOPAT es el beneficio que se obtiene solo teniendo en cuenta la operación del negocio. Al dar como resultado un NOPAT positivo está indicando que el Hotel EcoTota por si mismo puede generar los recursos mínimos necesarios para asegurar su continuidad a lo largo del tiempo. El WACC, que es el costo de capital, representa el costo mínimo de oportunidad de la empresa. El hecho que la TIR sea mayor al WACC en todos los periodos, también indica que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero. El VPN y el VPN sin reinversión son los indicadores financieros más importantes, porque determinan la verdadera creación de valor para los inversionistas, que es en ultimas el fin de toda empresa. Un VPN positivo indica que el negocio crea valor puesto que además de representar un rendimiento mínimo exigido por los Stakeholders, también genera un remanente o riqueza para ellos.

### 11.7 Punto de Equilibrio.

Punto de Equilibrio					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos Operacionales Netos (Hab.)</b>	120.812.363,75	126.901.306,88	133.297.132,75	140.015.308,24	147.072.079,77
<b>Gastos Operacionales</b>	123.871.836,50	124.404.786,58	125.453.725,17	126.019.131,92	127.101.500,86

FUENTE: Autores del trabajo

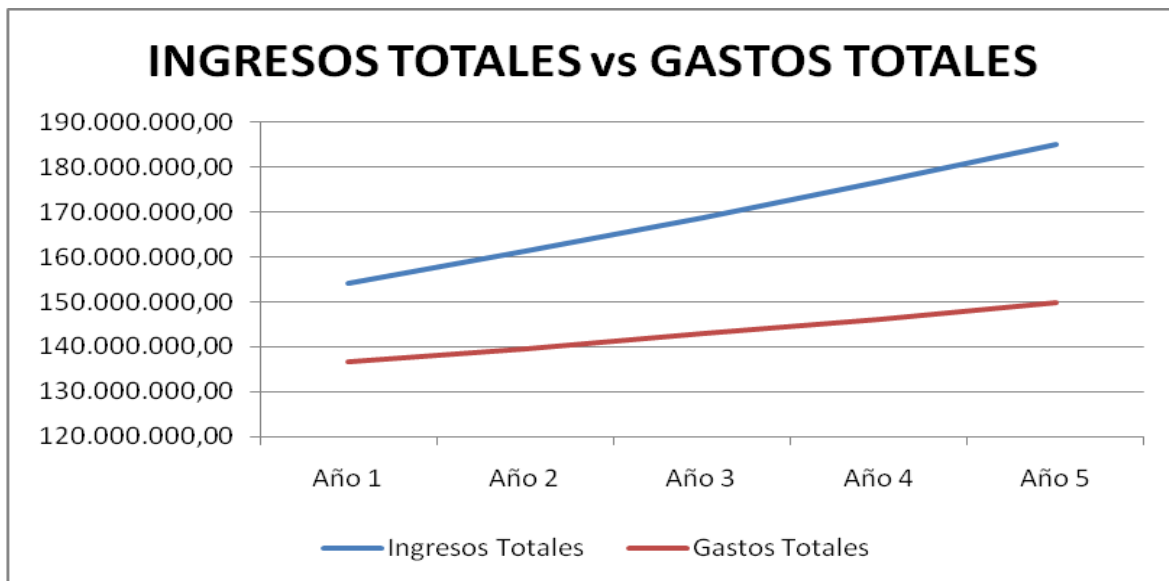


FUENTE: Autores del trabajo

## 11.8 Análisis de Sensibilidad.

INGRESOS TOTALES vs. GASTOS TOTALES					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos Totales</b>	154.011.083,75	161.206.384,64	168.748.868,12	176.655.583,82	184.944.427,40
<b>Gastos Totales</b>	136.554.141,49	139.482.921,41	142.870.527,97	146.073.297,94	149.747.875,24

FUENTE: Autores del trabajo



FUENTE: Autores del trabajo

El análisis de sensibilidad se ha hecho con la base del escenario estimado, para el escenario pesimista se redujo la ocupación del hotel en un 50%; finalmente para el escenario optimista se hizo con una ocupación aumentada al 50%.

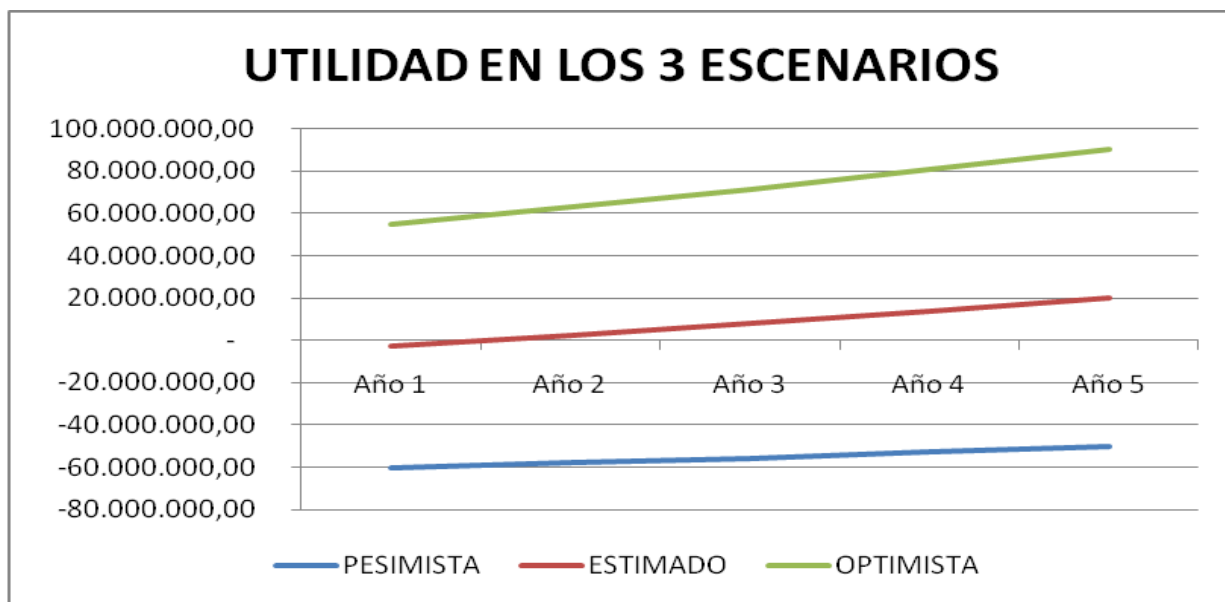
Un supuesto que resulta importante en el estudio de sensibilidad, es que los costos no se variaron, ya que es una empresa que presta un servicio, no se considera una empresa manufacturera.

Mes	ESCENARIOS		
	ESTIMADO	PESIMISTA -50%	OPTIMISTA +50%
Enero	41%	21%	62%
Febrero	47%	23%	70%
Marzo	29%	14%	43%
Abril	30%	15%	45%
Mayo	32%	16%	48%
Junio	28%	14%	42%
Julio	41%	21%	62%
Agosto	41%	20%	61%
Septiembre	37%	18%	55%
Octubre	44%	22%	66%
Noviembre	34%	17%	51%
Diciembre	37%	18%	55%

FUENTE: Autores del trabajo

	UTILIDAD (HAB.)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>PESIMISTA</b>	- 60.649.424,86	- 58.074.533,76	- 55.860.285,18	- 52.999.368,01	- 50.484.094,04
<b>ESTIMADO</b>	- 3.059.472,75	2.496.520,30	7.843.407,57	13.996.176,32	19.970.578,91
<b>OPTIMISTA</b>	54.533.750,49	63.071.014,81	71.550.718,72	80.995.526,02	90.429.253,71

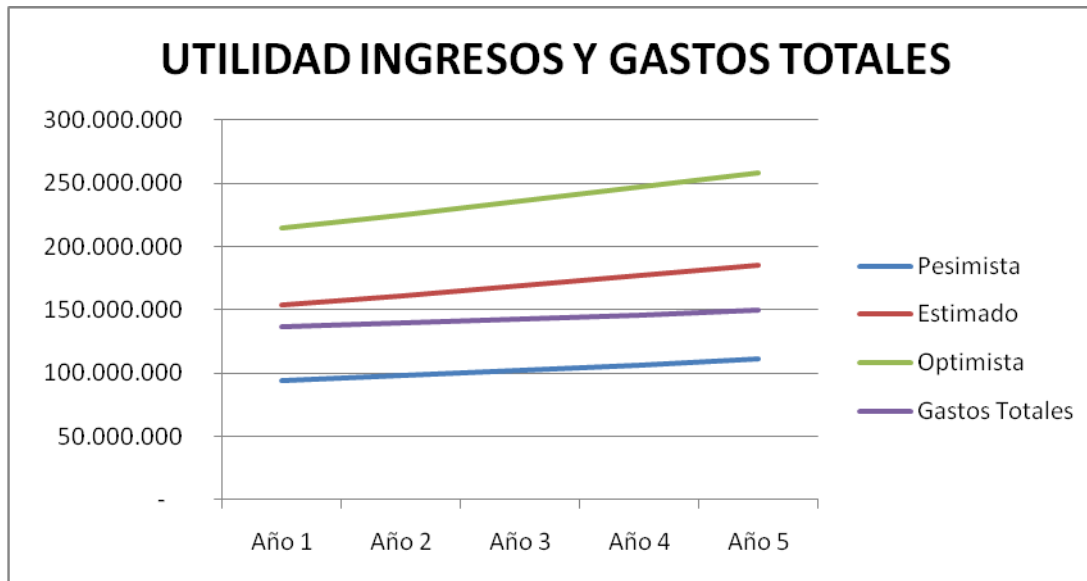
FUENTE: Autores del trabajo



FUENTE: Autores del trabajo

UTILIDAD CON INGRESOS Y GASTOS TOTALES					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Pesimista</b>	93.604.902	97.755.731	102.100.302	106.647.930	111.408.388
<b>Estimado</b>	154.011.084	161.206.385	168.748.868	176.655.584	184.944.427
<b>Optimista</b>	214.417.266	224.657.038	235.397.434	246.663.238	258.480.467
<b>Gastos Totales</b>	136.554.141	139.482.921	142.870.528	146.073.298	149.747.875

FUENTE: Autores del trabajo



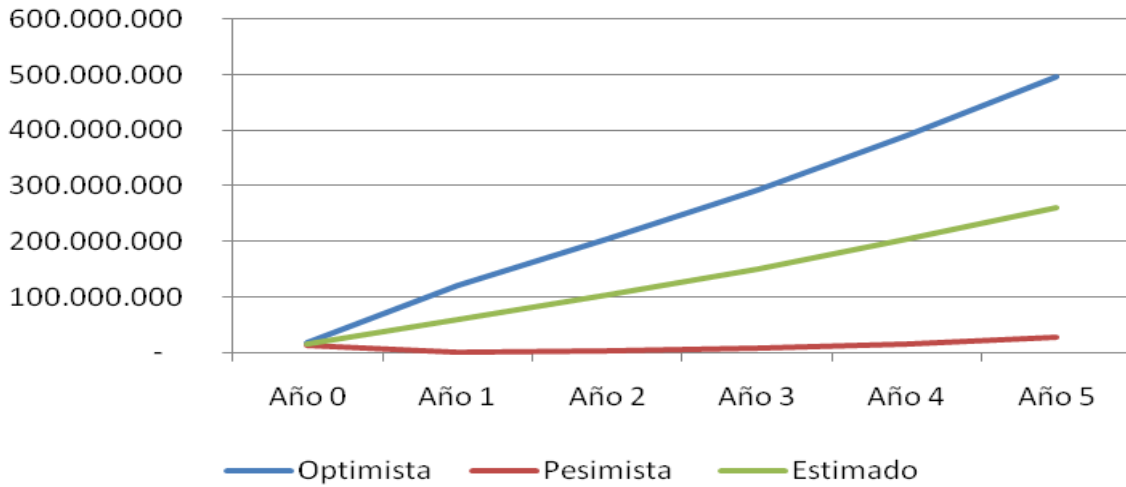
FUENTE: Autores del trabajo

Flujos de Caja al final de cada año en cada escenario						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Optimista</b>	16.871.679	120.204.237	203.524.424	293.528.743	390.728.214	495.300.773
<b>Pesimista</b>	12.658.326	804.437	3.290.892	8.282.735	16.078.624	26.633.379
<b>Estimado</b>	14.765.003	60.504.337	103.407.658	150.905.739	203.403.419	260.967.076

FUENTE: Autores del trabajo



## FLUJO DE CAJA EN LOS 3 ESCENARIOS

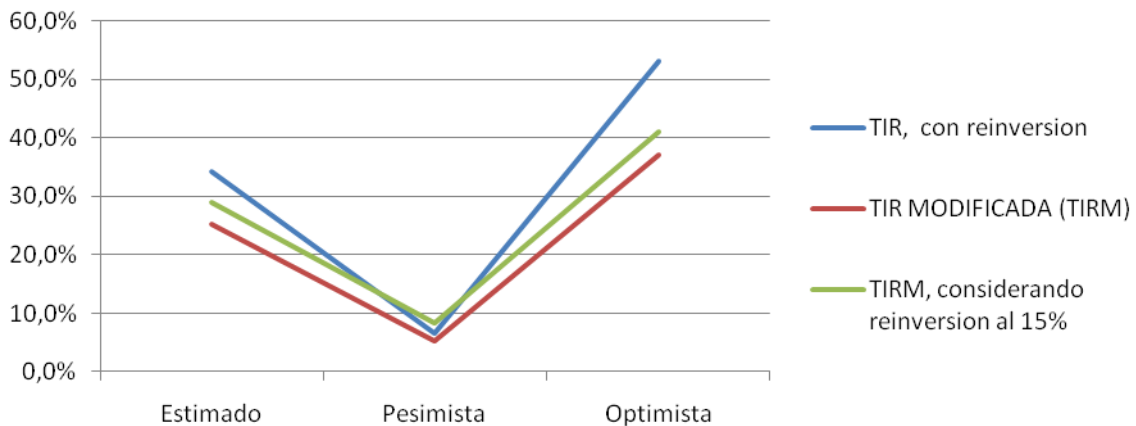


FUENTE: Autores del trabajo

	COMPORTAMIENTO DE LA TIR EN LOS 3 ESCENARIOS		
	Estimado	Pesimista	Optimista
<b>TIR, con reinversión</b>	34,2%	6,6%	53,1%
<b>TIR MODIFICADA (TIRM)</b>	25,3%	5,3%	37,1%
<b>TIRM, considerando reinversión al 15%</b>	28,9%	8,4%	41,0%

FUENTE: Autores del trabajo

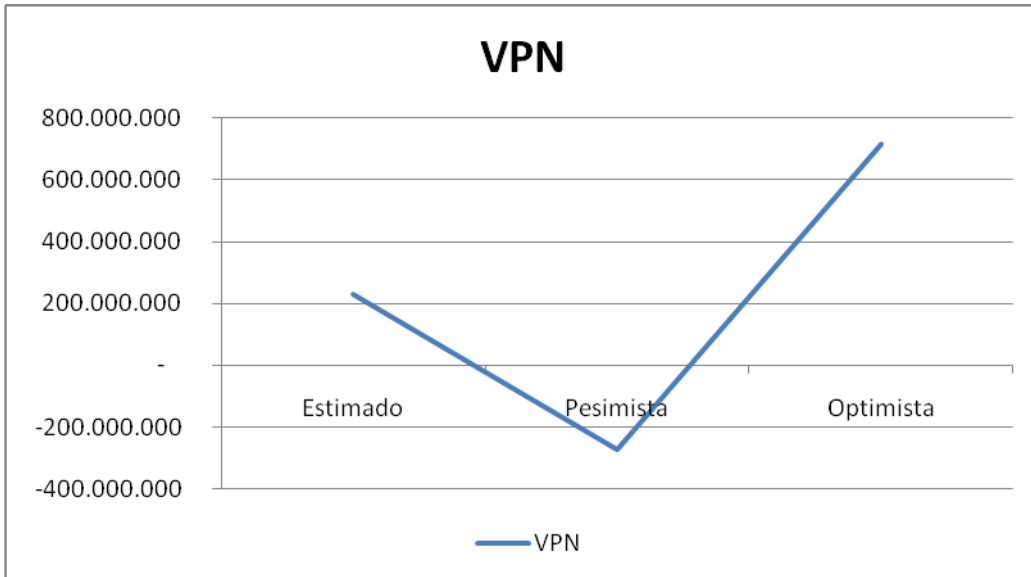
## TIR 3 ESCENARIOS



FUENTE: Autores del trabajo

VPN EN LOS 3 ESCENARIOS			
	Estimado	Pesimista	Optimista
VPN	229.247.273	-271.085.228	715.810.468

FUENTE: Autores del trabajo



FUENTE: Autores del trabajo

## 12. IMPACTO ECONOMICO SOCIAL AMBIENTAL

### 12.1 Plan Sectorial De Turismo 2011 – 2014 “Turismo: factor de prosperidad para Colombia”

El nuevo gobierno reforzara el turismo, siguiendo la línea de acción en los dos anteriores planes sectoriales de turismo; el plan sectorial de turismo 2003-2006 “Turismo para un nuevo país” y el plan sectorial de turismo 2008-2010 “Colombia, destino turístico de clase mundial”; con el nuevo plan sectorial de turismo 2010-2014 “Turismo: factor de prosperidad para Colombia” con el objetivo de “Mejorar la competitividad de los servicios y destinos turísticos de Colombia con respecto a otros países de Latinoamérica y el Caribe, con el fin de hacer del turismo una estrategia de desarrollo sostenible para el país, que contribuya a la generación de empleo, a la prosperidad de las regiones y a dinamizar el círculo virtuoso del

ascenso social”<sup>78</sup>, por medio de los siguientes objetivos específicos y sus estrategias:

1. “Fortalecer la institucionalidad y la gestión pública del turismo a nivel nacional y regional:

- Promover en las regiones la planificación del desarrollo turístico.
- Fortalecer la capacidad de gestión y el buen gobierno de las regiones frente a la implementación de planes y programas del turismo.
- Definir las competencias institucionales en materia turística, para promover la coordinación interinstitucional de carácter nacional.
- Fomentar la coordinación entre las entidades del orden nacional y las regionales en materia turística.
- Promover la descentralización de la gestión del turismo.
- Dinamizar la cooperación internacional para el turismo.
- Fortalecer los presupuestos asignados al turismo, así como promover su reglamentación y sistemas de evaluación.
- Crear herramientas de enlace directo con las regiones en busca del mejoramiento de su competitividad

2. Mejorar la calidad de los servicios y destinos turísticos ofrecidos a los turistas nacionales y extranjeros:

- Fortalecer los procesos de normalización y reglamentación para los prestadores de servicios turísticos.
- Fomentar la cultura de la excelencia y la exigencia de la calidad en la prestación de servicios turísticos tanto en la oferta como en la demanda.
- Fomentar la formalidad y el control en la prestación de los servicios turísticos.
- Implementar estrategias de seguridad integral para los turistas en los diferentes a los destinos y productos turísticos

---

<sup>78</sup> Plan Sectorial de turismo 2010-2014 “Turismo: factor de prosperidad para Colombia” Bogotá D.C. 31-agosto-2010.

3. Fortalecer las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo:

- Ajustar los programas de formación y capacitación en turismo, de acuerdo con las necesidades del sector.
- Diseñar programas para la incorporación de personal bilingüe en las empresas del sector.
- Impulsar programas para incentivar la investigación en materia de turismo.

4. Mejorar la gestión en infraestructura de soporte y conectividad para el turismo:

- Fortalecer la participación del sector en las instancias de decisión en materia de infraestructura de soporte para el turismo.
- Fortalecer la gestión en materia de infraestructura turística.
- Aprovechar las tecnologías de la información y la comunicación para la utilización de los servicios de comercialización y operación del turismo, privilegiando la disminución en los costos de transacción asociados con la actividad turística.
- Afianzar las acciones en materia de gestión de frecuencias aéreas desde mercados emisores prioritarios del extranjero hacia Colombia.
- Desarrollar acciones en materia de gestión de rutas terrestres, fluviales y marítimas de mercados emisores del extranjero hacia Colombia.
- Desarrollar acciones en materia de gestión de frecuencias aéreas entre las diferentes ciudades y atractivos turísticos y culturales del país.
- Desarrollar acciones en materia de gestión de rutas terrestres, fluviales y marítimas entre los diferentes destinos turísticos del país.
- Desarrollar gestiones en materia de flexibilización de advertencias de viajes de gobiernos extranjeros y visas para mercados turísticos emisores potenciales.

5. Impulsar la inversión en el sector turístico, buscando la generación de valor agregado nacional:

- Diseñar programas para la promoción y la atracción de la inversión en turismo.
- Impulsar programas de desarrollo empresarial y emprendimiento para los prestadores de servicios turísticos y la cadena de valor del sector.
- Diseñar programas de apoyo para el aprovechamiento de los incentivos tributarios para ecoturismo.

6. Fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados:

- Impulsar el ordenamiento de las playas turísticas.
- Implementar acciones para el desarrollo del producto de naturaleza.
- Formular los lineamientos pertinentes para el desarrollo del agroturismo.
- Impulsar estrategias de especialización del turismo cultural colombiano en temas de rutas culturales, artesanías, gastronomía, ferias y fiestas, ciudades patrimonio y etnoturismo.
- Consolidar la estrategia de transformación productiva en turismo de salud.
- Consolidar la estrategia de desarrollo del turismo corporativo y de negocios.
- Implementar acciones dirigidas al producto termalismo.

7. Enfocar las iniciativas de promoción turística por segmentos especializados del turismo:

- Fortalecer las estrategias de investigación de mercado para la creación de productos turísticos.
- Fortalecer el Centro de Información Turística – CITUR.
- Fortalecer las estrategias de promoción nacional e internacional, según las necesidades de los mercados y las potencialidades de la oferta turística.

8. Desarrollar iniciativas transversales para promover el desarrollo sostenible del turismo:

- Desarrollar una estrategia de posicionamiento y mercadeo verde para los productos y destinos turísticos del país.

- Formular programas de turismo responsable y sostenible encaminados a mitigar los efectos adversos del turismo. (Prevención del consumo de narcóticos y de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes- cuidado de los recursos naturales).
- Desarrollar una estrategia nacional de turismo comunitario.
- Implementar estrategias de turismo dirigido a los segmentos de población consignados en la Política de Turismo Social. (para personas con y en situación de discapacidad, personas mayores, jóvenes y personas con recursos económicos limitados)”<sup>79</sup>.

“A partir de los convenios de competitividad turística, las regiones identificaron sus visiones, en función de la vocación turística de sus territorios. Boyacá tiene una visión para el 2020 de fortalecer sus productos: Ecoturismo, cultural, comunitario. Entrenamiento alto rendimiento”<sup>80</sup>.

El nuevo plan sectorial de turismo 2010-2014 propuesto por el nuevo gobierno tiene estrategias y programas, que en su mayoría podrá ser de gran utilidad para el Hotel, el municipio de Tota, y el departamento de Boyacá, que serán de gran ayuda para la promoción, fortalecimiento y posicionamiento en materia de turismo.

## **12.2 Plan Regional de Desarrollo de Boyacá “Para seguir creciendo” 2008-2011”**

El plan de desarrollo de Boyacá en el capítulo de “Economía para la competitividad” desarrolla el tema de turismo “Boyacá es para vivirla”.

“Objetivo General: Hacer del turismo una actividad que contribuya al desarrollo sostenible, bajo estándares de competitividad para posicionar a Boyacá como uno de los principales destinos turísticos sostenibles del país.

Objetivos Específicos:

---

<sup>79</sup> Ibíd.

<sup>80</sup> Ibíd.

1. Implementar procesos de investigación del sector turismo que permita fortalecer la competitividad y alcanzar el reconocimiento de la oferta turística del Departamento.
2. Articular los macro proyectos de infraestructura regional al clúster en beneficio de la Industria Turística del Departamento, (Doble Calzada Briceño – Sogamoso; Pavimentación de las vías: Transversal de Boyacá, Ramiriquí Miraflores Zetaquirá; Ruta de los Nevados y Anillo Turístico de los Dinosaurios.)
3. Dinamizar los procesos de empoderamiento y desarrollo sostenible del turismo desde preceptos de integralidad a través del desarrollo de proyectos, elaboración de estudios preliminares de parques temáticos en áreas de turismo religiosos, cultural e histórico.
4. Promover la cultura ciudadana hacia el turismo mediante campañas publicitarias y técnicas educativas que empoderen la identidad de los habitantes del Departamento.
5. Brindar a los operadores y servidores turísticos herramientas y variadas alternativas que les permitan ofrecer al turista y visitantes un servicio de calidad.
6. Promoción turística y marketing territorial integral que incremente la demanda turística nacional e internacional, con el desarrollo de la marca región «Boyacá es para Vivirla» con base en la diversificación de los mercados del turismo receptivo, demanda interna y oferta doméstica”<sup>81</sup>.

El Hotel temático con sello verde guiándose con el plan de desarrollo departamental de Boyacá, propone cumplir los siguientes aspectos propuestos por la Norma técnica colombiana NTSH 002 2006-11-17, con el fin de contribuir con el desarrollo turístico del departamento de una manera sostenible.

“Aspecto Sociocultural en relación con el patrimonio cultural:

- a) contara con información disponible para los huéspedes y clientes sobre las medidas de protección y difusión del patrimonio cultural y la prevención del tráfico ilícito de bienes culturales en el destino turístico

---

<sup>81</sup> Plan de desarrollo departamental de Boyacá “Para seguir creciendo” 2008-2011 paginas 25-29. Consultado el 12 de septiembre de 2010.

- b) contara con información acerca de los diferentes atractivos y actividades relacionadas con el patrimonio cultural de la región y promover que sus clientes y huéspedes las visiten
- c) asegurara que los medios publicitarios empleados para la promoción del Hotel temático con sello verde no afectan negativamente el patrimonio cultural
- d) promoverá la gastronomía nacional y regional
- e) promoverá en sus clientes y huéspedes comportamientos responsables con la comunidad local y con la conservación y buen uso del patrimonio cultural
- f) participara o brindara apoyo en programas de conservación o manejo del patrimonio cultural dentro del destino turístico
- g) contara con personal capacitado para orientar y brindar información de manera responsable a los clientes y huéspedes sobre los sitios de interés en el destino turístico
- h) utilizara de manera responsable en su decoración manifestaciones artísticas producidas y elaboradas en el ámbito local, regional o nacional
- i) adelantara acciones enfocadas a la prevención del tráfico ilícito de bienes culturales, teniendo en cuenta la reglamentación vigente
- j) informara a los huéspedes sobre el valor patrimonial arquitectónico de la edificación o del sector dentro del cual se encuentra el establecimiento cuando esté ubicado en un bien inmueble declarado como patrimonio nacional o local y adelantar acciones para la conservación

#### Aspecto Económico.

- a) apoyara el desarrollo de programas específicos de las personas de la localidad, en la prestación de servicios turísticos y en actividades complementarias
- b) promoverá la capacitación de su personal para fortalecer sus competencias laborales
- c) contara con políticas de contratación de personas de la zona de influencia, tanto a nivel operativo, administrativo como gerencial

#### Beneficios Indirectos



- a) estará en capacidad de acreditar una participación activa en las diferentes actividades sociales, recreativas o benéficas convocadas por organizaciones comunales o empresas locales
- b) utilizara y promoverá el uso de bienes y servicios de origen local
- c) Utilizara, promoverá y apoyara la comercialización de artesanías y productos característicos de la región fabricados por personas o empresas locales, en condiciones comerciales justas”<sup>82</sup>.

### **12.3 Plan de Gobierno de Tota Boyacá 2008-2011 “Gerencia Con Vocación Campesina Al Servicio Del Pueblo Totense”**

Del plan de gobierno del alcalde Carlos Eduardo Aranguren Cruz cuyo objetivo específico es “Mejorar el índice de calidad de vida de los habitantes de Tota y lograr su bienestar a partir del Desarrollo Humano Integral de las actuales y futuras generaciones, la inversión social y la cooperación activa de los ciudadanos”<sup>83</sup>; del cual se desprende los siguientes objetivos específicos de importancia para el presente plan de negocios:

- “Liderar procesos regionales para la recuperación y manejo del Lago de Tota, a través de alternativas de cooperación interinstitucional.
- Dar prioridad a la mano de obra calificada y no especializada, presente en el municipio en la realización de obras de desarrollo local y regional, que fortalezca el nivel de ingresos de sus familias y contribuyan a la reducción de la pobreza.
- Promover regional, nacional e internacionalmente los diferentes lugares turísticos del municipio, las buenas prácticas en la atención a los visitantes, y la conservación y mantenimiento de los sitios de interés.
- Mantener y mejorar la malla vial para garantizar una adecuada comunicación inter-vereda e intermunicipal.

---

<sup>82</sup> Norma técnica colombiana NT-TS 002 2006-11-17. Consultada el 12 de septiembre de 2010.

<sup>83</sup> Plan de Gobierno de Tota Boyacá 2008-2011 “Gerencia Con Vocación Campesina Al Servicio Del Pueblo Totense” en línea: [http://tota-boyaca.gov.co/apc-aa-files/36316233386133666163306330623337/plan\\_de\\_desarrollo.pdf](http://tota-boyaca.gov.co/apc-aa-files/36316233386133666163306330623337/plan_de_desarrollo.pdf) Consultado el 28 de septiembre de 2010.

- Rescatar la identidad del municipio, fortaleciendo las diversas manifestaciones culturales, y potenciando las habilidades y destrezas de la comunidad.
- Velar por la protección ambiental y coordinar con las entidades competentes la vigilancia y control, los agentes contaminantes y demás factores, que degraden y/o atenten contra la calidad del ambiente”<sup>84</sup>.

Objetivos específicos para los cuales hay que destacar los siguientes programas o planes:

- “Desarrollo de infraestructura adecuada como: Hoteles, restaurantes, baños públicos, estacionamientos, vigilancia, teléfonos públicos, la promoción y la comercialización de productos y la capacitación de personal en atención al público. En estos lugares se pueden practicar diferentes disciplinas deportivas como:
  - a. En el páramo de las alfombras: Senderismo, Campismo y Ecoturismo.
  - b. En el Lago de Tota, sitios playa blanca: Campismo, Vela, Pesca, Windsurf, Canotaje y paseos en lancha, y en el sitio los arcos, ecoturismo.
  - c. Por los caminos veredales: Senderismo, cabalgatas, Ecoturismo y ciclo montañismo.
- Apoyo institucional para cultivar, recuperar y promover las diferentes expresiones y manifestaciones artísticas y culturales del municipio en todas las edades.
- Posibilidad de ampliación de cobertura en programas y eventos del sector cultura, recreación, deporte y cultura.
- Programas de investigación y acceso a la innovación, la producción y la creación artística y cultural del municipio.

---

<sup>84</sup> Plan de Gobierno de Tota Boyacá 2008-2011 “Gerencia Con Vocación Campesina Al Servicio Del Pueblo Totense” en línea: [http://tota-boyaca.gov.co/apc-aa-files/36316233386133666163306330623337/plan\\_de\\_desarrollo.pdf](http://tota-boyaca.gov.co/apc-aa-files/36316233386133666163306330623337/plan_de_desarrollo.pdf) Consultado el 28 de septiembre de 2010.

- Desinterés por mantener y cultivar las diferentes expresiones y manifestaciones artísticas y culturales del municipio y por la buena utilización del tiempo libre

Playa blanca, aunque carece de la infraestructura, campañas e incentivos en el perímetro urbano, han hecho que se incremente la afluencia de gente de diferentes regiones y países hacia el municipio. De Playa Blanca no se viene aprovechando todo su potencial para que genere empleo y mayores ingresos económicos al municipio y sus habitantes, motivado en que la entidad no puede invertir en este sitio por que aún continúa bajo la tutela de CORPOBOYACÁ.

Diseño y ejecución de programas de educación ambiental, promoviendo la cultura del agua, el uso racional, la conservación y protección de los recursos naturales, el reciclaje, selección en la fuente y cultura del pago oportuno a través de incentivos en inversión, y la realización de una campaña de cobros coactivos. Diseño y ejecución de programas de ECOTURISMO, enfocados a la concientización de los participantes, la recreación, despertar el sentido de pertenencia y mostrar la riqueza de nuestro entorno ecológico.

Tota de ambiente sano Línea base	Presente	Meta Cuatrienio
Sesiones de capacitación y sensibilización en temas estructurales ambientales	0	8
Programas de revegetalización, restauración y/o aislamiento de las zonas de recarga hídrica	0	4
Adquisición y legalización de predios de explotación minera	0	4
Hectáreas adquiridas en zonas de páramo	0	4
Participación en los POMCA Lago de Tota y río Chicamocha.	0%	10%
Participación plan Departamental del agua	0%	5%
Plan de Tratamiento de Aguas Residuales - PTARS elaborado e implementado	0	1
Lote adquirido y plantas de tratamiento de aguas servidas construidas	0	2
Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos elaborado e implementado	0	1
Programas de manejo de residuos sólidos	0	1

Indicadores:

- No. de sesiones de capacitación temas ambientales.
- No. Programas de revegetalización, restauración y/o aislamiento de las zonas de recarga hídrica.
- No. de hectáreas adquiridas en zonas de páramo.
- % de participación en los POMCA Lago de Tota y Río Chicamocha.
- % de participación Plan departamental del agua.
- No. PTARS elaborado e implementado.
- No. lotes adquiridos para tratamientos de aguas servidas.
- No. lotes adquiridos y legalizados para explotación minera
- No. plantas de tratamiento de aguas servidas, construidas.
- No. PGIRS elaborado e implementado.
- No. Programas de manejo de residuos sólidos

Tránsito y transporte Línea base	Presente	Meta cuatrienio
Adoquinamiento vías urbanas	10%	20%
Cobertura de mantenimiento red vial	70%	85%
Volqueta y retroexcavadora adquiridas	0	2
Apertura de vías realizadas (en km)	0	10

Indicadores:

- Incremento porcentual de Adoquinamiento en las vías urbanas.
- % de cobertura en mantenimiento de la red vial.
- No. vehículos adquiridos para la apertura y mantenimiento de la malla vial.
- Km de vías realizadas

Diversificación económica Línea base	Presente	Meta cuatrienio
Jornadas de ecoturismo desarrolladas	0	4
Infraestructura turística implementada	0	10%
Página web consolidada para promocionar el municipio y dar a conocer la gestión de la administración municipal	0	1
Caravanas turísticas desplegadas	0	4

Indicadores:

- N° de jornadas eco-turísticas desarrolladas.
- % de infraestructura adecuada para la actividad turística.
- N° página web fortalecida.
- N° caravanas turísticas realizadas”<sup>85</sup>.

Sumado a esto una inversión en Agua potable y saneamiento básico la suma de \$1.095.924 mil millones de pesos colombianos, y en Tránsito y transporte \$926.200 mil millones de pesos colombianos. Estas políticas e inversión van a favor del desarrollo de este plan de negocios.

#### **12.4 Clúster ó Cadena Productiva**

Según el documento Conpes 3397 el departamento en materia de turismo ofrece un clúster histórico-cultural. Ver anexo 15.5. El plan de desarrollo departamental de Boyacá “Para seguir creciendo” 2008-2011 apuesta en la consolidación del clúster turístico ofrecido a través de las siguientes propuestas descritas en la grafica 22

---

<sup>85</sup> Plan de Gobierno de Tota Boyacá 2008-2011 “Gerencia Con Vocación Campesina Al Servicio Del Pueblo Totense” en línea: [http://tota-boyaca.gov.co/apc-aa-files/36316233386133666163306330623337/plan\\_de\\_desarrollo.pdf](http://tota-boyaca.gov.co/apc-aa-files/36316233386133666163306330623337/plan_de_desarrollo.pdf) Consultado el 28 de septiembre de 2010.

Grafica 22

APUESTAS PRODUCTIVAS PRIORIZADAS	PROYECTOS ESTRATÉGICOS IDENTIFICADOS
<p>2. En el año 2025 Boyacá habrá consolidado un <b>Cluster de Turismo</b> competitivo a partir de su fortalecimiento como <b>principal destino ecoturístico, histórico, cultural</b> y de <b>naturaleza</b> del país.</p>	<p>2.1 Programa de mejoramiento de servicios públicos en zonas de mayor afluencia turística proyectos de potabilización del agua, cobertura de señal telefónica, disposición final de basuras, emisión de partículas al aire.                  2.2 Proyecto Promoción y Divulgación de Boyacá como destino turístico, nacional e internacional.                  2.3 Programa de lucimiento y embellecimiento de fachadas en municipios de mayor vocación turística de Boyacá.                  2.4 Proyecto de establecimiento de paradores de información turística para los diferentes anillos turísticos de Boyacá.                  2.5 Programa de formación al recurso humano vinculado a la actividad empresarial y de prestación de servicios al turismo.                  2.6 Proyecto de financiamiento de procesos de fortalecimiento de la asociatividad de los anillos turísticos del Departamento.                  2.7 Programa de mejoramiento de la red vial y señalización de los anillos turísticos del Departamento.                  2.8 Proyecto de mejoramiento del entorno y ornato de sitios turísticos más importantes de Boyacá.                  2.9 Programa de capacitación y certificación de guías turísticos locales e interpretes del patrimonio del Departamento.                  2.10 Montaje y puesta en operación de una red de información turística.</p>

FUENTE: El plan de desarrollo departamental de Boyacá “Para seguir creciendo” 2008-2011

### 12.5 Generación de Empleo

Se generara empleo a 9 personas capacitadas y calificadas, además tanto los materiales para la construcción del Hotel como los insumos necesarios para superación y mantenimiento se compraran en los municipios de Tota y Sogamoso contribuyendo a dinamizar la economía regional. A esto se le suma los beneficios indirectos debido a la promoción del municipio con campañas publicitarias, que generará ingresos por la llegada de personas al municipio de Tota Boyacá, que adquirirán los diferentes productos y servicios que se ofrecen. Gracias a los procesos de reciclaje llevados a cabo en el Hotel Temático con Sello Verde, se contribuirá al fortalecimiento de los programas de reciclaje que se realizan en a nivel municipal y departamental.

## 12.6 Costo ambiental

Colombia está entrando en la nueva era de la tecnología verde y cuidado del ambiente, así se ha creado la Norma Técnica Colombiana 5133 de etiquetas verdes para los servicios de hospedaje las cuales son las mismas exigidas en la NTS-TS 002 la cual corresponde a los establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH) requisitos de alta sostenibilidad. (Ver anexo15.4). Siendo el sello verde una de las características principales del Hotel Temático, como primera medida se cumplirá los requisitos propuesto por esta Norma Técnica colombiana NTS-TS 002 (Ver anexo 15.4).

Siendo la Norma Técnica Colombiana 5133 de etiquetas verdes para los servicios de hospedaje un referente para iniciar un cambio en el impacto ambiental, el Hotel Temático con Sello Verde quiere ir más allá, generándole un impacto en la conciencia de los clientes por medio de programas que el cliente conocerá y podrá ver mientras está alojado en el Hotel Temático con Sello Verde. El siguiente plan de mitigación ambiental está basado en las líneas estratégicas desarrolladas en la “Política para el desarrollo del ecoturismo”, formulada por el Ministerio de industria, comercio y turismo en conjunto con el Ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo territorial del anterior gobierno.

Los primeros pasos que se llevaran a cabo en el Hotel Temático con Sello Verde, será empezar por los empleados haciéndoles énfasis en el cambio de la mentalidad, haciéndoles saber que su contribución, aunque pequeña pero importante va encaminada a una ambiente sostenible. Programar capacitaciones con los empleados del hotel y al público en general del municipio de Tota, Boyacá, con la finalidad de generar programas, ideas y/o proyectos en pro de un ambiente sostenible y reducir los impactos en el ambiente. Realizar los diferentes controles y planes que a continuación se explican.

- “El acueducto del casco urbano del municipio se surte del lago de Tota y beneficia con agua potable a 245 familias, que representa el 94.2% de la población residente en la zona urbana, al cual se le efectuaron 3 ensayos

de potabilidad durante el año 2007. Sin embargo, presenta pequeñas deficiencias en el sistema de tratamiento en la dosificación del cloro, que conlleva como consecuencia la presencia de microorganismos, en menor cantidad, que disminuyen la calidad del agua suministrada. La prestación del servicio está a cargo de la Alcaldía Municipal<sup>86</sup>. Es así que para el ahorro del agua el Hotel Temático con Sello Verde implementara un plan para su conservación y ahorro tanto para los empleados como para los clientes, incentivando el ahorro de la misma con pautas sencillas como, cerrar el grifo mientras te afeitas y te lavas los dientes, para ahorrar hasta 10 litros. No usar el inodoro como papelera. Dar aviso con urgencia los goteos de los grifos y cañerías, ya que se puede estar desperdiciando hasta 30 litros diarios de agua, regar las plantas al anochecer para evitar pérdidas por evaporación, entre otros. Además de esto se contara con:

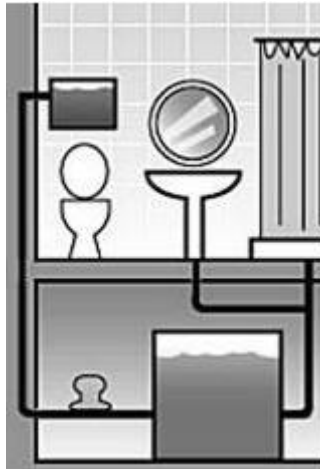
1. “Instalaciones que constan de tuberías independientes para recolectar las aguas grises. Estas aguas desembocan en unos depósitos, donde, tras un proceso de decantación, son sometidas a un tratamiento biológico de depuración. Gracias a la depuración, el agua se puede reutilizar no sólo para alimentar las cisternas de los inodoros, ya que también sirven para el riego del jardín o la limpieza de los exteriores. Estos sistemas ayudan a ahorrar entre un 30 y un 45 % de agua potable.

---

<sup>86</sup> Programa de Gobierno de la Alcaldía de Tota Boyacá, 2008-2011 “GERENCIA CON VOCACIÓN CAMPESINA AL SERVICIO DEL PUEBLO TOTENSE” En línea: [http://tota-boyaca.gov.co/apc-aa-files/36316233386133666163306330623337/plan\\_de\\_desarrollo.pdf](http://tota-boyaca.gov.co/apc-aa-files/36316233386133666163306330623337/plan_de_desarrollo.pdf) Recuperado el 14 de septiembre de 2010.



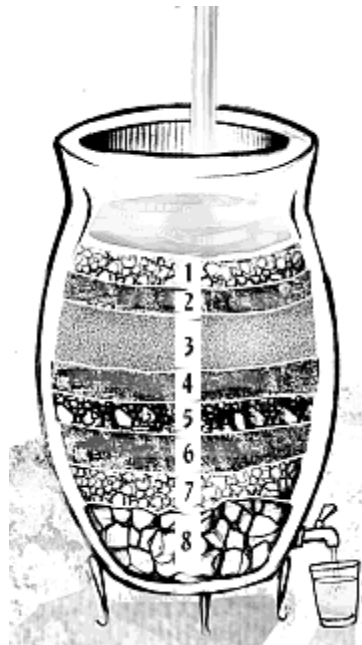
Grafica 23



FUENTE: Revista La Era Ecológica  
[http://www.eraecologica.org/revista\\_04/era\\_ecologica\\_4.htm?ahorrar\\_agua.htm~mainFrame](http://www.eraecologica.org/revista_04/era_ecologica_4.htm?ahorrar_agua.htm~mainFrame)

2. Grifos con Aireador: Los aireadores pulverizan el agua a presión continua a partir de 1 bar de presión y sin aumentar su caudal a presiones mayores. Consiguen aumentar el volumen del agua, de forma que con menor caudal consiguen el mismo efecto. Hay modelos que consiguen, según sus fabricantes, un ahorro de hasta un 90% y funcionan con acumuladores de agua y termos eléctricos.
3. Filtros de agua de lluvia para el uso de sauna, turco, piscina, riego del jardín y exteriores, como el que muestra la grafica, claro en una escala mayor.

Grafica 24



1	Piedras pequeñas (12,5 cm)
2	Grava (6 cm)
3	Arena fina (6 cm)
4	Grava (2 cm)
5	Carbón desmenuzado (3 cm)
6	Grava (3cm)
7	Piedras pequeñas (12,5 cm)
8	Piedras grandes (25 cm)

FUENTE: Revista La Era Ecológica  
[http://www.eraecologica.org/revista\\_04/era\\_ecologica\\_4.htm?ahorrar\\_agua.htm~mainFrame](http://www.eraecologica.org/revista_04/era_ecologica_4.htm?ahorrar_agua.htm~mainFrame)

4. Los árboles y las plantas que adornan el Hotel Temático con Sello Verde también ayudan a mantener temperaturas más benignas ya que están plantados en lugares estratégicos. El beneficio que se obtiene es el ahorro de energía y la reducción de gastos, ya que estos ayudan a desviar las corrientes de aire frío<sup>87</sup>.
5. El uso de avisos creativos que inviten a los turistas al ahorro el agua.
6. Llevar a cabo el aseo del Hotel utilizando baldes y no agua corrida.

<sup>87</sup> Revista la Era Ecológica en línea:  
[http://www.eraecologica.org/revista\\_04/era\\_ecologica\\_4.htm?ahorrar\\_agua.htm~mainFrame](http://www.eraecologica.org/revista_04/era_ecologica_4.htm?ahorrar_agua.htm~mainFrame) Recuperado el 15 de septiembre de 2010

Para el trato de las basuras y reciclaje Hotel Temático con Sello Verde dispondrá de canecas de basuras debidamente identificadas para que cada huésped arroje en ellas su debido contenido, de esta forma se podrá hacer una mejor clasificación de los desechos para su reciclaje así:

1. “El papel: Reciclar 100 kilogramos de papel salva la vida de 7 árboles. Reciclar una tonelada de papel permite ahorrar 20,000 litros de agua.
2. El vidrio: Reciclar el vidrio permite el ahorro de 32% de la energía que se requiere para hacerlo nuevo. Permite su utilización como fuente de energía renovable a partir de su uso en colectores de baja temperatura
3. Latas de acero y aluminio: Producir acero nuevo cuesta cuatro veces más que reciclarlo. Reciclar el aluminio representa un ahorro de 91% de la energía que se requiere para renovarlo. Reciclar el aluminio evita las altas emanaciones de gases a la atmósfera y con ello se reduce la contaminación del aire.

Con lo anterior no sólo se ahorrará energía, también obtendrá ingresos adicionales por la venta de algunos de estos materiales”<sup>88</sup>.

“Sustituir materias primas que sean tóxicas y difíciles de reciclar, con frecuencia se pueden cambiar por otras menos dañinas contribuyendo con esto en la reducción de los volúmenes de desecho. Comprar las cantidades justas de perecederos de tal manera que no se pudran y luego se conviertan en desechos. Emplear toallas de tela en vez de toallas de papel. Utilizar el papel reciclable. Emplear dispensadores de jabón líquido en vez de jabones individuales minimizando desechos y reduciendo costos. Utilizar insumos naturales, evitando la compra de insumos tóxicos”<sup>89</sup>. Son otras medidas sencillas para llevar acabo en el programa de manejo de residuos.

---

<sup>88</sup> Greenpeace Colombia en línea:

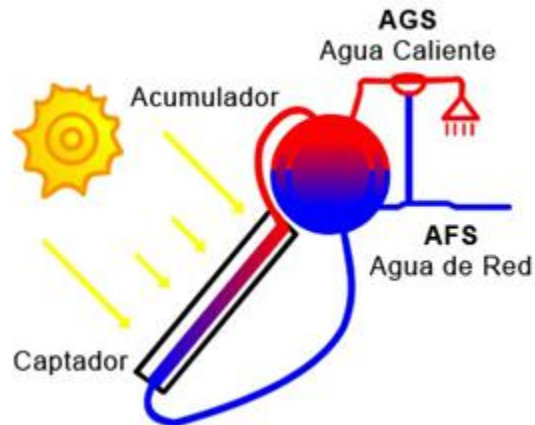
[http://greenpeacecolombia.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=110&Itemid=123](http://greenpeacecolombia.org/index.php?option=com_content&view=article&id=110&Itemid=123)  
Recuperado el 16 de septiembre de 2010.

<sup>89</sup> Plan de Negocios para Reformar y Posicionar El Hotel Rondinela en Villeta, Cundinamarca. MIGUEL LEONARDO MENDEZ RESTREPO. En línea: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis88.pdf>  
Recuperado el 15 de septiembre de 2010.

Hotel Temático con Sello Verde al igual que el programa de ahorro de agua, también cuenta con un plan de ahorro de energía para los clientes y empleados del mismo, así se incentivara al uso adecuado de la energía, como apagar los computadores una vez se dejan de utilizar, programar el televisor para apagarse a determinado tiempo y no dejarlo toda la noche encendida, el uso de luces con detectores de movimiento en corredores, entre otros. El Hotel Temático con Sello Verde también cuenta con tecnologías de ahorro energético como:

1. “Colectores de baja temperatura. Proveen calor útil a temperaturas menores de 65° C mediante absorbedores metálicos o no metálicos para aplicaciones tales como calentamiento de piscinas, calentamiento doméstico de agua para baño y, en general, para todas aquellas actividades industriales en las que el calor de proceso no es mayor a 60° Esta constituido básicamente por : Marco de aluminio anodizado. Cubierta de vidrio templado, bajo contenido en hierro. Placa absorbedora. Enrejado con aletas de cobre. Cabezales de alimentación y descarga de agua. Aislante, usualmente poliestireno, o unicel. Caja del colector, galvanizada. Las unidades domésticas funcionan mediante el mecanismo de termosifón, es decir, mediante la circulación que se establece en el sistema debido a la diferencia de temperatura de las capas de líquido estratificadas en el tanque de almacenamiento. Ver Grafica 25

Grafica 25



FUENTE: Ahorro de energía. Documento básico HE en línea: [http://www.ecozone-renovables.com/descargas/documentacion/documento\\_basico\\_he\\_ahorro\\_de\\_energia.pdf](http://www.ecozone-renovables.com/descargas/documentacion/documento_basico_he_ahorro_de_energia.pdf)

2. Un aerogenerador casero de 2 metros de altura colocado en el tejado es suficiente para aprovechar el viento y generar electricidad. La potencia de estos pequeños aerogeneradores oscila entre los 1,5 kw y los 5 kw. Entre sus ventajas podemos destacar su fácil instalación y su bajo coste de mantenimiento.

Grafica 26



Fuente: Ahorro de energía. Documento básico HE en línea: [http://www.ecozone-renovables.com/descargas/documentacion/documento\\_basico\\_he\\_ahorro\\_de\\_energia.pdf](http://www.ecozone-renovables.com/descargas/documentacion/documento_basico_he_ahorro_de_energia.pdf)

recuperado el 16 de septiembre de 2010

El generar energía eléctrica sin que exista un proceso de combustión o una etapa de transformación térmica supone, desde el punto de vista medioambiental, un procedimiento muy favorable por ser limpio, exento de problemas de contaminación, etc. Se suprimen radicalmente los impactos originados por los combustibles durante su extracción, transformación, transporte y combustión, lo que beneficia la atmósfera, el suelo, el agua, la fauna, la vegetación, etc. Cada Kw de electricidad generada por energía eólica en lugar de carbón, evita:

- 0,60 Kg. de CO<sub>2</sub>, dióxido de carbono.
- 1,33 gr. de SO<sub>2</sub>, dióxido de azufre.
- 1,67 gr. de NO<sub>x</sub>, óxido de nitrógeno.

La energía eólica es independiente de cualquier política o relación comercial, se obtiene en forma mecánica y por tanto es directamente utilizable. Al finalizar la vida útil de la instalación, el desmantelamiento no deja huellas<sup>90</sup>. Además de contar con medidas sencillas como disminuir el uso excesivos de iluminación en áreas comunes, usar bombillas ahorradoras de energía bien sea de luz blanca como amarilla.

Toda esta información los huéspedes y empleados del Hotel Temático con Sello Verde la podrán encontrar en Brochures de papel reciclado que están a disposición en los cuartos y oficinas del mismo, con el fin de promover estas medidas en los hogares.

---

<sup>90</sup> Ahorro de energía. Documento básico HE en línea: [http://www.ecozone-renovables.com/descargas/documentacion/documento\\_basico\\_he\\_ahorro\\_de\\_energia.pdf](http://www.ecozone-renovables.com/descargas/documentacion/documento_basico_he_ahorro_de_energia.pdf) recuperado el 16 de septiembre de 2010

### **13. INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD**

La creación del Hotel Temático con sello Verde ofrece una nueva alternativa de hospedaje en la región de Tota, ya que innova en sus procesos, fortaleciendo el cuidado y preservación del medio ambiente, especialmente el de esta zona tan importante para el departamento y tan vulnerable a la contaminación y a la decadencia. Dentro de estas tecnologías, el Hotel contará con un sistema de recolección de aguas de lluvias y de aguas grises para su posterior uso en actividades que requieran de agua no potable. Igualmente contará con un sistema de colector de energía solar, más un aerogenerador para generar energía a través de un alternador que facilitara la calefacción y el funcionamiento de equipos electrónicos, contribuyendo así a la disminución de los gases generados por combustibles derivados del petróleo que son usualmente emitidos por los sistemas tradicionales de generación de energía.

Al contar con un tema estructurado y autóctono que reúne las tradiciones históricas muiscas, se pretende ofrecer un ambiente de confort, no dejando de lado el tema cultural que enmarca la herencia cultural del departamento

Formamos un equipo multidisciplinario que apoyaran el proyecto de una forma voluntaria sin remuneración económica, ya que son familiares y amigos de los autores de este plan de negocios, así el equipo lo integra:

- Ingeniero civil Juan Carlos Guevara Zuluaga, que se encargara en la administración de la construcción del proyecto, además de los aspectos que infieren en su campo de conocimiento como el estudio de suelos, la topografía, etc.
- Arquitecta Catalina González Guevara, que se ocupo del diseño del hotel.
- Ingeniero ambiental Juan Camilo Fernández de soto, el cual contribuyo con el estudio ambiental y la tecnología verde que se implementara en el hotel.
- Abogado Juan Carlos Torres Ibarra, abogado comercial asesor legal del proyecto.

- Antropólogo Tomás Guevara Aladino, asesor en el tema de la cultura muisca para el hotel
- Artista Carlos Mario Fernández de soto, encargado en la decoración y recreación de la cultura muisca en el hotel.
- Comunicadora social Margarita González Guevara, asesora en la parte de publicidad del hotel.
- Profesor Edwin Largo C, asesor en el estudio económico y financiero.
- Profesora Gloria Inés Chaparro B; asesora de turismo en Boyacá.
- Doctor Alfonso Rodríguez C; médico internista apoyo en los tema de salud.
- Arquitecto especialista en alta calidad ambiental y guía turístico Fernando Chaparro Aranguren; apoyo en temas específicos de planeación en la región de Tota.
- Luis Pardo. Propietario Restaurante La Fonda Totense.



# CAPITULO III

## 14. CONCLUSIONES

El sector turístico según la OMT es un sector que a pesar de los inconvenientes mundiales como la crisis financiera de Estados Unidos y de los países de la Unión Europea, promete grandes utilidades para Colombia. El país ha logrado ir cambiando su imagen, convirtiéndolo en lugar predilecto para muchas personas a nivel interno y externo, permitiendo tener un crecimiento económico que promueve la generación de estrategias claras y efectivas de promoción. De esta forma, se genera un beneficio gracias a los ingresos provenientes de esta labor.

La Laguna de Tota por ser un lugar poco frecuentado turísticamente, tiene gran potencial de convertirse en uno de los lugares predilectos por los turistas tanto nacionales como internacionales y llegar a formar parte de los atractivos boyacenses favoritos como lo es Paipa o Villa de Leyva en la región. Desafortunadamente no existe una estrategia fuerte y comprometida con la promoción de este lugar, y adicionalmente la ausencia de lugares que fidelicen a los clientes ocasiona que exista una centralización en el turismo Boyacense. Teniendo en cuenta lo anterior y adicionalmente las manifestaciones por parte de los hoteleros y comerciantes turísticos de la región de Tota, surgió la necesidad de realizar un plan de negocios que estudiara la posibilidad de instaurar un Hotel Temático con Sello Verde en la Laguna de Tota. Este Hotel busca crear un espacio para el descanso y la conexión con la cultura del departamento, en un ambiente natural que sin duda encantara a todos aquellos que visiten la Laguna de Tota.

Es así como el desarrollo de este Plan de Negocio permite llegar a las siguientes conclusiones:

1. La Laguna de Tota no es reconocida dentro del territorio nacional, por lo tanto se debe realizar una fuerte campaña que promueva la región y fomente el turismo cultural y ecológico. Esta campaña deberá contar con un equipo

interdisciplinar de las diferentes entidades municipales y gubernamentales, que favorezca la eficacia y el exitoso desarrollo de esta estrategia.

2. En la región no existe una base de datos que controle el nivel de oferta y demanda hotelera y turística, lo cual puede ser un limitante para el desarrollo hotelero de la región.

3. El Hotel Temático con Sello Verde en la Laguna de Tota será una fuente de empleo directo para las personas que residen en el Municipio de Tota, permitiendo mejorar la calidad de vida de las personas y generado ingresos a la economía de la región.

4. El Hotel Temático con Sello Verde en la Laguna de Tota, estará enmarcado dentro de una política ambiental que le permita promover la sostenibilidad ambiental, destacando así su tecnología responsable como los filtros de agua de lluvia, los programas de reciclaje, aerogeneradores, reciclaje de aguas grises, colectores de energía, etc. Todos estos procesos estarán abiertos a los huéspedes con el fin de crear una conciencia de preservación del ambiente de forma que puedan aplicarlo en sus hogares.

5. Este proyecto genera una utilidad a partir del primer año cercana a los \$17.000.000 y se espera que para el quinto año haya aumentado a \$35.000.000.

6. Teniendo en cuenta que los gastos de depreciación y provisiones están alrededor de \$19.000.000, se generan unos flujos de tesorería de \$60.000.000 aproximadamente en el primer año, que se incrementaran hasta \$260.000.000 en el quinto año.

7. Como los saldos de caja no se repartirán a los socios en principio, generaran la posibilidad de generar un flujo de caja libre al final del quinto año cercano a los \$1.170.000.000, dado que el valor terminal del negocio se estima en \$826.000.000.

8. Considerando lo anterior se obtiene un Valor Presente Neto (VPN) de \$389.000.000, lo que indica la viabilidad financiera del proyecto, adicional a una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 34% que es superior al WACC, el cual no supera el 20%. Esto indica que la rentabilidad del proyecto es superior al costo de la deuda ( $K_d$ ) y al costo del patrimonio ( $K_e$ ) y supera las expectativas de rentabilidad de los socios.

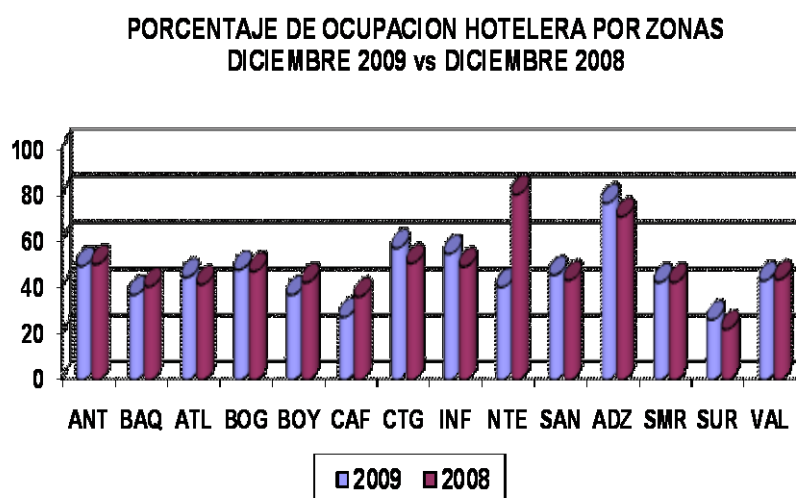
## 15. ANEXOS

### 15.1 Hoteles Con Sello Verde En Colombia

HOTELES CON SELLO VERDE COLOMBIANO	
CIUDAD	HOTEL
Barranquilla (Atlántico)	Puerta del Sol
HOTELES EN PROCESO DE CERTIFICACION SELLO VERDE	
Cali y alrededores (Valle del Cauca)	Hotel Casa Santa Mónica Hotel La Estación Intercontinental
Medellín y alrededores (Antioquia)	Four Points Sheraton Park 10
Bogotá (Cundinamarca)	Aparta Hotel Chico 93 Apartamentos Estelar GHL Hotel los héroes Hotel América Hotel Crown e Plaza Tequendama Hotel Estelar La Fontana Hotel La Nación Hotel Las Terrazas Hotel Sheraton Hotel Andino Royal Hotel de la Ville Hotel Embassy Suites Hotel Grand House Hotel Hamilton Court Hotel La Boheme Hotel Parque 97 Suites Hotel Pavillon Royal Hotel Real de la T Hotel Retiro 84
Cartagena (Bolívar)	Almirante Estelar Isla Tierra Bomba Oceanía
San Andrés y Providencia	Hotel Sol Caribe Campo Hotel Sol Caribe Providencia Hotel Sol Caribe San Andrés Hotel Sea Flower
Paipa ( Boyacá)	Paipa Hotel - Centro de Convenciones
Triangulo del Café	Termales de Santa Rosa

Fuente: COLOMBIA, Portal oficial del turismo. Recuperado el 22 de febrero de 2010[<http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/informacion-practica/directorio-turistico-de-colombia/Hoteles-con-sello-verde>].

## 15.2 Índices De Ocupación Hotelera



FUENTE: COTELCO. [EN LÍNEA: [HTTP://WWW.COTELCO.ORG/?Q=NODE/4](http://www.cotelco.org/?Q=NODE/4)] [RECUPERADO: 27 DE MARZO DEL 2010]

## 15.3 Investigación De Mercados

- Nombre de la Investigación: Investigación De Mercados Del Plan De Negocio Para La Creación De Un Hotel Temático Con Sello Verde En La Laguna De Tota Boyacá.
- Objetivo General: Producir información coyuntural sobre el comportamiento del consumidor, acerca de la toma de decisiones en cuanto se trata de programar las vacaciones
- Objetivos Específicos:
  1. Identificar el motivo principal por el cual los consumidores conocen o desconocen la Laguna de Tota.
  2. Identificar el precio al cual el consumidor estaría dispuesto a pagar por los servicios de hotelería.
  3. Identificar el medio más utilizado por los consumidores cuando buscan información y planean sus vacaciones.
  4. Determinar la principal actividad que los consumidores realizan cuando salen de vacaciones.
- Definiciones Básicas:

“Alojamiento rural: establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en unidades habitacionales privadas, ubicado en áreas rurales y cuyo principal propósito es el desarrollo de actividades asociadas a su entorno natural y cultural.

Hoteles y alojamientos similares: corresponde al suministro, a cambio de una retribución, de alojamiento u hospedaje no permanente en habitaciones, apartamentos o de instalaciones para acampar, tanto para el público en general como exclusivamente, para afiliados de una determinada organización, así como los servicios de restaurante, bar y demás servicios que se prestan en combinación con los del alojamiento.

Sello Verde: “FOMMI II de la Unión Europea, impulsa y promueve el "SELLO VERDE" el cual se otorga a las microempresas después de una evaluación de sus procesos productivos y su accionar en pro de prevenir o reducir la contaminación generada. Los criterios para la acreditación del "SELLO VERDE" también promueven la auto responsabilidad y conciencia ecológica”<sup>91</sup>

Temático: Establecimiento turístico o recinto cultural ambientado con un tema concreto. Dicho tema puede ser general (por ejemplo, el cine) o específico (un personaje)

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

Turista: Todo visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado”<sup>92</sup>.

- Alcance: Zonas de alto tránsito de viajeros, como el Aeropuerto el Dorado de la ciudad de Bogotá, y la Terminal de Transportes de la ciudad de Bogotá.

---

<sup>91</sup> Iniciativa sello verde [en línea: <http://www.marn.gob.sv/cd1/Gestion/Nacional/Acciones/SELLOV.HTM>] [recuperado: 11 de marzo de 2010.]

<sup>92</sup> Diccionario de la Real Academia Española vigésima segunda edición. <http://www.rae.es/rae.html> recuperado en línea el 11 de Marzo del 2010.

- Tipo De Investigación: El método de selección es Muestreo Aleatorio Simple.
- Universo De Estudio: Hombres y mujeres con poder adquisitivo que estén entre los 40 y 70 años, familias y grupos de personas que quieran disfrutar de una experiencia ecológica y cultural en medio del confort y el bienestar. Poder adquisitivo medio alto y que se encuentren en las regiones aledañas al departamento de Boyacá como son los Santanderes, Cundinamarca, y los llanos orientales.
- Población Objetivo: Hombres y mujeres con poder adquisitivo que estén entre los 40 y 70 años, familias y grupos de personas que quieran disfrutar de una experiencia ecológica y cultural en medio del confort y el bienestar.
- Unidades Estadísticas De Observación, Muestreo, Información Y Análisis:  
 Unidad estadística: es la persona que planea sus vacaciones con antelación y respecto de la cual exista o pueda recopilarse información.  
 Unidad de muestreo: las personas que comprenden los estratos socio-económicos de Medio, Medio-Alto y Alto.  
 Unidad de información: El viajero que sale o llega del aeropuerto El Dorado de Bogotá.
- Cantidad De Fuentes De Información Primaria Y Secundaria: 50 personas encuestadas.
- Marco Estadístico O Muestral: El marco es la lista de pasajeros que viajan en avión desde y hacia el aeropuerto El Dorado de Bogotá. De las cuales se seleccionan aleatoriamente.
- Precisión Requerida: La muestra se diseña para entregar estimaciones con un error de estimación menor o igual al 5%
- Diseño Muestral: El método de selección es Muestreo Aleatorio Simple.
- Periodo De Recolección: Los días 29 y 30 de marzo que son jueves y viernes respectivamente, los cuales se espera, que sean los días en que salen de viaje las personas; y el 2 de mayo que es un domingo que se espera que regresen las personas de viaje.



- Método De Recolección: Formulario diligenciado por el entrevistador, ofreciendo la posibilidad de asesoría en los casos que se requiera.

FECHA:	#
Buenos días, soy estudiante de la Pontificia Universidad Javeriana, estoy adelantando una investigación de mercado y queremos introducir un Hotel temático con sello verde en la región de la laguna de Tota, Boyacá.	
1. ¿Tiene algún conocimiento de la laguna de Tota?	
a. Si	
b. No	
2. ¿Ha visitado la laguna de Tota?	
a. SI	Pasar a la pregunta 3
b. NO	Pasar a la pregunta 5
3. Cuando estuvo en laguna de Tota usted	
a. Se hospedo en los hoteles de la Laguna de Tota	
b. Se hospedo en un municipio aledaño	
4. ¿Cuál fue la razón para que usted visitara la laguna de Tota?	
a. Deporte	
b. Turismo Ecológico	
c. Circuito turístico	
d. Referencias Personales	
5. ¿Por qué no ha visitado la laguna de Tota?	
a. No lo considera un sitio turístico atractivo	
b. No hay fuentes de información	
c. Considera que las vías de acceso no son adecuadas	
d. Prefiere otros lugares turísticos en Boyacá	
¿Cuáles?	
6. Estaría dispuesto a hospedarse en un Hotel que contribuye con la conservación del medio ambiente	
a. SI	
b. NO	
7. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este servicio?	
a. Menos de \$100.000	
b. Entre \$100.000 y \$150.000	
c. Entre \$150.000 y \$200.000	
d. Más de \$200.000	
8. La principal fuente de información cuando planea sus vacaciones, suele ser:	
a. Internet	
b. Agencias de Viajes	

c. Guía telefónica		
d. referencias con amigos		
e. Ferias de Turismo		
9. ¿Qué actividades le gusta realizar cuando está de vacaciones?		
a. Deportes		
b. Actividades de salud		
c. Relajación		
d. Visitas a sitios turísticos.		
e. Otros		
Nombre:		
Rango de edad:		
	De 40 a 50 años	
	De 50 a 60 años	
	Más de 60 años	
Estado Civil:		
	Soltero	
	Casado	
	Viudo	
	Unión Libre	

#### 15.4 Normas Técnicas

- Norma técnica sectorial colombiana NTS-TS 002 la cual corresponde a los establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH). Requisitos de sostenibilidad.  
El objetivo es el certificado de calidad turística. El cual tiene los siguientes objetivos: crear una herramienta informativa y comercial para diferenciar servicios turísticos que comparativamente presenten un mejor desempeño. Incentivar el crecimiento del mercado nacional de este tipo de servicios. Promover un cambio hacia el consumo de servicios turísticos de óptima calidad. Facilitar el acceso al mercado y mejorar la imagen de los servicios turísticos. Incentivar el crecimiento en la prestación de servicios turísticos de calidad. Promover el uso y desarrollo de procesos, técnicas y tecnologías de calidad aplicables al sector público.

La norma especifica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica para los EAH definidos por dos niveles así: nivel básico y nivel alto de sostenibilidad.

<b>REQUISITOS GENERALES</b>	<b>Básico</b>	<b>Alto</b>
<b>1.2.1 Requisitos legales</b>		
El EAH debe establecer, implementar y mantener un procedimiento documentado para identificar, tener acceso, cumplir y evaluar periódicamente la conformidad con la legislación que le sea aplicable en los aspectos turísticos, ambientales, socioculturales, económicos y laborales.	X	X
<b>1.2.2 sistema de gestión para la sostenibilidad</b>		
El EAH debe establecer, implementar y mantener un sistema de gestión para la sostenibilidad que cumpla los requisitos mínimos establecidos en los numerales 3.2.2.1 a 3.2.2.9. El EAH debe mantener evidencias para demostrar el cumplimiento de estos requisitos	X	X
<b>1.2.2.1 Política de sostenibilidad</b>		
El EAH debe:		
a) definir y documentar una política de sostenibilidad, de acuerdo con los aspectos ambientales, socioculturales y económicos generados por sus actividades, productos o servicios.	X	X
b) a partir de la política de sostenibilidad, establecer objetivos y metas de sostenibilidad alcanzables y cuantificables, las cuales deben ser revisadas periódicamente.	X	X
c) Tener la política de sostenibilidad disponible al público y ser comunicada y entendida por los empleados.	X	X
<b>1.2.2.2 Programas de gestión para la sostenibilidad</b>		
El EAH debe:		
a) Identificar cuáles de sus actividades, productos y servicios pueden tener un impacto significativo sobre la sostenibilidad y realizar una evaluación que permita las prioridades de actuación.	X	X
b) En los programas de gestión para la sostenibilidad, definir, como mínimo, los responsables, los recursos, las actividades, plazos e indicadores para su logro y seguimiento.	X	X
<b>1.2.2.3 Monitoreo y Seguimiento</b>		
El EAH debe establecer, implementar y mantener procedimiento documentados para realizar el monitoreo y el seguimiento de los programas de gestión para la sostenibilidad y los objetivos y metas planteados para el cumplimiento de la política.	X	X
<b>1.2.2.4 Compras</b>		
El EAH debe:		
a) identificar los bienes y servicios que adquiere para la prestación de su servicio y definir cuáles de ello tiene un mayor impacto sobre la sostenibilidad, para establecer criterios de compra que incluya consideraciones ambientales, socioculturales y económicas, de acuerdo con la disponibilidad del mercado.		X
b) Informar a los proveedores sobre los cuales tenga control e influencia, sobre su política y programas de gestión para la sostenibilidad		X
<b>1.2.2.5 Autoridad y responsabilidad</b>		
La alta gerencia debe asegurar la implementación, establecimiento y mantenimiento del sistema de gestión para la sostenibilidad	X	X

El EAH debe definir la responsabilidad y autoridad de las personas involucradas en el cumplimiento de esta norma	X	X
<b>1.2.2.6 Información y capacitación</b>		
Toda la información disponible para los cliente y huéspedes de acuerdo con lo exigido por esta norma, debe presentarse por lo menos en idiomas castellano e inglés	X	X
El EAH debe contar con un programa de capacitación dirigido a los empleados, que permita el cumplimiento de esta norma	X	X
Una vez se obtenga la certificación bajo criterios de esta norma, el EAH debe difundir el esquema de certificación a huéspedes, empleados y proveedores de acuerdo con los lineamientos de los respectivos reglamentos de uso de las marcas de certificación	X	X
<b>1.2.2.7 Documentación</b>		
La documentación para el cumplimiento de esta norma debe incluir:	X	X
a) declaraciones documentadas de una política, los objetivos, metas y programas de sostenibilidad	X	X
b) los procedimientos documentados requeridos en esta norma	X	X
c) los registros requeridos por esta norma	X	X
<b>1.2.2.8 Preparación y respuesta ante emergencias</b>		
El EAH debe establecer, implementar y mantener procedimientos documentados para identificar y responder a posibles situaciones de emergencia y accidentes potenciales que puedan impactar negativamente el ambiente, estos deben ser comunicados a los empleados, huéspedes y clientes.	X	X
<b>1.2.2.9 Mejora continua</b>		
El EAH debe plantear y ejecutar continuamente acciones y estrategias encaminadas al mantenimiento y mejoramiento de su gestión en el ámbito de la sostenibilidad	X	X

<b>REQUISITOS AMBIENTALES</b>	<b>Básico</b>	<b>Alto</b>
<b>2.3.1 Aéreas naturales</b>		
El EAH debe:		
a) contar con información acerca de las aéreas naturales de interés turístico del destino y promover que sus clientes y huéspedes las visiten	X	X
b) Promover en sus clientes y huéspedes comportamientos responsables con el entorno	X	X
c) Respetar las rondas de protección de las fuentes hídricas superficiales en el destino turístico donde se encuentra el EAH, de acuerdo con la legislación vigente	X	X
<b>2.3.2 Protección de flora y fauna</b>		
a) Identificar con su nombre local y nombre científico las especies arbóreas ubicadas en su interior		X
b) Evitar comercializar, consumir especies o productos derivados de flora y fauna vedado por la ley, o ejecutar o apoyar actividades encaminadas a la colección, comercialización y tráfico de especies animales o vegetales que no cuenten con los permisos y licencias respectivas otorgadas por las autoridades ambientales competentes	X	X
c) dar a conocer a sus huéspedes las principales disposiciones legales vigentes en materia de tráfico ilegal de especies de fauna y flora	X	X
d) Evitar que la iluminación externa cause alteraciones en el medio natural o cambios en el comportamiento de los animales		X

e) actuar para que en la cobertura vegetal de las aéreas verde y para la ornamentación prevalezca las especies nativas o naturalizadas de la zona		X
f) contar con una reseña ilustrativa escrita para efectos de divulgación sobre las especies nativas de flora y fauna que se encuentran ubicadas en la zona		X
<b>2.3.3 Gestión de Agua</b>		
El EAH debe:		
a) contar con un programa de uso eficiente de agua dirigido a clientes, huéspedes y empleados que establezca el cumplimiento de metas a corto plazo (un año) mediano plazo (tres años) y a largo plazo (más de tres años). El programa debe incluir los responsables, recursos, actividades e indicadores para su logro y seguimiento		X
b) registrar y monitorear el consumo de agua periódicamente y fijar metas de ahorro	X	X
c) Contar con un sistema de tratamiento de aguas residuales, en caso de que localmente no se cuente con un sistema de alcantarillado	X	X
d) desarrollar actividades de mantenimiento preventivo, para todos los equipos y redes de agua	X	X
e) analizar periódicamente el agua para asegurarse de su calidad, para uso humano en aéreas recreativas, piscina, duchas y lavamanos.	X	x
f) contar con la información y facilidades necesarias para promover que huéspedes y empleados hagan un uso eficiente del agua en el establecimiento	X	X
g) Utilizar agua potable para el consumo humano y preparación de alimento de acuerdo con la legislación vigente	X	X
<b>2.3.4 Gestión de la energía</b>		
a) contar con un programa de ahorro de energía dirigido a clientes, huéspedes y empleados, que establezca que el cumplimiento de metas a corto plazo, mediano plazo y largo plazo. El programa debe contener los responsables, recursos, actividades e indicadores para su logro y seguimiento.		X
b) llevar un registro de los consumos totales de energía y establecer metas de ahorro.	X	X
c) desarrollar actividades de mantenimiento preventivo, para todos los equipos e instalaciones eléctricas	X	X
d) Contar con la información y facilidades necesarias para promover que los huéspedes y empleados haga uso eficiente de la energía en el establecimiento	X	X
<b>2.3.5 Consumo de productos</b>		
El EAH debe:		
a) llevar un registro del consumo de productos e insumos empleados	X	X
b) definir un programa para la minimización y manejo de los productos químicos		X
c) emplear productos de limpieza que tengan tensioactivos biodegradables o cumplir con la NTC 5131 u otros criterios ambientales equivalentes		X
d) promover para el mantenimiento de las aéreas verde, el uso de producto orgánicos, minimizando el uso de abonos, plaguicidas y herbicidas químicos		X
e) emplear las dosis indicadas por el proveedor para los productos químicos de limpieza y jardinería	X	X
f) emplear productos en aerosol que contengan propelentes que no afecten la capa de ozono	X	X
g) emplear en los equipos de refrigeración, aire acondicionado y sistemas de extinción de incendios, agentes refrigerantes y propelentes autorizados por la ley	X	X
h) emplear para el servicio de mantenimiento de sistemas, equipos de refrigeración y aire acondicionado, personal certificado como competente en esa labor		X

i) imprimir no menos del 50% de los materiales, incluyendo los de promoción e información, en papel con un porcentaje de contenido de material reciclado, de acuerdo con la disponibilidad del mercado		X
j) adquirir productos empacados en recipientes que de acuerdo con las condiciones de la región son susceptibles de recuperación y reciclaje		X
k) mantener copias actualizadas de las hojas de seguridad de cada uno de los productos químicos empleados.		X
<b>2.3.6 Manejo de residuos</b>		
El EAH debe:		
a) llevar un registro de la cantidad mensual y tipo de residuos que genera	X	X
b) implementar un programa de manejo integral de residuos sólidos, el cual debe ser conocido por empleados, huéspedes y clientes, que incluya minimización, reutilización, separación, reciclaje y disposición adecuada de los mismos	X	X
c) establecer un programa de manejo de residuos peligrosos, de acuerdo con la legislación vigente	X	X
<b>2.3.7 Manejo de la contaminación atmosférica, auditiva y visual</b>		
El EAH debe:		
a) identificar las fuentes de contaminación atmosférica, auditiva y visual, resultantes de su actividad	X	X
b) establecer, implementar y mantener un programa para promover el control y la disminución de la contaminación atmosférica, auditiva y visual		X
c) ofrecer zonas y habitaciones debidamente señalizadas y acondicionadas para fumadores y adelantar acciones para reducir la contaminación del aire en recintos cerrados		X
<b>2.3.8 Participación en programas ambientales</b>		
El EAH debe participar en o desarrollar continuamente programas de mejora ambiental en las zonas aledañas o en otras regiones del país.		X

<b>REQUISITOS SOCIOCULTURALES</b>	<b>Básico</b>	<b>Alto</b>
<b>3.4.1 Patrimonio cultural</b>		
El EAH debe:		
a) contar con información disponible para los huéspedes y clientes sobre las medidas de protección y difusión del patrimonio cultural y la prevención del tráfico ilícito de bienes culturales en el destino turístico	X	X
b) contar con información acerca de los diferentes atractivos y actividades relacionadas con el patrimonio cultural de la región y promover que sus clientes y huéspedes las visiten+	X	X
c) asegurar que los medios publicitarios empleados para la promoción de la EAH no afectan negativamente el patrimonio cultural	X	X
d) promover la gastronomía nacional y regional	X	X
e) promover en sus clientes y huéspedes comportamientos responsables con la comunidad local y con la conservación y buen uso del patrimonio cultural	X	X
f) participar o brindar apoyo en programas de conservación o manejo del patrimonio cultural dentro del destino turístico	X	X
g) contar con personal capacitado para orientar y brindar información de manera responsable a los clientes y huéspedes sobre los sitios de interés en el destino turístico	X	X
h) utilizar de manera responsable en su decoración manifestaciones artísticas producidas y elaboradas en el ámbito local, regional o nacional	X	X

i) adelantar acciones enfocadas a la prevención del tráfico ilícito de bienes culturales, teniendo en cuenta la reglamentación vigente	X	X
j) informar a los huéspedes sobre el valor patrimonial arquitectónico de la edificación o del sector dentro del cual se encuentra el establecimiento cuando esté ubicado en un bien inmueble declarado como patrimonio nacional o local y adelantar acciones para la conservación	X	X
<b>3.4.2 Prevención y manejo de impactos sociales negativos</b>		
El EAH debe adelantar acciones para la prevención del comercio sexual de menores de acuerdo con la reglamentación vigente	X	X

<b>REQUISITOS ECONOMICOS</b>	<b>Básico</b>	<b>Alto</b>
<b>4.5.1 contratación y capacitación de las comunidades locales</b>		
El EAH debe:		
a) apoyar el desarrollo de programas específicos de las personas de la localidad, en la prestación de servicios turísticos y en actividades complementarias		X
b) promover la capacitación de su personal para fortalecer sus competencias laborales	X	X
c) contar con políticas de contratación de personas de la zona de influencia, tanto a nivel operativo, administrativo como gerencial	X	X
<b>4.5.2 Beneficios indirectos</b>		
a) estar en capacidad de acreditar una participación activa en las diferentes actividades sociales, recreativas o benéficas convocadas por organizaciones comunales o empresas locales	X	X
b) utilizar y promover el uso de bienes y servicios de origen local		X
c) utilizar, promover y apoyar la comercialización de artesanías y productos característicos de la región fabricados por personas o empresas locales, en condiciones comerciales justas	X	X

<b>REQUISITOS OTROS</b>	<b>Básico</b>	<b>Alto</b>
<b>5.6.1 Seguridad</b>		
El EAH debe:		
a) ejecutar acciones practicas para garantizar la seguridad de los clientes, huéspedes y empleados en sus instalaciones y servicios	X	x
b) apoyar los programas de seguridad turística que se estén desarrollando en la región y en el país.	X	X
<b>5.6.2 infraestructura</b>		
El EAH debe diseñar e implementar un programa de mantenimiento a su infraestructura	X	X

- Norma técnica sectorial NTSH 008 por la cual se rige los alojamientos rurales, requisitos de planta y servicio.

La presente norma tiene como objeto definir las características de calidad y los requisitos de planta y servicios para los establecimientos de alojamiento rural.

<b>REQUISITOS DE PLANTA</b>
<b>1.1 Planta del establecimiento</b>
<b>1.1.1 Edificación</b>
a) la entrada principal y una habitación son accesibles para personas con discapacidad
b) Cuenta con iluminación exterior e interior
c) tiene señalización arquitectónica y de seguridad
d) cuenta con planta de emergencia que garantice el servicio de energía en las aéreas publicas y de acceso al establecimiento de alojamiento
e) cuenta con un programa y registro de control de plagas
f) el mobiliario está dispuesto de forma armoniosa, guardando una unidad de estilo decorativo acorde con las características arquitectónicas de la edificación
g) las redes de servicios sanitarios, están ocultas en las paredes o pisos
h) las redes de servicios eléctricos son conducidas a través de ductos o canaletas aislantes y las uniones están protegidas por cajas
i) las redes de servicios hidráulicos están protegidas y canalizadas
k) las habitaciones, baños y cocinas cuentan con ventilación e iluminación natural directa
l) cuenta con un programa anual de mantenimiento correctivo y preventivo
<b>1.1.2 Zona de parqueo</b>
a) cuenta con zona de parqueo con un número de puestos mínimo equivalente al 80 % de las habitaciones
b) se informa al cliente si cuenta con servicio de parqueo disponible
c) cuenta con iluminación nocturna
<b>1.1.3 Aéreas verdes</b>
a) el establecimiento cuenta con aéreas verdes
b) cuenta con un programa y registro de mantenimiento
c) son armoniosas con el entorno
d) el establecimiento promueve el uso de flora nativa en las aéreas verdes y el entorno en el cual se encuentra ubicado
<b>1.2 Espacios Públicos</b>
<b>1.2.1 Emergencias</b>
a) tiene detectores de humo
b) tiene extintores con carga vigente
<b>1.2.2 Recepción</b>
a) cuenta con un área para la recepción de los huéspedes
b) el espacio de recepción está decorado acorde con el estilo del establecimiento
c) las instalaciones y mobiliario de servicio al público son confortables y el área de recepción está iluminada y en buen estado de conservación
d) la zona exterior inmediata al establecimiento de alojamiento se encuentra limpia e iluminada sin obstáculos que dificulten el acceso a las aéreas comunes y habitaciones
e) se tiene programa y registro de mantenimiento correctivo y preventivo para el mobiliario



<b>1.2.3 Corredores/pasillos</b>
a) están iluminados
b) se tiene señalización para salidas de emergencia, extintores y medios contra incendios
c) se identifica la ubicación de las habitaciones
<b>1.2.4 Climatización</b>
a) cuenta con ventilación mecánica o natural
<b>1.2.5 Baños públicos</b>
a) cuenta como mínimo con un baño social
<b>1.3 Habitaciones</b>
<b>1.3.1 Dimensiones</b>
a) la habitación cuenta con bala privado
b) la habitación estándar de una cama es un área de 12,50 metros cuadrados o más
c) la habitación estándar con dos camas o una cama doble es de una área de 18,25 metros cuadrados o más
<b>1.3.2 Seguridad</b>
a) se tiene un sistema de cierre en las ventanas
b) se tiene un sistema de cierre de puertas
<b>1.3.3 Muebles</b>
a) cama sencilla mínimo 1,00 m X 1,90 m
b) cama doble mínimo de 1,40m X 1,90m
c) la cama cuenta con colchón y almohadas
d) en habitaciones con dos cama hay por lo menos una mesa de noche entre las dos camas
e) en habitaciones como cama doble hay dos mesas de noche
f) tienen closet o armario acorde con la capacidad de ocupación de la habitación
g) se tiene una silla o puesto de sofá para cada puesto de cama
h) se tienen artículos decorativos en buen estado y limpios
i) se tiene programa y registro de mantenimiento correctivo preventivo para el mobiliario
<b>1.3.4 Conexiones</b>
a) tiene tomas eléctricas
<b>1.3.5 Ropa de cama</b>
a) la ropa de cama está limpia, sin manchas, ni descosidas, sin huecos o perforaciones, sin decoloración de los tejidos
b) los colchones tiene una fecha de rotación vigente
c) se tienen protectores para los colchones y almohadas
d) la ropa de cama es de tejido 50% poliéster 50% algodón
e) cuentan con un inventario mínimo dos juegos por cama
f) cuentan con dos almohadas y dos cobijas disponibles por cama a solicitud del cliente
<b>1.3.6 Ventanas</b>
a) tienen cortinas, persianas, Black out o similares
b) las cortinas, persianas o similares, están limpias sin roturas ni manchas
<b>1.3.7 Iluminación</b>
a) se tiene iluminación general para la habitación

b) el encendido y apagado conmutable esta cerca de las camas
<b>1.3.8 Climatización</b>
a) cuentan con ventilación mecánica o natural
<b>1.4 Baños de Habitaciones</b>
<b>1.4.1 Requisitos</b>
a) cuentan con un programa y registros de limpieza y desinfección diario
b) cuentan con agua las 24 h.
c) cuentan con ventilación o extractor de olores
d) el piso esta sin alfombra
e) cuentan con inodoro
f) tiene toallero
g) tienen jabonero
h) los baños cuentan con espejos
i) los lavamanos cuentan con espejos
j) cuentan con luz en el espejo del baño de 40 vatios (Luz fría)
<b>1.4.2 Ducha</b>
a) tiene ducha con flujo de agua mínimo 2l/min
b) tiene piso o superficie antideslizante
c) tiene pasamanos de seguridad
<b>1.4.3 Toallas</b>
a) se cuenta con un juego de cuerpo, manos y facial por cada huésped
b) las medidas de las toallas para cuerpo son de mínimo 0,63 x 1.25m, peso mínimo de 300g
c) las medidas de las toallas para manos son de mínimo 0,40 x 0,68 m
d) las medidas de los faciales son de mínimo 0,30m x 0,30 m
e) las toallas no están manchadas ni rotas
<b>1.4.4 Conexiones para aparatos eléctricos</b>
a) se tiene conexión para aparatos eléctricos cerca del lavamanos con la indicación del voltaje
b) se tienen disponibles para los huéspedes convertibles y adaptadores de corriente
<b>1.5 Sala y comedor</b>
<b>1.5.1 requisitos</b>
a) ofrece el servicio de alimentación
b) se presta el servicio de alimentación en horas determinadas
c) la sala y comedor están iluminados
d) la sala y el comedor cuentan con un numero de muebles suficientes para el uso máximo de posibles usuarios del establecimiento de alojamiento
e) se tiene televisor de 14 pulgadas o superior con control remoto
f) se tiene programa y registro de limpieza diaria de la sala y el comedor
<b>1.6 reserva de agua para el establecimiento</b>
<b>1.6.1 Agua potable</b>
a) se tiene reserva para 3 días de consumo promedio con una ocupación del 100% del establecimiento
b) se tiene un programa y mantenimiento para los tanques de reserva con sus respectivos registros

<b>1.7 Áreas de recreación</b>
<b>1.7.1 Áreas recreativas</b>
a) se tiene el servicio de piscina propia o contratado
b) el área de piscina cuenta con las instrucciones de uso y seguridad situadas en un lugar visible
c) cuenta con áreas recreativas en instalaciones propias o contratadas
<b>1.8 Servicios generales</b>
<b>1.8.1 Zona de mantenimiento</b>
a) cuenta con depósito para herramientas
b) se tiene programa y registro de mantenimiento correctivo y preventivo
<b>1.8.2 Zona de máquinas</b>
a) cuenta con cuarto de máquinas
b) se tiene programa y registro de mantenimiento correctivo y preventivo al cuarto de máquinas
<b>1.8.3 manejo de residuos</b>
a) cuenta con el cuarto para basuras
b) cuenta con recipientes identificados para basuras
c) se tiene programa y registro de mantenimiento correctivo y preventivo al cuarto de basuras
d) cuenta con un programa de reciclaje, manejo de basuras y de residuos orgánicos
<b>1.8.4 Manejo de aguas residuales</b>
a) el establecimiento cuenta con un sistema de recolección de aguas residuales
b) el establecimiento cuenta con pozo séptico o alcantarillado
c) se tiene programa y registro de mantenimiento al pozo séptico

<b>REQUISITOS DEL SERVICIO</b>
<b>2.1 Edificación</b>
<b>2.1.1 Insonorización</b>
a) se tiene aislamiento en los espacios de maquinaria y aparatos al interior que generen ruido
<b>2.2 Espacios Públicos</b>
<b>2.2.1 Recepción</b>
a) las áreas de servicio al cliente y al público están limpias, higiénicas y ventiladas
b) las cortinas, persianas o similares están limpias, sin manchas, ni rotas
c) se tiene ausencias de olores y ruidos por causa de aseo, maquinaria, traslado de mercancías o similares
d) se tiene un registro de huéspedes
e) se comunica al huéspedes la información sobre el procedimiento de quejas
f) existe en el área de recepción un sistema de comunicación
g) la cuenta del cliente está disponible para saldos parciales
h) en el área de recepción se brinda información turística del sitio donde está ubicado el establecimiento de alojamiento
i) se dan información precisa para que el cliente localice su habitación con facilidad
j) cuentan con una guía turística y mapas de la región
k) se da información al cliente sobre las tarifas vigentes

l) las tarifas están en un lugar visible
m) se brinda información sobre los servicios de alimentación y complementarios
n) se lleva un control de entradas y salidas de huéspedes mediante un libro de registro
<b>2.2.2 Baños públicos</b>
a) cuentan con agua las 24 h
b) cuentan con ventilación mecánica o natural
c) tienen jabón y toallas
d) los baños cuentan con portarrollos de papel
e) tienen cesto para papeles
f) tienen un programa y registro de limpieza y desinfección diario
<b>2.3 Habitaciones</b>
<b>2.3.1 Seguridad</b>
a) se tiene las instrucciones de emergencia y evacuación ubicadas detrás de las puertas
<b>2.4 Baños habitaciones</b>
<b>2.4.1 Artículos y enseres</b>
a) se tiene una barra de jabón por huésped
b) tienen papel higiénico
c) tienen champú para el cabello
d) tienen cesto para papeles
e) tienen programa y registro de limpieza y desinfección diario
<b>2.5 Restaurante y/o Comedor</b>
<b>2.5.1 Aspecto / Apariencia</b>
a) los meseros tienen uniformes, son roturas, sin manchas y limpios
<b>2.5.2 Restaurante y/o Comedor</b>
a) se cuenta con una carta de alimentos
b) se cuenta con una carta de licores
<b>2.5.3 Elementos de montaje</b>
a) los elementos del montaje están limpios, sin roturas ni manchas
b) los cubremanteles, tapas, servilletas o similares son cambiado en cada rotación de clientes
<b>2.5.4 Vajilla</b>
a) la vajilla se encuentra en perfecto estado de conservación sin ralladuras ni roturas
b) el menaje corresponde al 150% de la capacidad del lugar
<b>2.5.5 Cristalería y cubertería</b>
a) la cristalería se encuentra en perfecto estado de conservación sin roturas, ni ralladuras
b) la cubertería se encuentra en perfecto estado de conservación sin roturas, ralladuras ni torceduras
c) el menaje corresponde al 150% de la capacidad del lugar
<b>2.5.6 Buenas prácticas de manufactura</b>
a) el área de alimentos y bebidas cumple con la reglamentación vigente
<b>2.6 Servicios complementarios</b>
<b>2.6.1 Servicios básicos</b>
a) cuentan con servicio de lavandería

b) tienen cajilla de seguridad
c) cuentan con el servicio de reservación de excursiones o tours
d) ofrecen el servicio de llamada despertador
e) recibe uno o más tarjetas de crédito o debito
f) facilitan el acceso a servicios médicos
g) tienen seguro para huéspedes
h) tiene botiquín de primeros auxilios
<b>2.7 Servicio al cliente</b>
<b>2.7.1 Servicio al cliente en recepción</b>
a) atención disponible 24 h
b) se informa sobre la hora de salida (Check out)
c) se da el trato al cliente de acuerdo con el protocolo de servicio establecido de alojamiento
d) se da información sobre los puntos de mayor atractivo turístico de la zona de ubicación del establecimiento de alojamiento
e) se tiene conocimiento de los transportes públicos, sus conexiones y los horarios actualizados
f) se informa al cliente en el momento de llegada sobre las condiciones de acceso al servicio telefónico y a los servicios complementarios
<b>2.7.2 Prevención y anticipación de quejas</b>
a) se dispone de un procedimiento de atención de quejas y reclamos
b) se atiende las quejas durante la estadía del cliente
c) se deja constancia desde la recepción a los turnos siguientes de las características especiales del cliente o requisitos presentados por el mismo
<b>2.7.3 Tratamiento de quejas</b>
a) existen los medios para el registro de quejas
b) las quejas de los clientes son atendidas y se tienen en cuenta las correcciones pertinentes
c) se analizan las quejas y se actúa en consecuencia, haciendo un seguimiento de las correcciones pertinentes
<b>2.8 Servicio de reservas</b>
<b>2.8.1 características del servicio</b>
a) se asegura al cliente que su reserva confirmada es respetada siempre que este aceptada y garantizada por el cliente o según las condiciones pactadas
b) se realiza un control continuado del nivel de reservas admitido y previsible, y se toman las medidas oportunas para evitar situaciones de llegada de clientes con reserva y sin posibilidad de alojarlo, y su solución
c) se recogen todas las especificaciones de reserva realizada por el cliente, y se atienden
<b>2.8.2 Proceso de prestación</b>
a) el servicio de reservas dispone de los medios, que le permitan realizar reservas con prontitud, fiabilidad y eficacia
b) las reservas son atendidas por personas capacitadas para este servicio
c) todas las reservas se registran en el mismo momento en que se recibe la demanda y se confirma de acuerdo con lo dispuesto por el establecimiento de alojamiento
d) cualquier cambio realizado por el establecimiento en una reserva está justificado y registrado
e) se registra un numero telefónico u otro medio de comunicación del cliente para comunicarle cualquier imprevisto o cambio
<b>2.9 Servicio de portería, equipaje y botones</b>
<b>2.9.1 Características del servicio</b>

a) el personal está atento a la llegada y salida del cliente o visitantes y les saluda, o se despide de ellos cortésmente
b) el personal atiende y facilita la entrada de su equipaje al establecimiento de alojamiento
c) se dispone del servicio de recogida de maletas desde todas las habitaciones
<b>2.9.2 Proceso de prestación del servicio</b>
a) se cuenta con el servicio de transporte seguro de equipaje
b) todas las maletas, paquetes y demás equipaje de los clientes individuales son claramente identificados, de manera que se asegure que son entregados a su propietario
c) en caso de grupos, se establece el mecanismo para diferenciarlos de los clientes de otros grupos
<b>2.10 Registro y acomodación</b>
<b>2.10.1 Características del servicio</b>
a) se dan las indicaciones precisas para que el cliente localice su alojamiento con facilidad
b) siempre se acompaña al cliente a su habitación
<b>2.10.2 Proceso de prestación del servicio</b>
a) se tiene un exacto y preciso conocimiento del establecimiento, localización de todas las dependencias, habitaciones y servicios.
b) en el caso de recepción de grupos, el responsable del servicio dispondrá de los recursos necesarios para su correcta atención.
c) se tiene dispuestas las habitaciones del establecimiento de alojamiento para entregar a los clientes a las 15:00 horas o según lo establecido y comunicado por las políticas del establecimiento
d) se ofrece el servicio de custodia de maletas hasta que el cliente quede alojado
e) se ofrece al cliente, una serie de servicios y/o actividades gratuitas que compensen la imposibilidad de alojarlo en forma inmediata
<b>2.11 Seguridad</b>
<b>2.11.1 Características del servicio</b>
a) el horario del servicio de seguridad se presta durante 24h
b) se controlan los accesos al establecimiento
c) se controlan los accesos a las habitaciones
d) se controlan los visitantes al establecimiento no alojados en el mismo
e) se dispone de mecanismo que aseguren que el cliente recuperara los objetos olvidados en el establecimiento de alojamiento
f) se tiene un plan de contingencia para desastres naturales
g) el personal está capacitado para poner en práctica el plan de emergencia
<b>2.11.2 Proceso de prestación del servicio</b>
a) el personal cuenta con la formación o capacitación necesaria para utilizar todos los mecanismos dispuestos para la seguridad del establecimiento de alojamiento
b) se entrega la llave únicamente a la persona registrada
<b>2.12 Cancelación de cuenta y salida (Check Out)</b>
<b>2. 12.1 Características del servicio</b>
a) El horario de atención al huésped está disponible 24 h
b) la cuenta del cliente se prepara con antelación a su salida
c) la cuenta es detallada y clara
d) se dispone de facilidades para el cobro mediante diferentes medios de pago, los cuales serán expuestos al cliente en un lugar visible
e) la comprobación de tarjetas de crédito y/o debito, se realiza de acuerdo con el protocolo de servicio y seguridad

f) el personal de servicio está atento a la salida del cliente y emplea normas de cortesía para su despedida, de acuerdo con el protocolo de servicios
<b>2.13 Requisitos del personal de servicio</b>
<b>2.13.1 Requisitos del personal de recepción</b>
a) establece y documenta los perfiles de educación, experiencias, capacitación y habilidades requeridos para el servicio al cliente
b) establece programas de entrenamiento y capacitación de todo el personal relacionado con todas las actividades del establecimiento
c) el personal esta uniformado y presentado de acuerdo con los requisitos definidos por el establecimiento
d) el vestuario del personal de recepción está limpio, sin manchas, ni roturas y sin remiendos
<b>2.13.2 Requisito del personal de cocina</b>
a) tienen las uñas cortas, limpias y sin esmalte
b) tienen el cabello limpio, recogido y cubierto por gorro
c) la ropa de trabajo está limpia
<b>2.13.3 requisitos del personal de comedor</b>
a) el personal esta uniformado y presentado de acuerdo con los requisitos definidos por el establecimiento de alojamiento
b) el vestuario del personal del servicio de comedor está limpio, sin manchas, ni roturas y sin remiendos

## 15.5 Clústeres turísticos y sus productos. Documento Conpes 3397

DEPARTAMENTO	ÁREA DE INFLUENCIA	VISIÓN
<i>Amazonas</i>		Eco-etnoturismo
<i>Antioquia</i>	Medellín y área metropolitana	Negocios
	Urabá - Darién	Ecoturismo
	Occidente	Ecoturismo
	Oriente	Ecoturismo
	Suroeste	Agroturismo
<i>Atlántico</i>		Negocios – B/quilla Etnocultural, sol y playa, recreativo
<i>Bogotá D.C.</i>		Negocios, Cultura
<i>Bolívar</i>	Cartagena	Histórico cultural, congresos, sol y playa
	Mompox	Histórico cultural
<i>Boyacá</i>		Histórico – cultural
<i>Caldas</i>		Ecoturismo, eventos
<i>Casanare</i>		Agroturismo, ecoturismo
<i>Cauca</i>	Popayán	Histórico – cultural --- Etnoecoturístico
	Tierradentro	Histórico arqueológico, étnico
	Gorgona – Guapi	Ecoturismo
<i>Cesar</i>		Cultural, ecoturismo
<i>Chocó</i>	Nuquí – Bahía Solano	Ecoturismo
	Darién Caribe colombiano	Ecoturismo
<i>Cundinamarca</i>	Sabana occidente	Histórico – cultural
	Girardot	Recreativo
	Zipaquirá	Histórico cultural
<i>Golfo de Morrosquillo</i>		Eco- etnoturismo, sol y playa
<i>Guajira</i>		Eco – etnoturismo
<i>Huila</i>	San Agustín	Histórico arqueológico, ecoturismo
<i>Magdalena</i>	Santa Marta	Ecoturismo
<i>Meta</i>		Agroturismo, ecoturismo , eventos
<i>Nariño</i>		Eco-etnoturismo
<i>Norte de Santander</i>		Histórico cultural , compras
<i>Quindío</i>		Agroturismo
<i>Risaralda</i>		Turismo rural
<i>San Andrés, Providencia y Santa Catalina</i>	San Andrés	Sol y playa
	Providencia	Ecoturismo
<i>Santander</i>		Aventura, congresos y convenciones
<i>Tolima</i>		Etno- cultural
<i>Valle del Cauca</i>	• Zona sur	Agroindustrial, recreativo y ecoturismo
	• Zona centro	Histórico cultural y ecoturismo
	• Zona norte	Agroturismo y ecoturismo
	• Cali	Congresos y convenciones
<i>Vichada</i>		Eco – etnoturismo



## 15.6 Certificado de existencia y representación legal EJEMPLO

**CAMARA DE COMERCIO DE SOGAMOSO**  
**CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL**  
**HOTEL TEMATICO CON SELLO VERDE S.A.S.**

**Número de operación: 31D050927001 Fecha: 20110628 Página: 1**

---

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL O INSCRIPCION DE DOCUMENTOS.

LA CAMARA DE COMERCIO DE SOGAMOSO, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL,

CERTIFICA:

NOMBRE: HOTEL TEMATICO CON SELLO VERDE S.A.S.

SIGLA:

N.I.T.:0900298878-3

DIRECCION COMERCIAL:

DOMICILIO: TOTA

TELEFONO COMERCIAL: 3144440170

DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL: CARRERA 10 12 14 OFICINA 304

MUNICIPIO JUDICIAL:

E-MAIL:

TELEFONO NOTIFICACION JUDICIAL: 3144440170

FAX NOTIFICACION JUDICIAL:

CERTIFICA:

MATRICULA NO. 00049504

FECHA DE MATRICULA EN ESTA CAMARA:

CERTIFICA:

CONSTITUCION: QUE POR DOCUMENTO PRIVADO NO. 0000001 DE ASAMBLEA CONSTITUTIVA DEL 5 DE JUNIO DE 2009, INSCRITA EL 8 DE JULIO DE 2009 BAJO EL NUMERO 00009610 DEL LIBRO IX, SE CONSTITUYO LA PERSONA JURIDICA: HOTEL TEMATICO CON SELLO VERDE S.A.S.

CERTIFICA:

REFORMAS:

DOCUMENTO	FECHA	ORIGEN	CIUDAD	INSCRIPCION	FECHA
0000002	2010/03/26	ASAMBLEA DE ACCIONISSOG		00009954	2010/05/18

CERTIFICA:

VIGENCIA: QUE EL TERMINO DE DURACION DE LA PERSONA JURIDICA ES INDEFINIDO

CERTIFICA:

OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TENDRA COMO OBJETO SOCIAL PRINCIPAL LA PRESTACION DE UN SERVICIO DE HOSPEDAJE TEMATICO Y DE TURISMO CULTURAL Y ECOLOGICO A TRAVES DE LA IMPLEMENTACION DE

PROCESOS QUE CONTRIBUYEN CON LA PRESERVACION DEL MEDIO AMBIENTE Y TIENEN EL MINIMO IMPACTO EN LA REGION. EN DESARROLLO DE SU OBJETO SOCIAL PRINCIPAL LA EMPRESA PODRA: OFRECER PAQUETES TURISTICOS AL PUBLICO RELACIONADOS CON EL TURISMO CULTURAL Y ECOLOGICO, ASI COMO ADQUIRIR TECNOLOGIAS Y ELEMENTOS QUE CONTRIBUYAN A LA PRESERVACION DEL MEDIO AMBIENTE, TENIENDO COMO PRODUCTO EL SERVICIO DE HOSPEDAJE. CELEBRAR CUALQUIER ACTIVIDAD LICITA.

CERTIFICA:

CAPITAL:

**\*\* CAPITAL AUTORIZADO\*\***

VALOR:

NO. ACCIONES:

VALOR NOMINAL:

**\*\* CAPITAL SUSCRITO\*\***

VALOR:

NO. ACCIONES:

VALOR NOMINAL

**\*\* CAPITAL PAGADO\*\***

VALOR:

NO. ACCIONES:

VALOR NOMINAL:

CERTIFICA:

**\*\*JUNTA DIRECTIVA: PRINCIPAL(ES)\*\***

QUE POR DOCUMENTO PRIVADO NO. 0000001 DE ASAMBLEA CONSTITUTIVA DEL 5 DE JUNIO DE 2009, INSCRITA EL 8 DE JULIO DE 2009 BAJO EL NUMERO 00009610 DEL LIBRO IX, FUE(ON) NOMBRADO(S):

NOMBRE

IDENTIFICACION

**\*\*JUNTA DIRECTIVA: SUPLENTE(S)\*\***

QUE POR DOCUMENTO PRIVADO NO. 0000001 DE ASAMBLEA CONSTITUTIVA DEL 5 DE JUNIO DE 2009, INSCRITA EL 8 DE JULIO DE 2009 BAJO EL NUMERO 00009610 DEL LIBRO IX, FUE(ON) NOMBRADO(S):

NOMBRE

IDENTIFICACION

CERTIFICA:

REPRESENTACION LEGAL: EL GERENTE ES EL REPRESENTANTE LEGAL DE LA SOCIEDAD PARA TODOS LOS EFECTOS Y EL SUPLENTE EN AUSENCIA DEL GERENTE TENDRA LAS MISMAS FACULTADES DEL REPRESENTANTE LEGAL PRINCIPAL.

CERTIFICA:

**\*\*NOMBRAMIENTOS: \*\***

QUE POR DOCUMENTO PRIVADO NO. 0000001 DE ASAMBLEA CONSTITUTIVA DEL 5 DE JUNIO DE 2009, INSCRITA EL 8 DE JULIO DE 2009 BAJO EL NUMERO 00009610 DEL LIBRO IX, FUE(ON) NOMBRADO(S):

NOMBRE

IDENTIFICACION

CERTIFICA:

FUNCIONES DEL GERENTE: LA SOCIEDAD TENDRA UN GERENTE CON UN (1) SUPLENTE QUE REEMPLAZARA AL PRINCIPAL EN SUS FALTAS ACCIDENTALES O TEMPORALES O ABSOLUTAS. 1. TANTO EL GERENTE PRINCIPAL COMO EL SUPLENTE SERÁN ELEGIDOS POR LA ASAMBLEA PARA PERIODOS DE SEIS MESES, PRORROGABLES HASTA POR DOS PERIODOS IGUALES. NO OBSTANTE UNA VEZ CONSTITUIDA LA SOCIEDAD PODRA DESIGNARSE INICIALMENTE UN GERENTE PROVISIONAL POR UN PERIODO INFERIOR SEGÚN LO DISPONGA LA JUNTA. 2. EL GERENTE O QUIEN HAGA SUS VECES ES EL REPRESENTANTE LEGAL DE LA SOCIEDAD PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES. 3. EL GERENTE EJERCERA TODAS LAS FUNCIONES PROPIAS DE LA NATURALEZA DE SU CARGO Y EN ESPECIAL LAS SIGUIENTES: 3.1. REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE LOS ACCIONISTAS, ANTE LOS TERCEROS Y ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES DEL ORDEN ADMINISTRATIVO Y JURISDICCIONAL. 3.2.EJECUTAR TODOS LOS ACTOS U OPERACIONES CORRESPONDIENTES AL OBJETO SOCIAL, DE CONFORMIDAD CON LO PREVISTO EN LAS LEYES Y EN ESTOS ESTATUTOS. 3.3. AUTORIZAR CON SU FIRMA TODOS LOS DOCUMENTOS PUBLICOS O PRIVADOS QUE DEBEN OTORGARSE EN DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SOCIALES O EN INTERES DE LA SOCIEDAD.3.4 PRESENTAR A LA ASAMBLEA GENERAL EN SUS REUNIONES ORDINARIAS, UN INVENTARIO Y UN BALANCE DE FIN DE EJERCICIO, JUNTO CON UN INFORME ESCRITO SOBRE LA SITUACION DE LA SOCIEDAD, UN DETALLE COMPLETO DE LA CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS Y UN PROYECTO DE DISTRIBUCION DE UTILIDADES OBTENIDAS. 3.5 NOMBRAR Y REMOVER LOS EMPLEADOS DE LA SOCIEDAD CUYO NOMBRAMIENTO Y REMOCION LE DELEGUE LA JUNTA DIRECTIVA. 3.6 TOMAR TODAS LAS MEDIDAS QUE RECLAME LA CONSERVACION DE LOS BIENES SOCIALES, VIGILAR LA ACTIVIDAD DE LOS EMPLEADOS DE LA ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD E IMPARTIRLES LAS ORDENES E INSTRUCCIONES QUE EXIJA LA BUENA MARCHA DE LA COMPANIA. 3.7. CONVOCAR A LA ASAMBLEA GENERAL A REUNIONES EXTRAORDINARIAS CUANDO LO JUZGUE CONVENIENTE O NECESARIO Y HACER LAS CONVOCATORIAS CUANDO LO ORDENEN LOS ESTATUTOS, LA JUNTA DIRECTIVA O EL REVISOR FISCAL DE LA SOCIEDAD. 3.8.CONVOCAR LA JUNTA DIRECTIVA CUANDO LO CONSIDERE NECESARIO O CONVENIENTE Y MANTENERLA INFORMADA DEL CURSO DE LOS NEGOCIOS SOCIALES. 3.9 CUMPLIR LAS ORDENES E INSTRUCCIONES QUE LE IMPARTEN LA ASAMBLEA GENERAL O LA JUNTA DIRECTIVA Y EN PARTICULAR, SOLICITAR AUTORIZACIONES PARA LOS NEGOCIOS QUE DEBAN APROBAR PREVIAMENTE LA ASAMBLEA O LA JUNTA DIRECTIVA SEGÚN LO DISPONEN LAS NORMAS CORRESPONDIENTES DEL PRESENTE ESTATUTO.3.10. CUMPLIR O HACER QUE SE CUMPLAN OPORTUNAMENTE TODOS LOS REQUISITOS O EXIGENCIAS LEGALES QUE SE RELACIONEN CON EL FUNCIONAMIENTO Y ACTIVIDADES DE LA SOCIEDAD. 3.11. CELEBRAR CONTRATOS CUYA CUANTIA NO SOBREPASE EL EQUIVALENTE A CIENTO (100) SALARIOS MINIMOS MENSUALES VIGENTES. 3.12. EN EL REGISTRO MERCANTIL SE INSCRIBIRA LA DESIGNACION DEL REPRESENTANTE LEGAL Y DEL REVISOR FISCAL Y SUS SUPLENTE MEDIANTE COPIA DE LA PARTE PERTINENTE DEL ACTA DE LA JUNTA DIRECTIVA O DE LA ASAMBLEA CUANDO SEA ELLA QUIEN LOS NOMBRE UNA VEZ APROBADA Y FIRMADA POR EL PRESIDENTE Y EL SECRETARIO Y EN SU DEFECTO, POR EL REVISOR FISCAL. 4. LA ASAMBLEA EN OCASIÓN DE LA CONSTITUCION, REUNIDA EN LA MISMA FECHA HA DESIGNADO PROVISIONALMENTE GERENTE Y SUPLENTE.

CERTIFICA:

**\*\* REVISOR FISCAL \*\***

QUE POR DOCUMENTO PRIVADO NO. 0000001 DE ASAMBLEA CONSTITUTIVA DEL 5 DE JUNIO DE 2009, INSCRITA EL 8 DE JULIO DE 2009 BAJO EL NUMERO 00009610 DEL LIBRO IX, FUE(RON) NOMBRADO(S):

NOMBRE

IDENTIFICACION

CERTIFICA:

QUE LA PERSONA JURIDICA TIENE MATRICULADOS LOS SIGUIENTES ESTABLECIMIENTOS:

NOMBRE:

MATRICULA NO. : 00049631

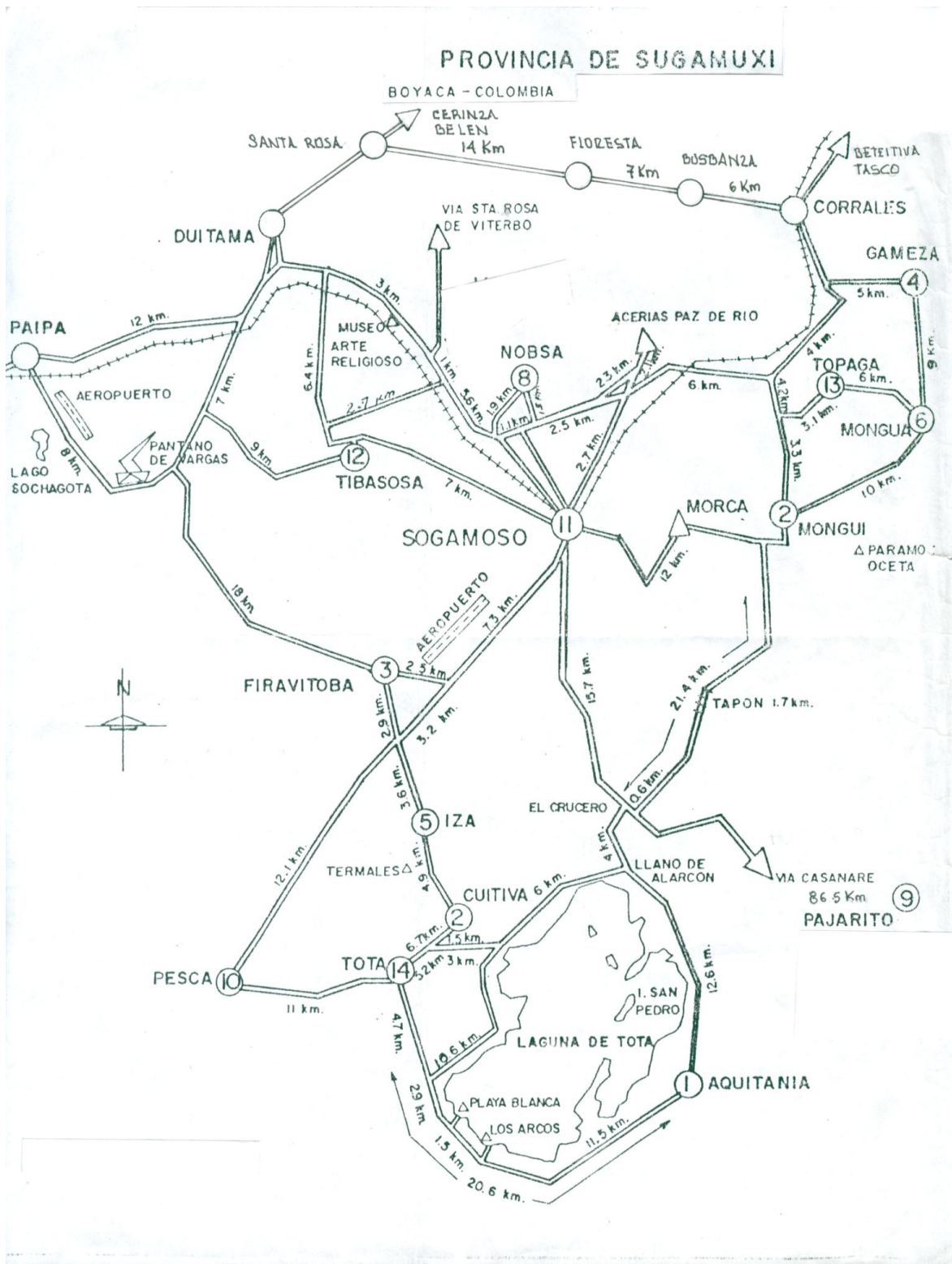
CERTIFICA:

QUE NO FIGURAN INSCRIPCIONES ANTERIORES A LA FECHA DEL PRESENTE CERTIFICADO, QUE MODIFIQUEN TOTAL O PARCIALMENTE SU CONTENIDO.

DE ACUERDO CON LO PREVISTO EN LA LEY 962 DE 2005, LOS ACTOS DE INSCRIPCION QUE SE CERTIFIQUEN, QUEDAN EN FIRME CINCO (5) DIAS DESPUES DE SU REGISTRO, SIEMPRE Y CUANDO NO SEAN OBJETO DE LOS RECURSOS EN LA VIA GUBERNATIVA (REPOSICION, APELACION O QUEJA).

## 15.7 Mapa Provincia de Sugamuxi.

Este Mapa fue suministrado por Fernando Chaparro Aranguren, Magister en Arquitectura y Urbanismo.



## 15.8 Registro Nacional de Turismo

### REGISTRO NACIONAL DE TURISMO

#### FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

**ESTE FORMULARIO DEBE DILIGENCIARSE EN SU TOTALIDAD IMPORTANTE: ANTES DE PRESENTAR LA SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO DEBE LEER LAS INSTRUCCIONES QUE APARECEN AL FINAL DE ESTE FORMULARIO IDENTIFICACIÓN DEL PRESTADOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS A INSCRIBIR.**

IP1 TIPO DE PRESTADOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS A INSCRIBIR (SÓLO PUEDE SELECCIONAR UNO POR SOLICITUD)

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO

AGENCIA DE VIAJES MAYORISTA

AGENCIA DE VIAJES OPERADORA

ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE

OPERADOR PROFESIONAL DE CONGRESOS, FERIAS Y CONVENCIONES

ARRENDADOR DE VEHÍCULOS

EMPRESA CAPTADORA DE AHORRO PARA VIAJES Y EMPRESA DE SERVICIOS

TURÍSTICOS PREPAGADOS

OFICINA DE REPRESENTACIÓN TURÍSTICA

EMPRESA PROMOTORA DE PROYECTOS DE TIEMPO COMPARTIDO Y MULTIPROPIEDAD

EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PROYECTOS DE TIEMPO COMPARTIDO Y MULTIPROPIEDAD

ESTABLECIMIENTO DE GASTRONOMÍA, BAR Y NEGOCIO SIMILAR DE INTERÉS TURÍSTICO

COMPAÑÍA DE INTERCAMBIO VACACIONAL

USUARIO OPERADOR, DESARROLLADOR E INDUSTRIAL EN ZONA FRANCA TURÍSTICA

## DATOS BÁSICOS DEL PRESTADOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS A INSCRIBIR

IR1 IDENTIFICACIÓN (Seleccione sólo una opción)

NIT No. -

C.C No.

C.E No.

OTRO Cuál? No

IR2 TIPO DE ORGANIZACIÓN A LA CUAL PERTENECE (Seleccione sólo una opción)

CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR

EMPRESA UNIPERSONAL

ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO

PERSONA NATURAL

SOCIEDAD ANÓNIMA

SOCIEDAD COLECTIVA

SOCIEDAD DE HECHO

SOCIEDAD EN COMANDITA

SOCIEDAD LIMITADA

OTRO

IR3 FECHA DE INICIO DE OPERACIONES O FECHA EN QUE TIENE PROYECTADO INICIAR ACTIVIDADES

AÑO MES DÍA:

IR4 EL ESTABLECIMIENTO ES:

CASA PRINCIPAL SUCURSAL OTRO

IR5 NOMBRE DEL PROPIETARIO O RAZÓN SOCIAL DE LA PERSONA JURÍDICA PROPIETARIA DEL ESTABLECIMIENTO (Cuando el establecimiento es propiedad de un solo dueño, escriba su(s) nombre(s) y apellidos. Si pertenece a dos o más personas que han formado una sociedad de hecho, es decir, sin escritura pública y demás formalidades legales, anote la razón social si la tiene o en su defecto, el nombre del socio principal o de aquel que en forma permanente administra el negocio. Si es una sociedad legalmente constituida (limitada,

colectiva, etc.) escriba el nombre que aparece en la escritura de constitución o última reforma)

IR6 NOMBRE COMERCIAL DEL PRESTADOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS:

IR7 DIRECCIÓN DONDE SE ENCUENTRA UBICADO EL ESTABLECIMIENTO O DONDE HABITUALMENTE EL PRESTADOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS DESARROLLA SUS ACTIVIDADES:



## 15.9 COTIZACION GASTOS PUESTA EN MARCHA (ALGUNOS IMPLEMENTOS)

**BUSTAMANTE**  
DEPORTES

Calle 65 # 10 - 79  
TEL: 2496654 / 3473316

**SPECTRUM®**  
**BUSFO LTDA.**  
NIT 860.500.592-4

IVA REGIMEN COMUN  
NO SOMOS GRANDES CONTRIBUYENTES

**Cotización**

308

FECHA: 20/12/2010

SRS.	JUAN GONZALES	TEL:		
ATN.		FAX :		
CARGO.		EMAIL:	<a href="mailto:juangonzalesa@hotmail.com">juangonzalesa@hotmail.com</a>	
<b>TIEMPO DE ENTREGA :</b>		<b>FORMA DE PAGO :</b>		
15 DIAS		CONTADO		
<b>VALIDEZ OFERTA :</b>		<b>IVA :</b>		
8 DIAS		AGREGAR EL 18%		
ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	V.UNIT	V. TOTAL
1	MESA DE BILLAR POOL DESDE	1	6.000.000	6.000.000
2	MESA DE PING PONG DESDE	1	490.000	490.000
3	RANA DE MUEBLE CON DOBLE SAPO DESDE	1	48.000	48.000
4	CROQUET DESDE	1	70.000	70.000
5	JUEGO DE DARDOS DESDE	1	20.000	20.000
6	PARQUES DE 4 Y 6 LADOS EN MADERA	1	38.000	38.000
7	AJEDREZ DESDE	1	5.000	5.000
8	RULETA DESDE	1	40.000	40.000

MAURICIO BUSTAMANTE F. Gerente

## 15.10 COTIZACION PUBLICIDAD

Bogotá D.C. 9 de Marzo de 2010.

Sr. Juan S. González G.

Según lo conversado en la reunión, le remito la cotización de las diferentes formas de publicidad, con valores que oscilan dependiendo del proveedor. Así:

- Pauta en radio según la cadena radial y el programa puede llegar a valer \$ 3.500.000 COP.
- Pauta en periódicos según lo hablado de un anuncio tipo tarjeta de presentación cada domingo en el periódico el Tiempo puede variar entre \$ 500.000 y \$ 600.000 COP.
- La publicidad en catálogos tiene un costo de \$ 1.800.000

Margarita M. González G.

Ejecutiva de Ventas Periódico Nuevo Siglo

Margy120@hotmail.com

## 16. BIBLIOGRAFÍA

1. Bernal, Cesar Augusto. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION, PEARSON EDUCATION, México 2006 segunda Edición.
2. Namakforoosh, Mohammad Naghi METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. Editorial Limusa 2008 segunda Edición.
3. Lerma González, Héctor Daniel METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN PROPUESTA, ANTEPROYECTO Y PROYECTO. Bogotá Ecoe Ediciones, 2004 (impresión de 2008) Tercera Edición.
4. Barón Neira, León Rigoberto COMPORTAMIENTO ACTUAL Y NUEVAS FUENTES DE INGRESO [MICROFICHA] BOYACÁ NUEVO SIGLO. Bogotá Tesis (Especialista en gobierno municipal). -- Pontificia Universidad Javeriana, 1998.
5. Carlos Julio Galindo Ruíz. Manual para la Creación de Empresas. Guía de Planes de Negocios. ECOE EDICIONES. 2005.
6. *BOLIVARIANO UNIENDO FRONTERAS (Boyacá: Tierra de presidentes y cuna de Próceres)*
7. Philip Kotler, Gary Armstrong. Marketing Versión para Latinoamérica. Pearson Prentice Hall. Decimo Primera Edición 2007
8. Stanton, William J. Michael J. Etzelt y Bruce J. Walker. Fundamentos de marketing. Mexico McGraw Hill 1993.
9. Basado en John Mullís, Orville Walker, Harper Boyd, Jean-Claude Larréché."Administración de Marketing" 5<sup>a</sup> edición. McGraw-Hill. 2007. Pág 238.
10. Salkind, Neil, métodos de investigación, México, Prentice hall, 1998
11. Norma Técnica Sectorial NTS-TS 002, la cual corresponde a los establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH). Requisitos de sostenibilidad
12. Norma Técnica Sectorial NTS-TS 008, por la cual se rige los alojamientos rurales, requisitos de planta y servicio.

13. Norma Técnica Colombiana NTC 5133, por la cual se obtiene el Sello Ambiental Colombiano. Criterios para establecimientos de alojamiento y hospedaje.
14. Ley general de cultura Ley 397 de 1997
15. Ley general de turismo, Ley 300 de 1996
16. Ley 1101 de 2006 dispone las nuevas modificaciones de la ley 300 de 1996
17. Plan Regional de Desarrollo de Boyacá “Para seguir creciendo” 2008-2011”
18. Boyacá en cifras, CD multimedia, Cámara de Comercio de Tunja Sogamoso, Duitama. 2008.

## 16.1 CIBERGRAFIA

1. LAGO DE TOTA el mar de Boyacá. [consulta: 5 de febrero de 2010] [en línea <http://lagodetota.galeon.com/enlaces1987080.html>]
2. Alcaldía de Tota Boyacá. [consulta: 5 de febrero de 2010] [en línea <http://tota-boyaca.gov.co/presentacion.shtml?apc=a111--&s=i>]
3. CIRCUITOS TURISTICOS, Boyacá. [consulta: 5 de febrero de 2010] [en línea:  
[http://www.colombialink.com/01\\_INDEX/index\\_turismo/circuitos/boyaca.html](http://www.colombialink.com/01_INDEX/index_turismo/circuitos/boyaca.html)  
]
4. DEPARTAMENTO DE BOYACÁ. [consulta: 5 de febrero de 2010] [en línea: <http://www.boyaca.gov.co/>]
5. COTELCO. [consulta: 5 de febrero de 2010] [ en línea: <http://www.cotelco.com/>]
6. Banco de la República. Política Monetaria. En línea: [Recuperado el 13 de Mayo 2010.] [<http://www.banrep.gov.co/politica-monetaria/#inflab>]
7. Plan de Negocios para Reformar y Posicionar El Hotel Rondinela en Villeta, Cundinamarca. MIGUEL LEONARDO MENDEZ RESTREPO. [consulta: 15 de septiembre de 2010] [En línea: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis88.pdf> ]
8. “Política para el desarrollo del Ecoturismo” Ministerio de comercio, industria y turismo en conjunto con el Ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo

territorial; en línea: [consulta: 15 de septiembre de 2010]  
[<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/Publicaciones/PoliticaEcoturismo.pdf>]

9. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. República de Colombia. VICEMINISTERIO DE TURISMO. REGISTRO NACIONAL DE TURISMO en línea: [consulta: 19 de octubre de 2010] [[http://elcerrito-valle.gov.co/apc-aa-files/39353837336566376638343536613336/turismo\\_5.pdf](http://elcerrito-valle.gov.co/apc-aa-files/39353837336566376638343536613336/turismo_5.pdf)]