Imagen que contiene Logotipo

Descripción generada automáticamente

**Proyecto Spin-off Hotel** **Boutique Escuela ​**

**Cartagena (Bolívar)**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**CENTRO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES (CICE)**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES**

**9 de noviembre de 2023**

**Contenido**

[INTRODUCCIÓN 4](#_Toc128853087)

[1. Capítulo 1. Definición del proyecto 7](#_Toc128853088)

[1.2. Objetivo 8](#_Toc128853089)

[1.2.1. Objetivo General 8](#_Toc128853090)

[1.2.2. Objetivos Específicos 8](#_Toc128853091)

[1.3. Alcance 8](#_Toc128853092)

[1.4. Tiempo 9](#_Toc128853093)

[1.5. Recursos 9](#_Toc128853094)

[1.6. Calidad 10](#_Toc128853095)

[1.7. Riesgos 10](#_Toc128853096)

[1.8. Organización 11](#_Toc128853097)

[1.8.1. Organigrama Hotel Boutique Escuela   12](#_Toc128853098)

[2. Capítulo 2. Estudio de mercado del proyecto 14](#_Toc128853099)

[2.1. Identificación del mercado 14](#_Toc128853100)

[2.2. Core del Hotel Boutique Escuela 15](#_Toc128853101)

[2.3. Análisis de la competencia - Cartagena 15](#_Toc128853102)

[2.4. Hoteles escuela. 25](#_Toc128853103)

[2.4.1. Hoteles escuela en el mundo. 25](#_Toc128853104)

[2.4.2. Hoteles escuela en Colombia 30](#_Toc128853105)

[2.5. Análisis de la demanda 31](#_Toc128853106)

[2.6. Análisis de oferta 38](#_Toc128853107)

[2.7. Precios 40](#_Toc128853108)

[2.8. Análisis de marketing 41](#_Toc128853109)

[2.7.1. Huéspedes 41](#_Toc128853110)

[2.8.2. Practicantes 42](#_Toc128853111)

[2.8.3. Estudiantes Fundación Universitaria Los Libertadores 46](#_Toc128853112)

[2.8.4. Profesores Asociados a los Programas de Turismo Sostenible, Tecnología en Gestión Turística y Hotelera y Administración Turística y Hotelera por ciclos propedéuticos. (Bogotá-Cartagena) 47](#_Toc128853113)

[2.8.5. Otras Programas de la FULL 48](#_Toc128853114)

[2.8.6. Instituciones de Educación Superior (IES) de la Región Caribe con programas de Hotelería y Turismo 48](#_Toc128853115)

[2.8.7. Instituciones de Educación Superior (IES) de la Región Caribe con programas de Hotelería y Turismo 48](#_Toc128853116)

[2.8.8. Sector 49](#_Toc128853117)

[2.8.9. Análisis legal. 50](#_Toc128853118)

[3. Capítulo 3. Estudio técnico del proyecto 53](#_Toc128853119)

[3.1. Identificación de la tecnología 53](#_Toc128853120)

[3.2. Diseño del proyecto 55](#_Toc128853121)

[3.3. Evaluación de la factibilidad técnica 56](#_Toc128853122)

[3.3.1. Perfil del proyecto 57](#_Toc128853123)

[3.3.2. Descripción de productos y/o servicios 58](#_Toc128853124)

[3.3.3. Análisis de la demanda del turismo en Cartagena 58](#_Toc128853125)

[3.3.4. Flujo de turistas en 2022 60](#_Toc128853126)

[3.3.5. Competitividad Turística de Cartagena 61](#_Toc128853127)

[3.4. Análisis de requerimientos de recursos 62](#_Toc128853128)

[3.5. Evaluación del impacto ambiental 63](#_Toc128853129)

[4. Capítulo 4. Estudio financiero del proyecto 68](#_Toc128853130)

[4.1. Presupuesto de inversión 68](#_Toc128853131)

[4.2. Proyección de ingresos 69](#_Toc128853132)

[4.3. Proyección de gastos 70](#_Toc128853133)

[4.4. Flujo de caja 71](#_Toc128853134)

[4.5. Análisis de rentabilidad 71](#_Toc128853135)

[5. Capítulo 5. Evaluación del proyecto 72](#_Toc128853136)

[5.1. Evaluación de la factibilidad técnica 72](#_Toc128853137)

[REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 74](#_Toc128853138)

# INTRODUCCIÓN

La Industria de la Hospitalidad, es una de las más antiguas del mundo. Los primeros exploradores, comerciantes y misioneros necesitan hospedaje, comida y descanso en sus interminables viajes. Hospedar fue una de las primeras empresas comerciales, y la hospitalidad fue uno de los primeros servicios a cambio de dinero. Los servicios de hospedaje han venido evolucionando desde las posadas que se refieren en textos incluso bíblicos, en los que se pernoctaba para seguir el camino, hasta centros de ocio, diversión, entretenimiento, descanso, negocios y desarrollo de relaciones públicas etcétera.

Hoy día una cama cómoda, un baño limpio o un sitio confortable, no son las únicas prioridades a la hora de elegir un alojamiento. El huésped actual demanda WIFI gratuito, aire acondicionado, spa y buena cocina, entre otros.

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (OMT). De acuerdo con el Barómetro de la OMT - el turismo mundial experimentó un incremento del 4% en 2021, en comparación con 2020 (415 millones frente a 400 millones).

Todas las regiones del mundo han experimentado un significativo repunte en el desarrollo de las actividades relacionadas con el turismo, es así cómo, en enero 2022 Europa creció en un 199% y las Américas en un 97%.

La contribución económica del turismo en 2021 (medida en producto interior bruto directo del turismo) se estima en 1,9 billones de dólares de los EE.UU., por encima de los 1,6 billones de dólares de 2020. Mientras el turismo internacional se recupera, el turismo interno sigue impulsando la recuperación del sector en un número cada vez mayor de destinos, en particular los que tienen grandes mercados internos.

Según los expertos, el turismo doméstico y los viajes cerca de casa, así como las actividades al aire libre, los productos basados en la naturaleza y el turismo rural son algunas de las principales tendencias de viaje que seguirán configurando el turismo en 2022.

A partir del 2003 con la exención en las rentas provenientes de servicios hoteleros prestados en nuevos hoteles construidos entre el 1° de enero del año 2003 y el 31 de diciembre del año 2017, por un término de treinta (30) años contados a partir del año gravable en que se inicien las operaciones, se genera un auge en la construcción y adecuación de nuevos hoteles y la presencia en el país de grandes cadenas hoteleras mundiales.

El Plan Nacional Sectorial de Turismo 2018 – 2022, plantea “Una Educación para el turismo con altos estándares internacionales, implica desarrollar las competencias necesarias en los futuros profesionales del turismo, que sean acordes con los requerimientos de la industria, la cual requiere cada vez un mejor y mayor recurso humano. Además, en línea con la tendencia mundial de turismo sostenible, es importante que el turismo sea visto como una oportunidad de formación profesional para aquellas personas que habitan en los destinos turísticos” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018). Esto muestra un reconocimiento del país acerca de una tendencia mundial.

En Colombia para el 2022 el sector turismo “pasará de la reactivación al crecimiento sostenido" de acuerdo con María Ximena Lombana Villalba, ministra de Comercio, Industria y Turismo, la ocupación de alojamiento, en diciembre de 2021, se ubicó en un 54,4 %, cifra superior en 4.6 puntos porcentuales frente al mismo mes de 2019. Una de las ciudades con mayor crecimiento fue Cartagena, donde 74 de cada 100 habitaciones disponibles estuvieron ocupadas.

La recuperación económica del sector turístico y hotelero en Colombia “continúa gracias a una demanda interna fortalecida, especialmente en destinos de sol y playa y de vocación en producto de naturaleza” según el último reporte de la asociación Cotelco. En el mes de julio se alcanzó una ocupación promedio de 45,6% en los hoteles de todo el país, con destinos que superan o empatan el porcentaje de ocupación pre Covid, con números de hasta 67% (Cotelco, 2021).

La actividad hotelera en el departamento de Bolívar ha tenido un crecimiento en los últimos años, es así como para 2021 cuenta con 4.466 establecimientos de alojamiento y hospedaje con Registro Nacional de Turismo - RNT (MinCit, 2022). Se ofertaron para el 2021, 47.735 camas en el departamento de Bolívar, ubicadas en 27.221 habitaciones que generaron 8.092 empleos en el sector (5.9 empleos por cama, 3.4 empleos por habitación). Para el 2021 arribaron 210.533 pasajeros aéreos internacionales y 1’048.649 pasajeros aéreos nacionales, 9.054 pasajeros en crucero al departamento de Bolívar.

Según el estudio “Cartagena en cifras”, elaborado por la Cámara de Comercio de Cartagena, la ocupación hotelera en la ciudad para el tercer trimestre del 2021 se posicionó en un promedio de 57,1%. La ciudad cuenta con cuatro centros de convenciones, cerca de 80 salones para eventos y más de 24.000 camas en hoteles.

Es por esta razón que se presenta el proyecto Hotel Boutique Escuela para ser desarrollado desde la Fundación Universitaria los Libertadores (FULL), y constituye la primera fase del modelo de desarrollo en formación teórico - práctica, innovación e investigación en turismo de la región Caribe, el cual está liderado por los programas de Administración del Turismo Sostenible, sede Cartagena y apoyado por los programas de alta calidad de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera por ciclos propedéuticos y Administración Turística y Hotelera por ciclos propedéuticos de la sede Bogotá.

La propuesta está basada en la búsqueda de formación teórico práctica, con la implementación de las Aulas- Taller, se propone que los estudiantes de los programas de la sede Cartagena y los estudiantes de la sede Bogotá (movilidad), inicien el ciclo básico de formación a partir del II semestre, durante el cual realizarán las rotaciones por los diferentes departamentos operativos (Recepción y Habitaciones), durante el desarrollo del periodo académico (semestre) contarán no solo con la supervisión de una persona dentro del Hotel Boutique Escuela FULL, sino un seguimiento constante por parte de los profesores disciplinares; se programara la rotación por las diferentes brigadas, respetando la intensidad horaria (créditos) del espacio académico y la operación hotelera.

El Hotel Boutique Escuela, estará ubicado en la ciudad de Cartagena, Distrito Turístico y Cultural, contará con 6 habitaciones distribuidas de la siguiente manera: 5 habitaciones cuádruples, 1 Aula- Taller, 8 colaboradores vinculados laboralmente al proyecto y al menos 16 practicantes; por lo tanto operará como un establecimiento de alojamiento y hospedaje que de acuerdo a la Ley 300 de 1996 en su Artículo 78, lo define como el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje.

# Capítulo 1. Definición del proyecto

La FULL, en la ciudad de Cartagena, D.T. y T., presenta el proyecto *Hotel Boutique - Escuela FULL*, y constituye la primera fase del modelo de desarrollo en formación teórico - práctica, innovación e investigación en turismo de la región Caribe, el cual está liderado por los programas de Administración del Turismo Sostenible, sede Cartagena y apoyado por los programas de alta calidad de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera por ciclos propedéuticos y Administración Turística y Hotelera por ciclos propedéuticos de la sede Bogotá.

La propuesta está basada en la búsqueda de formación teórico - práctica. Con la implementación de las Aulas - Taller, se propone que los estudiantes de los programas de la sede Cartagena y los estudiantes de la sede Bogotá (movilidad), inicien el ciclo básico de formación a partir del segundo semestre, durante el cual realizarán las rotaciones por los diferentes departamentos operativos (Recepción y Habitaciones).

En el desarrollo del periodo académico, se realizará la supervisión a través de una persona en el Hotel Botique Escuela FULL, y un seguimiento constante por parte de los profesores disciplinares; se programará la rotación por las diferentes brigadas, respetando la intensidad horaria (créditos) del espacio académico y la operación hotelera.

El Hotel Boutique Escuela FULL, estará ubicado en la ciudad de Cartagena, D.T. y C., contará con 6 habitaciones distribuidas de la siguiente manera: 5 habitaciones Suite y 1 habitación Aula - Taller, 1 Aula- Taller de Reservas y Recepción, 24 colaboradores; por lo tanto operará como un establecimiento de alojamiento y hospedaje que de acuerdo a la Ley 300 de 1996 en su Artículo 78, lo define como el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje.

El sector turístico da cuenta de la necesidad de articular el modelo educativo, con el desarrollo de las actividades comerciales que su vocación le lleva a ejecutar según su objeto social. Esta se traduce en un gran acervo cultural y económico, que en concordancia con las previsiones que tiene tanto el Estado como el gremio, las cuales buscan fortalecer a través de la disposición de infraestructura que apalanque el modelo turístico y hotelero, del cual se beneficia Cartagena, D.T. y C., en términos de generación de fuentes de empleo, dinamización del sector, movilización de recursos económicos, entre otros.

Se considera hotel boutique a aquellos establecimientos de máximo noventa (90) habitaciones con personalidad propia (concepto definido), orientados a un mercado específico con servicios de alto nivel, exclusivo diseño, servicio personalizado y el máximo confort que se pueda ofrecer.

A su vez, se encuentran ubicados en edificaciones que han sido construidas o adaptadas para este fin y que se destacan por su alto valor arquitectónico y localización privilegiada. Se estima de valor arquitectónico cuando la edificación cuenta con una declaratoria patrimonial o reconocimiento de instituciones, publicaciones especializadas en arquitectura y/o diseño

## Objetivo

### Objetivo General

Desarrollar de un proyecto spin-off Hotel Escuela, que permita la convergencia entre los actores de la Triada Empresa – Universidad – Estado, para articular adecuadamente PEI Libertador con las normativas del Gobierno nacional y local, las cuales buscan satisfacer a la sociedad, ubicada en Cartagena, D.T. y C.

### Objetivos Específicos

* Identificar el modelo de negocio que permita al spin-off ser autosostenible en el tiempo.
* Generar un spin-off que permita la obtención de ingresos por concepto de servicio de alojamiento, restaurante, bar, convenciones, entre otros, debido a que las actividades académicas desarrolladas por los estudiantes en laboratorios – talleres dan sustento a las actividades comerciales que pueda desarrollar el hotel escuela, en función de dichos servicios adicionales, para la zona de influencia.
* Proponer un modelo de negocio que permita fortalecer y mejorar en el estudiante, la experiencia académica así como el desarrollo del ejercicio de su profesión, en los diferentes núcleos de conocimiento que ofrece la FULL y tengan espacio en Cartagena, D.T. y C.

## Alcance

El proyecto Spin-Off hotel boutique escuela Cartagena, D.T. y C., tiene por alcance las siguientes consideraciones:

1. Identificar las necesidades de recursos, financieros, humanos y técnicos para desarrollar actividades propias del hotel boutique escuela tales como mesa, bar, alojamiento y eventos.
2. Identificar las características de la oferta y la demanda del sector hotelero en la categoría menor a 50 habitaciones, respecto de las variables precio y tasa de ocupación.
3. Identificar las oportunidades que el proyecto hotel escuela ofrece para los estudiantes de diferentes núcleos de formación de la FULL e instituciones conexas a la operación de mesa, bar, alojamiento, y eventos.
4. Identificar los recursos específicos del mobiliario, diseño y adecuaciones del spin-off hotel boutique escuela.
5. Avanzar a la etapa de inversión del proyecto
6. Identificar las características de valor ganado del proyecto.

## Tiempo

La etapa de inversión se da en 12 meses tiempo durante el que se realizan las adecuaciones arquitectónicas y de obra civil, y adquisiciones de mobiliario para el desarrollo de la actividad de mesa, bar, alojamiento y eventos.

Se espera que el hotel Boutique entre en funcionamiento en 2024, momento en el que se da cierre al proyecto e inicia el proceso funcional del spin-off.

## Recursos

En el siguiente cuadro se definen los valores de cada una de las diferentes categorías en anexos se presenta la pormenorización de cada categoría.

|  |  |
| --- | --- |
| **Resumen Inversión** | **Valores 2023 - Hotel boutique** |
| Adecuaciones arquitectónicas, obra civil Diseño de interiores y decoración\* | $ 4.301.417.549,81 |
| Colchones y lencería cama | $ 51.775.736,49 |
| Maquinaria y equipo restaurante y cocina | $ 148.205.199,00 |
| Equipos de cómputo y oficina | $ 55.195.970,00 |
| Muebles y enseres | $ 51.679.000,00 |
| Total estimado mobiliario restaurante | $ 47.026.280,00 |
| Imprevistos | $ 17.694.109,27 |
| **Total estimado inversión** | **$ 4.672.993.844,57** |

\*Estimado.

## Calidad

El plan de gestión de calidad deberá abordar los elementos que se refieran en el acta de constitución del proyecto, la cual en todo caso se regirá por los procesos de adquisiciones (que se deriven del presupuesto de inversión), la EDT, objetivo general, objetivos específicos, alcance. Adicionalmente se debe contemplar los aspectos previstos en el análisis legal que comprende el conjunto de normas que regula la actividad.

## Riesgos

Al desarrollar el estudio de riesgo, se estima que éstos se originan en los incidentes que puedan demorar el inicio de las actividades funcionales del Hotel Boutique Escuela, de tal forma que el proceso de adecuaciones de obra civil, así como adquisiciones; son los principales factores de riesgo en el desarrollo de la actividad.

Por tanto, la estimación de la duración es un riesgo que al final del proceso podrá dar como resultado un impacto negativo en el valor ganado del proyecto.

De otra parte, se puede establecer que las actividades de alojamiento, mesa, bar y conexas pueden verse afectadas por factores económicos, los cuales al ser externos constituyen elementos para constante monitoreo.

En el corto y mediano plazo no se evidencia que factores políticos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales puedan generar un impacto negativo.

Desde la perspectiva de mercado, y según las variaciones del segmento y categoría de hoteles Boutique en Cartagena evidenciados para segmento inferior a 50 habitaciones, no se evidencian desarrollo de impactos negativos en el sector.

## Organización

Unidad de Negocio Hotel Boutique Escuela FULL

La Fundación Universitaria Los Libertadores, presenta el proyecto Hotel Boutique Escuela para la ciudad de Cartagena, y constituye la primera fase del modelo de desarrollo en formación teórico - práctica, innovación e investigación en turismo de la región Caribe, el cual está liderado por los programas de Administración del Turismo Sostenible, sede Cartagena y apoyado por los programas de alta calidad de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera por ciclos propedéuticos y Administración Turística y Hotelera por ciclos propedéuticos de la sede Bogotá.

El Hotel Boutique Escuela contará con 6 habitaciones distribuidas de la siguiente manera: 5 habitaciones Suite y 1 habitación Aula - Taller, 1 Aula- Taller de Reservas y Recepción, 8 colaboradores; por lo tanto operará como un establecimiento de alojamiento y hospedaje que de acuerdo a la Ley 300 de 1996 en su Artículo 78, lo define como el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje.

El servicio de alojamiento se prestará 365 días X 24 horas, ofreciendo el servicio de alojamiento al mercado potencial compuesto por los estudiantes, profesores, funcionarios y directivos de la FULL, a los turistas visitantes de la ciudad de Cartagena, aplicando tarifas diferenciales.

La supervisión de las actividades que allí se desarrollen, estarán a cargo de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, quien a su vez reportará a la Vicerrectoría Académica y Dirección de Investigaciones los resultados obtenidos durante su funcionamiento.

Asimismo, a continuación se mencionan las áreas de trabajo del Hotel Boutique Escuela:

**Áreas del Hotel Boutique Escuela Full**

**Departamento de Recepción y Reservas**

* Aula Taller Recepción y Reservas
* Oficina de Reservas
* Recepción (Front Desk)
* Baños públicos por género
* Lobby

**Departamento de Ama de llaves**

* Oficina Ama de Llaves
* Bodega Ama de Llaves
* 5 Habitaciones
* Aula Taller Habitaciones
* Linos de Piso (1 por cada piso)

**Departamento de Administración**

* Administración
* Recursos Humanos
* Compras y Costos
* Almacén
* Vestier por géneros para el personal

**Departamento de Seguridad**

* Oficina
* Ingreso del personal

**Departamento de Mantenimiento**

* Oficina
* Bodega de Mantenimiento

**Alimentos y bebidas**

* Chef ejecutivo
* Sous chef
* Jefe de Cocina
* Ayudantes de cocina
* Steward
* Maître d'Hotel/Host
* Capitán de Servicio
* Camareros
* Sommelier
* Bartender
* Ayudantes de Bar

Organigrama Hotel Boutique Escuela

  Dentro de la estructura orgánica del Hotel Boutique Escuela, se propone un organigrama en el cual se encuentran los Departamentos No Operados del Hotel, que sirven de soporte a la operación del establecimiento y que generan gastos y por otra parte, los Departamentos Operados del Hotel, que son los que generan los ingresos al establecimiento (venta de servicios de alojamiento) y generan los costos de operación del mismo.

 Dado que el Hotel Boutique Escuela FULL, debe operar los 365 días al año las 24 horas se requiere por lo tanto se propone la siguiente planta de personal que contará con un contrato a término 1 año, con un rango salarial de un salario mínimo mensual Legal Vigente a 7 SMMLV.

**Turnos de Trabajo**

 Para el desarrollo normal de la operación hotelera se tendrá en consideración los siguientes turnos de trabajo

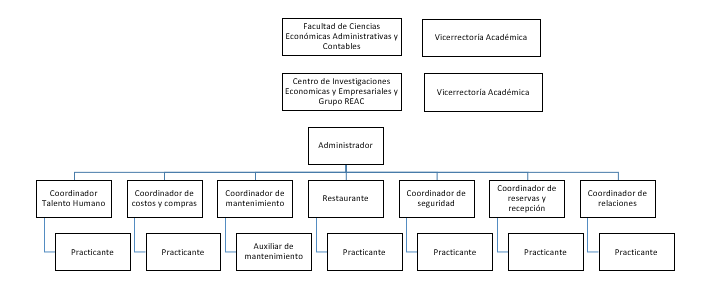
* Turno 1: 06:00 a 14:00
* Turno 2: 14:00 a 22:00
* Turno 3: 22:00 a 06:00
* Turno 4: 08:00 a 18:00

De acuerdo con el Código Sustantivo del Trabajo todo trabajador debe cumplir una jornada ordinaria de trabajo semanal de cuarenta y dos (41) horas, tiene derecho a un (1) día de descanso remunerado y a quince (15) días hábiles de vacaciones por cada año de trabajo. Luego de la modificación que le hiciera a ley 2101 de 2021, y que la jornada laboral semanal fue disminuida de 48 a 42 horas, pero de forma progresiva.

 La jornada diurna de trabajo se realiza en el periodo comprendido entre las 06:00 y las 21:00

 La jornada de trabajo nocturno es el que se realiza en el período comprendido entre las 21:00 y las 06.00. El trabajo que se desarrolle por fuera de la jornada ordinaria, o en exceso a esta, [se considera trabajo extra o suplementario](https://www.gerencie.com/trabajo-extra-o-suplementario.html), como claramente lo señala el artículo 159 del código sustantivo del trabajo. Las jornadas especiales de trabajo se llevan a cabo en las horas nocturnas (21:00 a 06:00) y los días dominicales y/o festivos en los cuales se generan recargos por cada hora laborada.

**Organigrama Funcional Propuesto.**



# Capítulo 2. Estudio de mercado del proyecto

## Identificación del mercado

El proyecto Hotel Boutique escuela se encuentra ubicado en la ciudad de Cartagena, D.T. y C. Este proyecto busca desarrollar 2 horizontes

* Spin-off Hotel Boutique, el cual busca atender a quienes tengan la intensión de obtener servicios de alto nivel, no solo para pernoctar sino lograr una experiencia totalmente satisfactoria en atención al conjunto de servicios que se puedan ofrecer en mesa, bar y alojamiento, sino de servicios conexos como guianza turística, eventos, relajación, etc.
* Como escuela, busca apoyar en las prácticas de estudiantes, principalmente de la FULL, de los programas Administración Turística y Hotelera, Administración de Empresas, Contaduría Pública, Administración del turismo Sostenible, Administración Logística, Comunicación Social y Periodismo, Diseño Gráfico, Diseño Hipermedia, Publicidad y Mercadeo, Estadística, Ingeniería de sistemas y Computación. No obstante, puede servir de apoyo a instituciones para que se puedan ubicar en actividades conexas al centro de práctica.

De esta manera, el Hotel Boutique Escuela facilitará la implementación de nuevos procesos, servicios y actividades, que surgen del conocimiento que se adquiere y desarrolla desde la Fundación Universitaria los Libertadores.

## Hotel Boutique Escuela

Los servicios que se ofrecerán para los turistas interesados en acceder a ellos será principalmente alojamiento, restaurante y bar. Sin embargo, no se descarta el desarrollo de actividades estratégicas que den lugar al desarrollo de convenciones, eventos, entre otros.

## Análisis de la competencia - Cartagena

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Item** | **Nombre Hotel Boutique** | **Cadena Hotelera** | **Dirección** | **Servicios** | **Tarifas** | **Características diferenciales** | **No. de hab** | **Tipos de Hab** |
| 1 | Hotel Capellán  de Getsemí | Particular | KR 9 # 29 – 52 | Las habitaciones disponen de aire acondicionado, TV de pantalla plana y minibar con artículos gratuitos para la 1ª noche de estancia. Algunas habitaciones tienen zona de estar y algunas, vistas a la piscina o al jardín. Todas incluyen baño privado con albornoces y artículos de aseo gratuitos. La recepción está abierta las 24 horas. | 2.242.000 | Cerca al Palacio de la Inquisición y el parque Bolívar. El aeropuerto internacional Rafael Núñez es el más cercano y se halla a 4 km del Hotel Capellán de Getsemaní. | NI | Dobles cada una con capacidad para 2 personas |
| 2 | Hotel Bantú | Cadena Española CELUISMA | Calle de La Tablada No. 7 – 62  Barrio San Diego | Terraza chill out, zona solárium y piscina, spa, bar, restaurante, punto de conexión a internet, Wifi inalámbrico, centro de negocios, salón para reuniones y patios coloniales que son utilizados para llevar a cabo eventos o bodas exclusivas | NI | Diseño de vanguardia, sobre una edificación colonial del siglo XVIII y elementos propios de la cultura de San Basilio de Palenque, sobre la cual está creado su concepto interior | 26 | Habitación de Lujo Oreka  Habitación Superior Orika Habitación Premium Oroko Junior  Suite Wiwa  Suite Presidencial Posa di Benko |
|
| 3 | Hotel Casa  San Augustin | Trust Hospitality hace parte de la colección LHW - Leading Hotels of the World | Dentro de la amurallada Ciudad Antigua de Cartagena en Calle de la Universidad No. 36-44 | Restaurante con acceso directo a la calle de la Universidad, un bar y un área exterior o patio para servicios de alimentos y bebidas al aire libre, así como room service 24 horas y servicios más personalizados como: Flores frescas de bienvenida, servicio de bebidas de cortesía en la habitación (agua, gaseosas, café y té), periódicos y revistas de cortesía, lustrado de calzado de cortesía y desempaque de equipaje de cortesía (a pedido) y mayordomo. También complementan sus servicios con excursiones en embarcaciones exclusivas al Parque Natural Corales del Rosario (para lo cual tienen la operación de una sede de playa privada en una de las islas), estilista y manicura en la habitación, automóvil privado y conductor, Chef del hotel para cenas privadas y servicio de niñera | 1.880.000 | Gracias a su estilo informal pero refinado, este complejo de tres edificios coloniales con fachadas blancas irradia la calidez de una residencia privada con magníficos detalles de categoría. La arquitectura y el arte de Casa San Agustín, desde los frescos originales de la biblioteca hasta las centenarias 40 vigas de madera del techo en las habitaciones, evocan la rica historia de la ciudad cuando en el siglo XVIII era un bastión español. | 30 | 24 habitaciones y 6 suites.  Habitación Clásica Habitación Deluxe  Suite Junior Habitación Premium  Suite Prestige Suite del Virrey |
|
|
| 4 | Casa India Catalina | Particular | Calle del Coliseo, Cl. 35, #5 - 67 | Wifi gratis en zonas comunes Recepción con horario limitado Desayuno Servicio de conserjería Mascotas: no se admiten Servicio de traslado al aeropuerto con costo adicional Servicio de guarda-equipaje con costo adicional | 1.202.000 | Accesible para personas con movilidad reducida • Se admiten mascotas con costo adicional • Caja fuerte en la recepción  Por un cargo, la propiedad cuenta con wi-fi en zonas comunes, internet por cable en zonas comunes y servicio de traslado al aeropuerto. | NI | Dobles Standard |
| 5 | CASA PESTAGUA | Particular | Calle de Santo Domingo 33 - 63 | Wi-Fi gratis en zonas comunes Recepción con horario limitado Desayuno | 1.600.000 |  | NI | Nupcial Habitaciones para no fumadores Suites Habitaciones para familias |
| 6 | HOTEL AGUA BED Y BREAKFAST | BED Y BREAKFAST | Isla Barú | Servicio de conserjeríaMascotas: no se admitenSombrillaServicio de traslado al aeropuerto con costo adicionalServicio de guarda-equipaje con costo adicionalEstacionamiento con costo adicionalServicio de lavandería con costo adicionalDiversión y ocioAlojamiento / Higiene y Seguridad | 2.200.000 | Se ofrece servicio de transporte al aeropuerto (ida y vuelta) con un costo adicional (disponible las 24 horas) y parking sin asistencia (de pago) disponible. |  | Dobles |
| 7 | HOTEL CASA CABAL | Particular | Calle Del Candilejo 32-34, | Bar/Salón servicio de habitaciones Servicio de lavandería ire acondicionado Servicio a la habitación | 1.800.000 | Spa | NI | Dobles Standard |
| 8 | HOTEL CASA DEL ARZOBISPADO | Particular | Calle del Arzobispado 34-52, | Internet de alta velocidad gratuito (Wifi) Piscina Desayuno gratis Bicicletas disponibles Transporte al aeropuerto Spa Conserje | 1.950.000 | Tiene un estilo colonial y ofrece un contraste singular y armónico para el pleno goce de los sentidos.  Spa y masajes de relaxation | NI | Suites y Dobles |
| 9 | HOTEL CASA QUERO | Particular | Cl. Del Quero # 9-53 Centro Histórico, Barrio San Diego, | Estacionamiento privado pagado cercano Internet de alta velocidad gratuito (Wifi) Piscina Desayuno gratis Alquiler de bicicletas Bicicletas disponibles Se admiten mascotas (Se aceptan perros / mascotas) | 2.000.000 | NI | NI | Habitaciones para no fumadores Suites Habitaciones para familias |
| 10 | HOTEL CASA REAL | Particular | Calle del Cuartel #36-122 | Internet de alta velocidad gratuito (Wifi) Piscina Desayuno gratis Cadenas de televisión para niños Servicio de traslado en autobús Almacenamiento de equipaje Conserje Recepción disponible las 24 horas | 1.500.000-2.000.000 | Desayuno con fruta fresca, zumos, café, chocolate y bocadillos. Recepción 24 horas, wi-fi, piscina descubierta, jacuzzi y solárium. El aeropuerto de Rafael Núñez está a poco más de 3 km, mientras que las playas de Boca grande se encuentran a unos 2 km. | 10 | Dobles y Suite |
| 11 | HOTEL MONTEREY | Particular | Cra. 8b #25-100, La Matuna | Internet de alta velocidad gratuito (Wifi) Piscina Desayuno gratis Cadenas de televisión para niños Servicio de traslado en autobús | 603.000 | NI |  | Dobles |
| 12 | HOTEL CUADRIFOLIO | Particular | Calle del Cuartel No 36-118 | Estacionamiento público gratuito cercanoInternet de alta velocidad gratuito (Wifi)PiscinaDesayuno gratisTransporte al aeropuertoSalas de reunionesMasaje de cuerpo completoTerraza en la azotea | 600.000 | NI | 8 | Junior SuiteHabitaciones para no fumadoresSuites |
| 13 | HOTEL NICOLO LA PERLA DEL MARE | GHL Arsenal Hotel Cartagena | Cl. 24 #8B-58, Getsemani | Servicio de habitaciones Servicio de lavandería ire acondicionado Servicio a la habitación Las habitaciones sofisticadas cuentan con Wifi gratis, Smart TV, frigobar, tetera y cafetera.. Las suites mejoradas tienen sala de estar. Se ofrece servicio a la habitación. Las comodidades incluyen un restobar de vinos rústico y elegante, además de una terraza en la azotea con piscina infinita y un bar con ambiente amigable. También hay un gimnasio. | 128.000-216.000 | TIPOS DE COMIDA Italiana, Mariscos, Mediterránea, Sopas, Siciliana, Del sur italiano | NI | Suites y suites Jr. |
| 14 | HOTEL LA MERCED | Particular | Cl. de Don Sancho #36 -  165, San Diego | Wifi Desayuno incluido  Piscina  Aire acondicionado  Servicio de lavandería  Se permiten mascotas | NI | NI | NI | NI |
| 15 | HOTEL LOUNGE  LA PASION | La Passion by Masaya | Cra. 5 #35-81, Centro | Internet de alta velocidad gratuito (Wifi),,Desayuno Transporte al aeropuerto, Terraza en la azotea, Conserje Servicio de lavandería Wifi, Piscina al aire libre, Bar junto a la piscina | 575.215 | Restaurante Menús para dietas especiales,Vino/Champagne, Bar en la terraza, Hotel para no fumadores, Terraza solárium,Servicio de planchado | NI | Habitaciones para no fumadores Suites |
| 16 | HOTEL PUERTAS DE CARTAGENA | Particular | Esquina Sargento Mayor, Cl. 38 #6-05, | Internet de alta velocidad gratuito (Wifi) Wifi Desayuno gratis Almacenamiento de equipaje Conserje Recepción disponible las 24 horas Check-in y check-out exprés Servicio de planchad | NI | Mitsuki Restaurant, Rosa Mezcal y Los Tacos de Mexico, que son restaurantes de comida mexicana conocidos por residentes y viajeros. | NI | Habitaciones para no fumadores Habitaciones para familias |
| 17 | CALAMARI HOTEL BOUTIQUE | Particular | Calle tumbamuertos # 38-91 | Internet Piscina Bar/Salón bicicletas Transporte aeropuerto Guardado de equipaje | NI | NI | NI | Dobles |
| 18 | HOTEL CASA MAKONDO BOUTIQUE | Particular | Carrera. 7 #38 - 161, San Diego | Las habitaciones disponen de aire acondicionado, minibar, TV LED por satélite y baño privado con ducha.Aire acondicionado en zonas comunes  Wifi gratis en zonas comunesServicio a la habitaciónDesayuno Servicio de traslado en los alrededores con costo adicional | NI | El restaurante ofrece platos típicos e internacionales a la carta. Diariamente se sirve un desayuno con café de Colombia y frutas tropicales. También hay servicio de habitaciones. | NI | Dobles |
| 19 | HOTEL BOUTIQUE CASA DEL ARSENAL | Particular | Cl. 24 #10-57, Getsemani | Piscina en la terraza, WIFI sin costo, business center, restaurante y bar.  Caja de seguridad  Bar | 519.000 |  |  | Suite nupcial Habitaciones para no fumadores Suites Habitaciones para familias Habitaciones para fumadores disponibles |
| 20 | HOTEL BOUTIQUE SANTO DOMINGO | Particular | CALLE SANTO DOMINGO N  3 - 47 | Aire acondicionado en zonas comunes Piscina Wifi gratis en zonas comunes, Servicio de guarda-equipaje gratis Servicio a la habitación, Seguridad | NI | NI | NI | SUITES |
| 21 | AGUA MARINA HOTEL BOUTQUE LTDA | Particular | Cabrero Calle Real # 42-67, | TV por cable, minibar y baño privado decorado con azulejos.  Algunas incluyen patio privado y cama extragrande. Piscina al aire libre Habitaciones sin humo Adaptado personas de movilidad reducida Wifi gratis Habitaciones familiares Recepción 24 horas Terraza | 426.000 | NI | NI | Dobles y suites |
| 22 | HOTEL BOUTIQUE CASA 7 INFANTES S.A.S. | Particular | Cl. 38 #9-94 9-94, San Diego | TV por cable, minibar y baño privado decorado con azulejos.  Algunas incluyen patio privado y cama extragrande. Recepción 24 horas Terraza | NI | NI | NI | Dobles |
| 23 | HOTELS BOUTIQUE LAS CARRETAS S.A.S | Particular | Cra. 7 #34-28 | Aire acondicionado, TV de pantalla plana, minibar y baño moderno privado con ducha y albornoces. | 4.770.000 | NI | NI | Dobles y suites |
| 24 | CASA BOUTIQUE VERANERA | Particular | Cl. 37, Centro, Cartagena de Indias | Internet de alta velocidad gratuito (Wifi) Piscina Desayuno gratis Playa Se admiten mascotas (Se aceptan perros / mascotas) Spa Terraza en la azotea Hotel para no fumadores | 730.000 | Ni | NI | Habitaciones para no fumadores Suites |
| 25 | CASA CANABAL HOTEL BOUTIQUE S.A.S | Particular | Calle Tripita Y Media Cra 10. # 31-39 | Internet de alta velocidad gratuito (Wifi)PiscinaDesayuno gratisSpaTerraza en la azoteaConserjeRecepción disponible las 24 horasLimpieza en seco | 737.000 | NI | 18 | Habitaciones para no fumadoresSuitesHabitaciones para familias |
| 26 | NACAR HOTEL | *Curio Collection By Hilton* | Calle del Curato  No. 38-99 | *Caja fuerte para portátiles, un refrigerador mini bar y TV de pantalla plana con canales vía satélite. Las unidades están diseñadas con decoración luminosa.* | 2.000.000 | *Hotel diseñado por Silvia Tcherassi* | 42 | *Dobles cada una con capacidad para 2 personas* |
| 27 | Baluarte Cartagena Casa Hotel Boutique | Particular | Kra 3A No 4-101 | Habitaciones y apartamentos de servicio completo con Wifi gratuita y alberga una terraza tropical en la azotea con bañera de hidromasaje. Desayuno continental Da Pietro. Para la cena, se elaboran platos italianos y colombianos con una carta de vinos selecto. Visitas guiadas a la ciudad y excursiones a las islas del Rosario, entre otros lugares turísticos de la zona. | 800.000 | El establecimiento se encuentra en el centro histórico de Bocagrande, a poca distancia del mar Caribe. Por las mañanas se sirve un desayuno continental gratuito en el restaurante Da Pietro. Para la cena, se elaboran platos italianos y colombianos con una carta de vinos selecto. | NI | *Dobles* |
| 28 | HOTEL LA MERCED | NH Collection Cartagena | Calle Don Sancho No. 36 - | Internet de alta velocidad gratuito (Wifi) Piscina Desayuno gratis Transporte al aeropuerto Salas de reuniones Spa Terraza en la azotea Almacenamiento de equipaje | 2.000.000 | NI | NI | Habitaciones para no fumadores Suites |
| 29 | Hotel Boutique  Art at the Park | Particular | Calle De La Tablada #7-26 | TV de pantalla plana y minibar Bar/Salón servicio de habitaciones Servicio de lavandería | 526.000 | Actividades infantiles (Ideal para niños / familias) | NI | Habitaciones Dobles |
| 30 | Madisson Boutique Hotel | Particular | Avenida San Martin  No. 7-135 Bocagrande | Estacionamiento gratis Internet de alta velocidad gratuito (Wifi) Piscina Gimnasio / Sala de entrenamiento Desayuno gratis Actividades infantiles (Ideal para niños / familias) Instalaciones para conferencias Salas de reuniones | 524.600 | NI | NI | Dobles insonorizadas |
| 31 | Ananda Hotel Boutique | COSMOS | Calle del Cuartel, 36-77 | (Wifi) Piscina Desayuno gratis Bicicletas disponibles Transporte al aeropuerto Salas de reuniones Spa Terraza en la azotea | 1.568.000 | NI | NI | Suite nupcial Habitaciones para no fumadores Suites Habitaciones para familias |
| 32 | Casa Bustamante  Hotel Boutique | Particular | Cr 2 #42-67 Calle Real del Cabrero | Internet de (Wifi) Piscina Desayuno gratis Conserje Recepción disponible las 24 horas Servicio de lavandería | 426.000 | NI | NI | Suite nupcial Suites |
| 33 | Hotel Boutique Casa Heredia | GB Collection | Calle 38 (Calle 7 Infantes) #9-73, Centro, San Diego, | Desayuno, Jardín, Piscina, servicio personalizado | 1.071.000 | NI | 5 | Suites |
| 34 | Privado Boutique Rooms | Particular | Cra. 7, Calle Curato #38-48 | Internet de alta velocidad gratuito (Wifi)  Piscina,Desayuno, Bicicletas disponibles, Transporte al aeropuerto, Salas de reuniones, Spa,Terraza en la azotea | 883.000 | El modelo self-service, un hotel de autogestión, reduce al mínimo la cantidad de personal y elimina servicios como restaurante, recepción y piscina, para ofrecer mejores tarifas en comparación con los hoteles de la misma categoría boutique de lujo del Centro Histórico. | NI | Dobles y Suites |
| 35 | Hoteles Zana Hotel Boutique | Particular | Calle de las Chancletas No 10 B – 51 Barrio Getsemani, | Estacionamiento público pagado  Internet de alta (Wifi) Bañera de hidromasaje Desayuno disponible Alquiler de bicicletas Buceo Servicio de traslado en autobús Masaje | 496.000 | Especial para el relajamiento del cuerpo y el alma | NI | Suite nupcial Habitaciones para no fumadores |
| 36 | Hotel Boutique el Zaguán | Particular | Calle el Jardín 39-118 | Internet de (Wifi) Piscina Bar/Salón Guardería Transporte al aeropuerto Centro de negocios Conserje Lavandería autoservicio servicio a la habitación | NI | Ni | NI | Dobles |
| 37 | Hotel Boutique Bóvedas de Santa Clara | Alianza con Hotel Sofitel Legend Santa Clara | Calle del Torno No. 29-114 | solárium, jacuzzi, sala para juntas directivas hasta para 8 personas y Bar-Boutique con exhibición de artesanías y productos elaborados a mano, variada carta de cocteles, vinos y licores de gama Premium en dos ambientes: Interior y terraza. | 1.125.000 | NI | 18 | Habitación de Lujo Habitación Suite (Dúplex) |
| 38 | Hotel Boutique Aguamarina | Particular | Cra. 3 #33-16 | Piscina al aire libre, Trasladó aeropuerto, Spa y centro de bienestar Servicio de habitaciones, Habitaciones sin humo, Restaurante Wifi gratis, Recepción 24 horas, Bar Muy buen desayuno | 894.000 | Variada carta de cocteles, vinos y licores de gama Premium en dos ambientes: Interior y terraza. | 4 | Suites |
| 39 | [Hotel Santo Toribio Hotel Boutique](http://www.hotelsantotoribio.com/) | particular | Calle Segunda de Badillo Nº 36-87 | Terraza solárium con bañera de hidromasaje y habitaciones con aire acondicionado y Wifi gratuita. piscina y bar | 1.043.000 | NI | NI | Dobles |
| 40 | Hotel Boutique Monaguillo | Particular | Calle del Guerrero, Cra. 10 #29-7 | Wifi gratis en zonas comunes Desayuno Recepción 24 horas Servicio de conserjería Mascotas: no se admiten Servicio de traslado al aeropuerto con costo adicional Servicio de lavandería con costo adicional | 490.000 | NI | NI | Dobles |
| 41 | Hotel Boutique del Mar | Particular | Av. Santander carrera 1ra #42-44 Barrio el Cabrero Cartagena | Desayuno, recepción 24 horas, WI- FI, TV satelital en el lobby, piscina, terraza con vista al mar; Lavandería y minibar central. | 353.000 | NI | 6 | Dobles |

Fuente: Elaboración propia con base en información de Cotelco, Asotelca, SITUR, Booking, TripAdvisor.

NI: No Informa.

Se pudo establecer que existen 41 Hoteles Boutique en la ciudad, 28 afiliados a Cotelco y 13 afiliados a ASOTELCA, en el siguiente cuadro se describen sus características y que se deberán tener en cuenta en el proyecto porque se constituyen en competencia directa, aunque vale aclarar que ninguno es hotel escuela.

La revisión de los 41 Hoteles Boutique encontrados permite inferir varios aspectos:

* Las tarifas de los hoteles Boutique oscilan entre 400.000 y 2.250.000 de pesos, dependiendo de su confort y servicios
* Los servicios que ofertan casi todos coinciden con que cuentan con Solárium, jacuzzi, sala para juntas directivas y Bar- carta de cocteles, vinos y licores de gama. Servicio de Restaurante, terraza, Piscina, Lavandería.
* Algunos valores agregados encontrados: Guardería infantil, centro de masajes.
* Otros simplemente se venden por su excelente ubicación en el centro histórico
* El prestigio del Chef
* Todos los hoteles, el 100% cuentan con habitaciones, pero algunos cuentan con habitaciones nupciales, habitaciones para NO fumadores
* Todos se anuncian en Booking, o en TripAdvisor, sin embargo, en algunos casos es muy difícil acceder a sus tarifas.
* Los restaurantes también se venden como factor diferencial por su ambiente y tipo de comida, hay un HB, con comida mexicana y otro con comida italiana

## Hoteles escuela.

### Hoteles escuela en el mundo.

1. **Hotel escuela de la comunidad de Madrid.**

La comunidad de Madrid, como respuesta a las normativas legales así las consideraciones educacionales inicia desde 1989 el proceso de desarrollo del hotel escuela, con el ánimo de mejorar las competencias profesionales a través de la experiencia centrada en el desarrollo de procesos formativos cercanos a la realidad laboral (Espinel Castañeda, 1995).

Este centro se desarrolló en un edificio construido en 1970, sobre el cual se realizaron adaptaciones y mejoras para dar satisfacer los requerimientos normativos y académicos correspondientes.

Dentro de los elementos con los que cuenta el hotel, se tiene:

1. Hall – Recepción.
2. Vestíbulo.
3. Salones.
4. Salón de TV.
5. Salón de Actos/Convenciones.
6. Secretaría de Congresos.
7. Cocina-Hotel (Clientes).
8. Bar.
9. Restaurante de clientes.
10. Aulas generales.
11. Aula de Informática.
12. WIFI
13. Aula-Laboratorio de Idiomas (Audio-Video-Activo-Comparativo).
14. Sala de Juntas/Profesores.
15. Biblioteca.
16. Secretaría de Alumnos.
17. Vestuarios Aula-cocina.
18. Repostería caliente.
19. Repostería fría.
20. Comedor de Alumnos.
21. Asistencia turística y para la compra de entradas.
22. Aire Acondicionado.

El Hotel escuela cuenta 6 salones distribuidos así:

* Salón Lozoya, 15 personas.
* Salones Guadarrama, el Jarama y el Guadalix, para 40 personas.
* Salón Henares 30 personas.
* Todos ellos, salvo el Lozoya, ofrecen aire acondicionado y las más modernas tecnologías en materiales audiovisuales.

Respecto del número de habitaciones este hotel escuela cuenta con 67 habitaciones con capacidad máxima de cuatro personas, precio por noche USD 57.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tipo de habitación** | **Ocupación máxima (personas)** | **Estadía mínima (noche)** | **Precio (por noche)** | **Habitaciones disponibles\*** |
| Habitación referenciada | 4 | 1 | USD 57 | S/D |

Fuente: Hoteles.com (2022) IES Hotel Escuela de la Comunidad de Madrid (2022), elaboración propia.

\* Fecha consulta 14 de mayo de 2022.

**b. Escuela Hotel Casa Luxemburgo.**

En funcionamiento desde 2018, se ubica en el Centro Turístico de Pochomil, en la costa del Pacífico de Nicaragua.

Según Embajada de Luxemburgo en Nicaragua (2018) se indica que: En la obra se invirtieron seis millones de dólares en la construcción y el equipamiento de lo que es la primera escuela de Centroamérica con instalaciones hoteleras a ser operada por sus estudiantes y docentes. Cuenta con 10 habitaciones y 5 suites de diferentes estilos que ofrecen una capacidad para 60 huéspedes. También dispone de un auditorio para 120 personas, una sala de reuniones, dos piscinas, un restaurante, dos bares y una cafetería.

Este hotel escuela es operado por Tecnológico Nacional (INATEC) y tiene por objetivo apoyar la formación anual de “50 estudiantes se especializarán como *Técnicos Generales de Cocina y Gastronomía*; *Servicio en* *Restaurante, Bar y Cafetería*; *Gestión del Departamento de Habitaciones* y *Atención & Recepción Hotelera* en las distintas aulas-taller de la escuela y ejercerán sus prácticas mediante la interacción directa con los clientes del hotel” (Embajada de Luxemburgo en Nicaragua., 2018).

**c. Hotel Escuela AMAU, Universidad de la Plata.**

Un caso que se evidencia sostenible es el de la Universidad Nacional de la Plata (UNLP), el AMAU se localiza a cinco cuadras de las instalaciones de la institución, una ubicación céntrica, y en su alrededor se encuentra un teatro, el centro de arte, la Catedral y el eje fundacional de la ciudad (Universidad Nacional de la Plata., 2020).

Este centro se ubica la ciudad de La Plata, Argentina, en un terreno de 11 metros de frente por 60 de profundo, el cual desarrolla en 3.100 m2 ocho pisos y 430 m2 de exteriores urbanizados en donde se pueden hospedar a 84 personas en 42 habitaciones de acomodación sencilla, doble o matrimonial.

La inversión del proyecto que incluye no solo el terreno, la obra civil, sino el equipamiento para la puesta en marcha del hotel ascendió una cifra cercana a los 200 millones de pesos argentinos, unos USD 3.106.762 de la época (Universidad Nacional de la Plata., 2020).

“Para lograr la vinculación directa con las actividades académicas de la UNLP funcionarán aulas, salas de reuniones, un espacio de co-working y un auditorio. Los ingresos que se generen serán reinvertidos en el mantenimiento de la estructura y en el desarrollo de nuevos programas de capacitación” (elDiarioAR, 2021).

Este Hotel cuenta con 1 auditorio para 180 personas, 2 salas con capacidad total de 80 personas.

Según el sitio en internet del AMAU <http://amau.com.ar/> se indica que las habitaciones constan de:

Todas las habitaciones se componen de:

1. Televisión por cable.
2. Minibar.
3. Tensión 220-240 voltios.
4. Secador de Cabello.
5. Internet inalámbrico (WiFi).
6. Aire Condicionado.
7. Pava Eléctrica.
8. Caja Fuerte.
9. Teléfono IP.
10. TV LED '32.
11. Baño Completamente Equipado.
12. Piso No Fumador.
13. Sabanas 180 hilos.
14. Blancos (toallones, toallas de mano, pie de baño).
15. Cortinas Black Out.
16. Artículos de tocador, amenities.
17. Muebles y Sillón.
18. Camas Sommier.
19. Escritorio de trabajo.
20. Detector electrónico de humo.
21. Plumones.
22. Almohadas.
23. Cerraduras electrónicas (control de tarjetas del sistema eléctrico).
24. La habitación triple puede incluir cunas por solicitud.

Se cuenta con servicios adicionales como:

1. Estacionamiento.
2. Traslados.
3. Lavandería.
4. Actividades artísticas.
5. Servicio de bar.
6. Equipos Audio / Visual.
7. Ascensores.
8. Aulas.
9. Salones de Reuniones.
10. Impresora.
11. Servicio de habitaciones.
12. Servicio de Parking.
13. Espacio de coworking.
14. Recepción 24hs.
15. Desayunador.
16. Auditorio.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tipo de habitación | Ocupación máxima. | Estadía mínima (noche) | Precio (noche) ARS -USD | Habitaciones disponibles\* |
| Matrimonial Junior | 2 | 1 | $ 4.200 – USD35,77 | 5 |
| Matrimonial Superior | 2 | 1 | $ 4.400 - USD37,77 | 1 |
| Doble Junior | 2 | 1 | $ 4.200 – USD35,77 | 2 |
| Doble Superior | 2 | 1 | $ 4.400 - USD37,77 | 4 |
| Triple | 3 | 1 | $ 5.500 – USD46,84 | 0 |
| Doble balcón | 2 | 1 | $ 4.600 – USD39,17 | 1 |
| Cochera | 1 | 1 | $ 1.000 – USD8,52 | 1 |

Fuente: AMAU HOTEL (2022), elaboración propia.

\* Fecha consulta 14 de mayo de 2022. Tasa de ocupación, 33,33%

### Hoteles escuela en Colombia

1. **Hoteles escuela SENA**

El SENA cuenta con hoteles escuela en las ciudades de Bogotá, Cartagena (Escuela de Hotelería y Gastronomía Casa del Marqués en Cartagena), y San Andrés.

1. **Hotel Escuela Cartagena**

Según Flores Dechamps (2016), La Dirección Nacional de la entidad dispuso de $2.600 millones para los trabajos de remodelación en la Casa del Marqués, lugar donde se ubica este Hotel Escuela. La inversión final resultante fue de $4.784 millones de pesos. El recinto cuenta con 12 ambientes entre habitaciones, repostería, panadería laboratorio de café, spa, salones, entre otros.

1. **Hotel Escuela Bogotá**

Según Guzmán Díaz & Gómez Cárdenas (2016) y SENA (2017) el Hotel Escuela Sena en Bogotá, está estratégicamente ubicado sobre la Carrera 30 a 4 Km del Centro de Convenciones más grande del país (Corferias) y del centro histórico de Bogotá (La Candelaria), el Hotel registra 20 habitaciones de acomodación Doble, Twin, sencilla y Doble Superior dotadas con **televisión satelital, teléfono, mini bar, escritorio, cajilla de seguridad, baño con ducha caliente, servicio de lavandería y servicio de Wifi.** El Hotel tiene el Restaurante Primaveral, Lobby Café y Bar Inglés, en donde se ofrece comidas típicas y bebidas alcohólicas y no alcohólicas; además cuenta con **3 salones con capacidad para máximo 150 personas,** dotados con tecnología, ayudas multitudinaria y audiovisuales, se ofrece un servicio personalizado con parqueadero. La ubicación es de fácil acceso para el público en general.

1. **Hotel escuela San Andrés.**

Según SENA (2021), la construcción tiene cuatro pisos con un área total de 2.249 m² y cuenta con cafetería, diez ambientes especializados para formación, dos ambientes convencionales, un aula taller multipropósito; además, ofrecerá servicios de hotel con tres habitaciones, restaurante, spa y una terraza bar, todos abiertos al público, en donde los aprendices tendrán la oportunidad de adquirir conocimiento a través de la práctica, el proyecto tuvo un costo cercano a los $10.300 millones.

En esos 2.249 m2 según SENA (2018), el nuevo edificio consta de cuatro pisos distribuidos de la siguiente forma:

El primer piso cuenta, con una zona de cafetería, comedor, y área de estacionamientos.

El segundo cuenta con un aula múltiple con la opción de convertirse en dos aulas convencionales, zona de servicios personales, con área de spa con zona de jacuzzi, sauna, hidroterapia, sala de masajes; peluquería, manicura y pedicura.

El tercero, cuenta con un aula taller de hotelería, zona de hotel con la cual contempla zona de recepción, dos habitaciones standard y habitación tipo suite, área de lavandería.

Finalmente; el cuarto piso dispone de espacios para la formación en gastronomía y mesa y bar, con zonas de cocina caliente, cocina fría, área de panadería y repostería, bar y área de barismo.

1. **Hotel Escuela CUN.**

A pesar de no contar con información secundaria suficiente, se trae el caso del hotel escuela CUN, pues corresponde a una IES que articula el modelo Dual.

Del Hotel escuela se puede señalar que cuenta con 22 habitaciones, cada habitación cuenta con televisor de pantalla plana y un teléfono, los baños privados tienen una bañera, una ducha y artículos de tocador para el uso de los huéspedes.

Precio promedio de la habitación $37.000

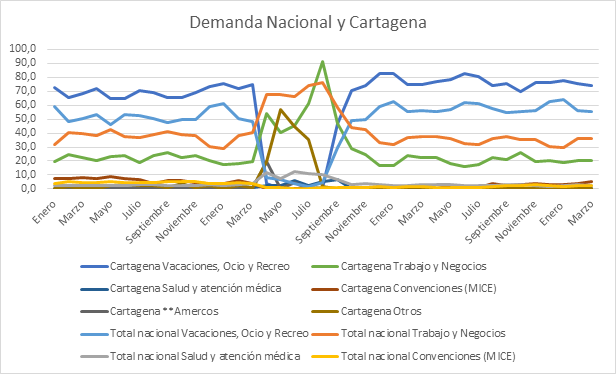
## Análisis de la demanda

La demanda se analiza en función de los resultados que presenta el sector para dar cuenta de la tendencia y preferencias de consumo y de las variables que presenta el viajero.

Respecto de la demanda en relación con los motivos de viaje se tienen en cuenta las siguientes variables:

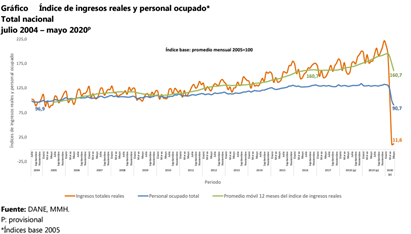
* Vacaciones, Ocio y Recreo.
* Trabajo y Negocios.
* Salud y atención médica Convenciones (MICE).
* AMERCOS (se refieren a imprevistos del viaje), entre otros.

Con base en la información de DANE (2022) se puede establecer que estas no varían y permanecen semejantes a lo largo del tiempo, y solo en época de confinamiento por pandemia cambió su estructura. Esto se puede evidenciar en el siguiente gráfico.

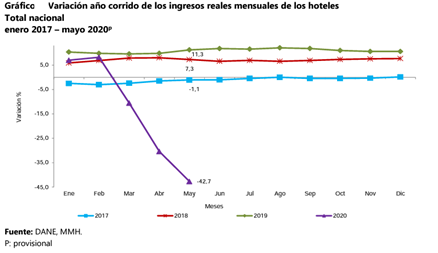


Fuente: DANE (2022), elaboración propia

Según la Encuesta Mensual de Alojamiento (EMA) (DANE, 2022), la cual se desarrolla desde mayo 2020, y la Muestra Mensual de Hoteles (MMH) (DANE, 2020), que se desarrolló hasta junio de 2020, se encuentra que la demanda nacional se encontraba en pleno desarrollo hasta inicios de la pandemia cuando abruptamente desciende, lo cual se puede evidenciar según las siguientes gráficas.



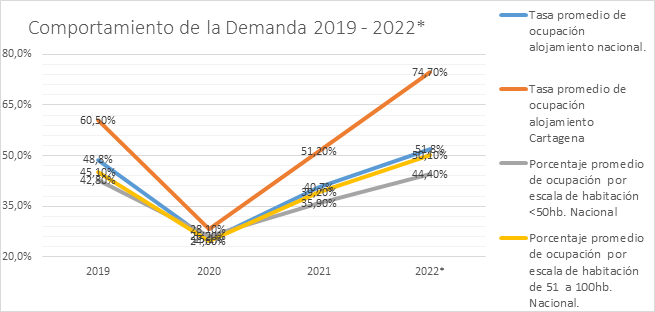
Fuente: DANE (2020)



Fuente: DANE (2020)

Lo anterior implica que se puede esperar que los resultados que asegura la ministra del ramo, María Ximena Lombana Villalba, ocurran en 2022. Esto es que en Colombia para el 2022 el sector turismo “pasará de la reactivación al crecimiento sostenido" ya que la ocupación de alojamiento, en diciembre de 2021, se ubicó en un 54,4 %, cifra superior en 4.6 puntos porcentuales frente al mismo mes de 2019 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022).

Es necesario tener presente que las tasas promedio de ocupación, tanto a nivel nacional como local (Cartagena), se han venido reactivando en términos de promedio anual como se evidencia en la siguiente gráfica:

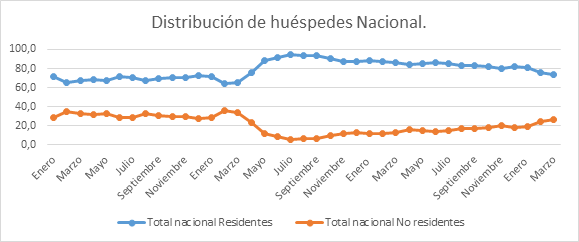


 \*enero - marzo provisional

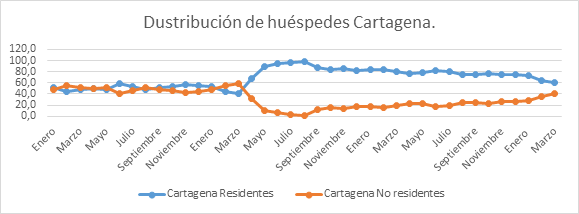
Fuente: DANE (2022), elaboración propia.

De las gráficas anteriores se debe tener presente que la media de Cartagena tiene mejor desempeño que la media nacional, así como la demanda tradicional, y que con base en la demanda tradicional se puede esperar resultados favorables para el desarrollo del negocio.

Respecto de la procedencia del viajero se tiene que esta se ha venido ajustando después de la variación generado por la pandemia y está acercándose a la estructura que traía en pre pandemia como se puede observar en los gráficos XXX y XXX, las condiciones son semejantes tanto a nivel nacional como a nivel Cartagena lo cual supone un comportamiento regular del mercado.



Fuente: DANE (2022), elaboración propia.



Fuente: DANE (2022), elaboración propia.

En tal sentido se puede establecer que el promedio nacional de huéspedes nacionales para Cartagena sea una cifra cercana al 65% y de extranjeros sea del 35% aproximadamente.

Ahora bien, en atención a la ocupación de camas según escala de ocupación, los viajeros las ocupan en promedio histórico (julio 2004 – mayo 2020) así:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Años y meses** | **hasta 50 habitaciones** | **de 51 a 100 habitaciones** | **de 101 a 150 habitaciones** | **más de 150 habitaciones** |
| Promedio histórico (16 años) | 44,07% | 47,75% | 50,91% | 57,98% |
| Promedio últimos 5 años | 42,71% | 48,69% | 54,36% | 58,91% |
| Promedio últimos 3 años | 41,95% | 48,55% | 53,95% | 58,24% |

Fuente: DANE (2022), elaboración propia.

Esto demuestra que los hábitos de consumo no se modifican y que se mantiene constantes en el tiempo.

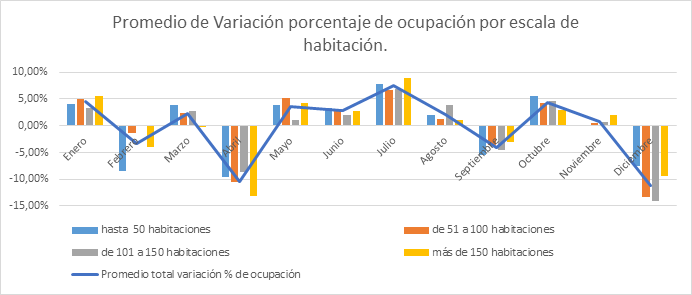
Según (DANE, 2020), se puede establecer el comportamiento de la variación de demanda según escala de habitaciones se presenta así:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Mes | **hasta 50 habitaciones** | **de 51 a 100 habitaciones** | **de 101 a 150 habitaciones** | **más de 150 habitaciones** | **Promedio total variación % de ocupación** |
| Enero | 4,11% | 5,01% | 3,24% | 5,60% | 4,49% |
| Febrero | -8,40% | -1,42% | 0,20% | -3,94% | -3,39% |
| Marzo | 3,88% | 2,43% | 2,69% | -0,01% | 2,25% |
| Abril | -9,51% | -10,46% | -8,74% | -13,14% | -10,46% |
| Mayo | 3,90% | 5,22% | 1,16% | 4,23% | 3,63% |
| Junio | 3,23% | 3,13% | 2,08% | 2,66% | 2,77% |
| Julio | 7,84% | 6,72% | 6,87% | 8,86% | 7,57% |
| Agosto | 2,00% | 1,26% | 3,86% | 1,06% | 2,04% |
| Septiembre | -5,39% | -3,56% | -4,62% | -3,05% | -4,16% |
| Octubre | 5,53% | 4,30% | 4,69% | 2,97% | 4,37% |
| Noviembre | 0,19% | 0,44% | 0,73% | 1,97% | 0,83% |
| Diciembre | -7,53% | -13,27% | -14,10% | -9,48% | -11,09% |

Fuente: DANE (2022), elaboración propia.

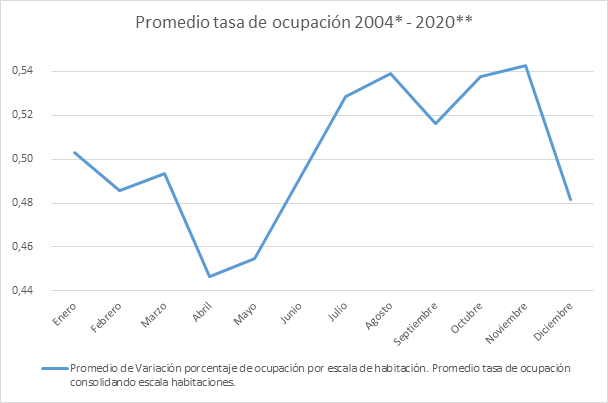
Esto implica que febrero, abril, septiembre y diciembre son los meses en los cuales se existe inflexión de la curva de la demanda respecto del mes inmediatamente anterior; es decir, que en febrero se puede esperar una menor ocupación que en el mes de enero, y que en marzo se puede suponer una mayor ocupación de habitaciones de la que se tendría en febrero.

Esto gráficamente se representa así:

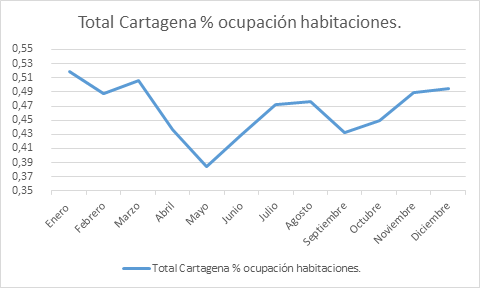


Fuente: DANE (2022), elaboración propia.

No obstante, lo anterior se evidencia que la demanda, en términos de tasa de ocupación de habitaciones, es de 50,17% y que esta sigue la tendencia de la temporada.



Fuente: DANE, Muestra Mensual de Hoteles (MMH), 2020)

 Fuente: DANE (2022), elaboración propia.

La línea de “promedio total variación % de ocupación” que se presenta en el gráfico anterior, indica el trazo de las temporadas que se dan en el año. Se debe tener presente que los meses de marzo y abril pueden variar sus comportamientos en atención a las fechas de Semana Santa según cada periodo.

Según (DANE, 2021) se tiene que, en Colombia, los viajeros internos pernoctan un promedio de 6,4 noches sin tener en cuenta el tipo de alojamiento (familiar – amigo, hotel – aparta hotel, otro), mientras que en hotel – aparta hotel pernoctan en promedio 3.7 noches. Este hecho puede explicarse de dos maneras, la primera que las personas que van a hoteles lo hacen en temporadas cortas en promociones 4 días tres noches, y que por los costos de alojamiento deciden ubicar otros medios de habitación para temporadas más largas.

En relación con el gasto de las personas para el caso del turismo según el DANE (2021), se tiene que el promedio per cápita en alojamiento para el año 2021 fue de 92.548 en gasto, equivalente al 19.69% del promedio total.

## Análisis de la oferta

Según CITUR (2022), se puede establecer que existe un crecimiento sostenido en la oferta de centros de alojamiento (hoteles, y vivienda turística), siendo así que desde 2005 se vienen abriendo constantemente hoteles en Cartagena, y desde 2008 se registra el primer centro de vivienda turística. A 2021, se registraron 496 hoteles y 3.738 viviendas turísticas.

A pesar de que las estadísticas no son concluyentes, es de estimar que las viviendas turísticas aportan en promedio cuatro o cinco camas por vivienda, lo que se traduce en un estimado de 17.000 camas al sistema.

Según el Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022 “Turismo: el propósito que nos une” se señala que: “Colombia es el país latinoamericano con mayor dinamismo en el desarrollo turístico y uno de los más destacados en el mundo por el creciente número de llegadas de viajeros durante los últimos años” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018, pág. 5), esto permite manifestar la relevancia que tiene el sector el cual a pesar de las restricciones generadas en la pandemia

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Oferta** | **2019** | **2020** | **2021** |
| Camas promedio Valores absolutos | 45.526 | 44.411 | 47.735 |
| Habitaciones promedio Valores absolutos | 25.549 | 24.948 | 27.221 |

Fuente: CITUR (2022), elaboración propia.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Oferta** |  | **2020** | **2021** |
| Camas promedio Valores absolutos |  | -2,4% | 7,5% |
| Habitaciones promedio Valores absolutos |  | -2,4% | 9,1% |

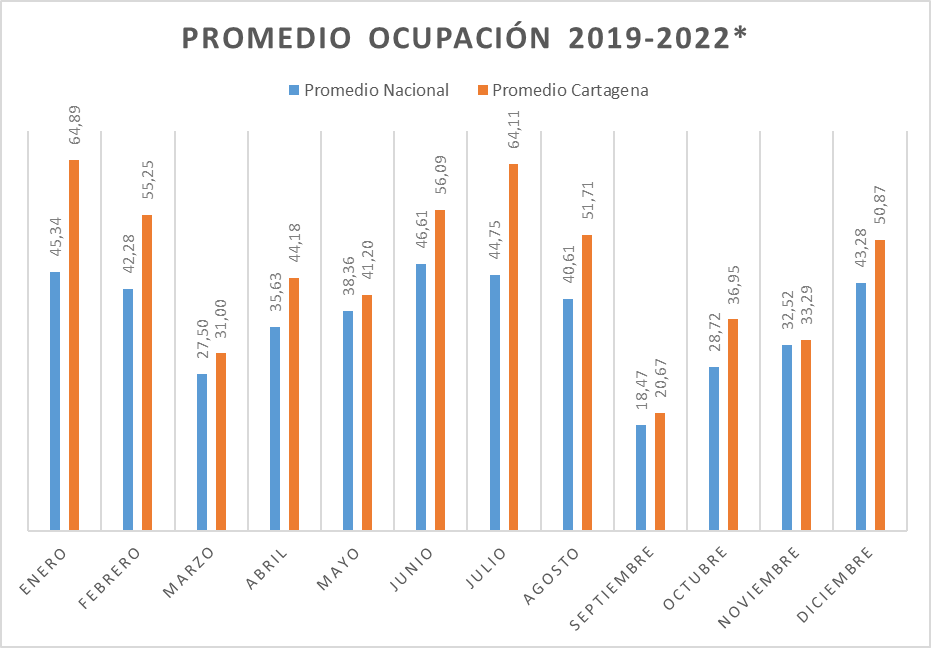
Fuente: CITUR (2022), elaboración propia.

Con base en la información que registra en el portal de CITUR, cuya información se describe en las tablas anteriores, se puede establecer que después del periodo de pandemia, las habitaciones tienen mayor crecimiento en relación con el número de camas ofertadas, lo cual sugiere que dada vez más los viajeros ocupan menos camas por habitación.

Esto se corrobora al encontrar el número de camas promedio por habitación en cada periodo, ya que en 2019 se tenían en promedio 1,782 camas por habitación, en 2020 1,780 camas por habitación y en 2021 se tenían 1,754 camas por habitación, hecho el cual señala, no obstante encontrar una variación moderada, se generan cambios en la oferta, que permiten establecer de manera plausible, que se ajustan a las consideraciones de la demanda, en los que se podrá encontrar que cada vez más las personas viajan solas.

En desarrollo de lo anterior se puede indicar que principalmente la oferta se está generando en habitaciones con acomodación sencilla y doble, más allá del hecho del motivo de viaje del cliente.

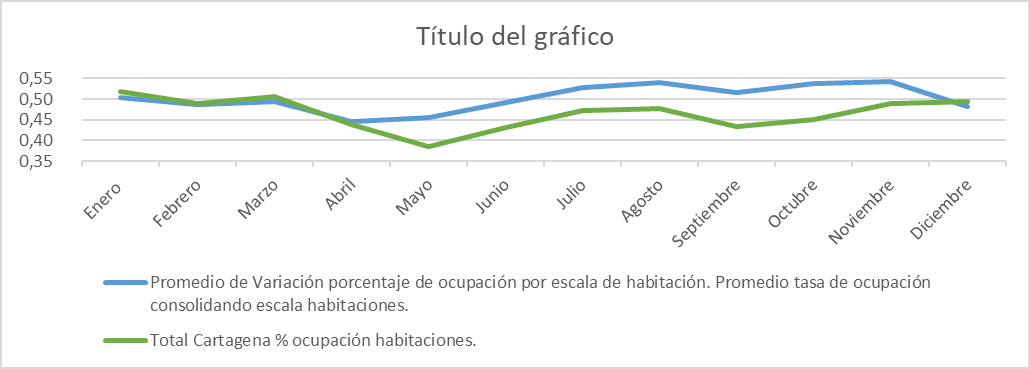
Ahora bien, en relación con el promedio de ocupación se encuentra que este se presenta así:

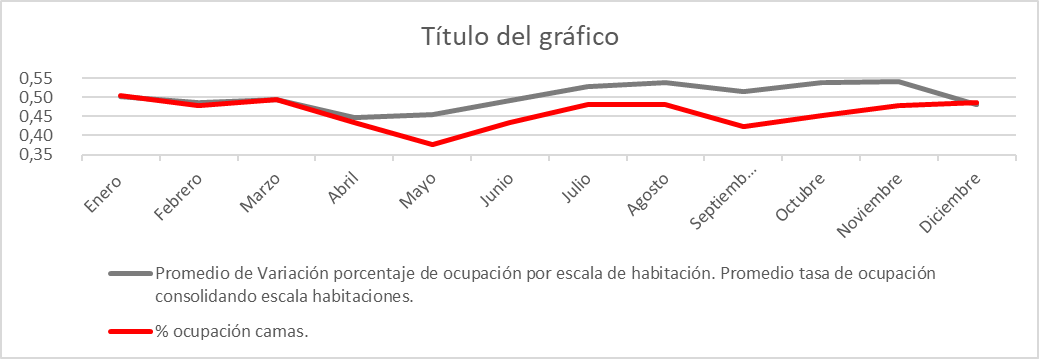


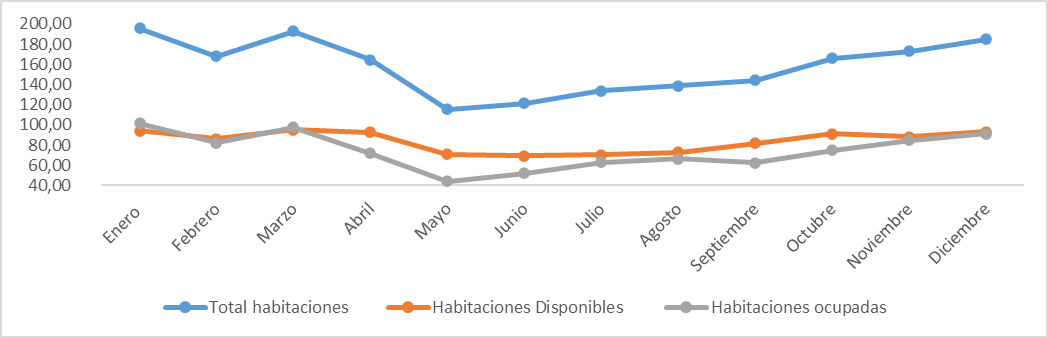
\*De enero a marzo.

Fuente: DANE (2022), elaboración propia.

Superponiendo los datos encontrados en el DANE (2022) y en la Muestra Mensual de Hoteles (MMH) (2020), se tiene que el comportamiento de la oferta va “siguiendo al desarrollo de la demanda”, por lo que la oferta se ajusta constantemente en atención a la variación que presenta el mercado. Esta situación que se presenta tanto para ocupación de camas como para ocupación de habitaciones en relación con la oferta al mercado.

Fuente DANE, Muestra Mensual de Hoteles (MMH), 2020) - (DANE, 2022), elaboración propia.

Fuente (DANE, Muestra Mensual de Hoteles (MMH), 2020) - (DANE, 2022), elaboración propia.

Fuente: DANE (2022), elaboración propia

## Precios

Respecto a las tarifas, se tiene según DANE (2022) y la Muestra Mensual de Hoteles (MMH) (2020), los precios varían en promedio mensual (enero 2019 – marzo 2022) así:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Variación % camas ofertadas (2019 - 2022)** | **Variación % tarifas (2019 - 2022)** |
| Enero | 5,44% | 5,42% |
| Febrero | -13,01% | -9,81% |
| Marzo | 14,91% | 0,59% |
| Abril | -9,37% | 2,16% |
| Mayo | -12,73% | -4,24% |
| Junio | 5,91% | 1,40% |
| Julio | 6,74% | 3,03% |
| Agosto | 8,53% | -1,60% |
| Septiembre | 51,19% | 4,35% |
| Octubre | 24,88% | 1,47% |
| Noviembre | 2,09% | 0,98% |
| Diciembre | 9,51% | 13,42% |

De la tabla anterior, se puede señalar que, a pesar de que no existe un alto grado de correlación entre las variaciones, si se puede identificar que se encuentra en una correlación directa, por lo que, si la variable Variación % camas ofertadas cambia positivamente, se espera que la variable Variación % tarifas, también tenga una variación positiva y viceversa.

Según consulta en Tripadvisor y Booking.com, se encuentran hoteles de entre dos y tres estrellas con tarifas inferiores a $120.000 (con ofertas desde $76.000), con baño privado, aire acondicionado, televisión de pantalla plana y wifi gratis, además de incluir desayuno, artículos de aseo gratis, ducha, toallas, ropa de cama, piscina, restaurante, auditorio, entre otros. Estos hoteles tales como hotel playa norte y hotel HCR Cartagena, encuentran, en un rango de 8 kilómetros, el centro histórico, el aeropuerto, y otros sitios de interés turístico y comercial. La playa está entre los 50 metros y los 4 kilómetros.

## Análisis de Demandantes

### Análisis del cliente del Hotel.

#### El turista nacional

Colombianos de Diversas Regiones: Cartagena atrae a turistas de diferentes regiones de Colombia. Los viajeros nacionales suelen ser de ciudades principales como Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla, pero también provienen de ciudades y pueblos más pequeños. La mayoría de los turistas nacionales proceden de Bogotá, Medellín y Cali.

Los destinos turísticos más populares son el Centro Histórico, las playas y los barrios tradicionales.

Las actividades turísticas más populares son el turismo cultural, el turismo de playa y el turismo gastronómico.

Diversidad de Edades: Los turistas nacionales pueden incluir personas de diversas edades, desde jóvenes que buscan vida nocturna y diversión hasta familias que desean explorar la rica historia y cultura de la ciudad, aunque la mayoría de los turistas se concentran entre los 25 y años.

Turismo Familiar: Cartagena es un destino popular para las familias colombianas debido a su oferta de actividades adecuadas para niños, como playas, museos y recorridos turísticos.

Visitantes de Fin de Semana: Muchos turistas nacionales optan por visitar Cartagena durante los fines de semana largos o festivos, lo que significa que puede haber aumentos significativos en la afluencia en ciertas épocas del año.

Otras consideraciones:

* Ocupación: Empleados, estudiantes y profesionales independientes.
* Motivo de viaje: Vacaciones, recreación y cultura.
* Estadía: Entre 2 y 7 días.
* Gasto: Entre $500.000 y $1.000.000 por persona.

Según un estudio realizado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) en 2023, el gasto promedio de un turista nacional en Cartagena es de entre $500.000 y $1.000.000. Este gasto se distribuye de la siguiente manera:

* Hospedaje: 30%
* Restaurantes: 25%
* Actividades turísticas: 20%
* Transporte: 15%
* Compras: 10%
* Otros: 10%

El estudio también muestra que los turistas nacionales en Cartagena suelen tener una estancia de entre 2 y 7 días.

El gasto promedio de un turista nacional en Cartagena es inferior al de un turista extranjero, que es de $1.364 USD. Esto se debe a que los turistas nacionales suelen visitar Cartagena por motivos de ocio y descanso, y suelen realizar actividades que implican un menor gasto, como el turismo de playa y el turismo de compras.

El gasto promedio de un turista nacional en Cartagena es una cifra importante para la economía de la ciudad. El turismo es una de las principales actividades económicas de Cartagena, genera empleo y divisas para la región.

A continuación, se presentan algunos datos adicionales sobre el gasto de los turistas nacionales en Cartagena:

* Hospedaje: $150.000.
* Restaurantes: $100.000.
* Actividades turísticas: $50.000.
* Transporte: $50.000.
* Compras: $50.000.
* Otros gastos: $50.000.

#### El turista extranjero.

Según (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023) los principales mercados emisores de visitantes a Colombia en 2022, fueron:

* Estados Unidos: 760.000
* Venezuela: 1,4 millones
* Ecuador: 250.000
* Argentina: 200.000
* España: 180.000

El documento concluye que el turismo en Colombia continúa creciendo, impulsado por el aumento de la demanda internacional.

el gasto promedio de un turista extranjero en Cartagena es de $1.364 USD. Este gasto se distribuye de la siguiente manera:

* Hospedaje: 42,7%
* Restaurantes: 12,1%
* Actividades turísticas: 10,7%
* Transporte: 7,9%
* Compras: 7,1%
* Otros: 10,5%

Perfilamiento turistas extranjeros.

* Edad: Entre 25 y 40 años.
* País de origen: Estados Unidos, Venezuela, Ecuador, Argentina y España.
* Motivo de viaje: Vacaciones, recreación y cultura.
* Estadía: Entre 3 y 7 días.
* Gasto: Entre $2.000.000 y $4.000.000 por persona.

#### Huéspedes

**Externos**

Como hotel, el proyecto se orienta a todo tipo de viajeros que busquen una solución cómoda de estadía, sin importar la categorización del motivo del viaje como se indica en el apartado referente a hoteles escuela.

**Turistas departamento de Bolívar**

|  |  |
| --- | --- |
| **Indicador** | **2021** |
| Llegada de Pasajeros aéreos internacionales en vuelos regulares | 210.533 |
| Llegada de Pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares | 1.6480.49 |
| Pasajeros en crucero | 9.054 |

Fuente: CITUR (2022)

De acuerdo con la publicación de la Cámara de Comercio de Cartagena, Cartagena en Cifras III trimestre del 2021, la ocupación hotelera en Cartagena para el tercer trimestre de 2021 se posicionó en un promedio de 57,1%, evidenciando una notoria recuperación frente al mismo trimestre del año pasado, cuando fue de 12%. Esto indica un incremento de 45,1 puntos porcentuales en la ocupación de camas turísticas en la ciudad. Así mismo, el promedio de ocupación está a solo 2,7 puntos para que la ciudad recupere el nivel de ocupación hotelera de 2019, año en el que la tasa promedio registrada fue de 59,8%. Por otra parte, en este periodo, el principal motivo de viaje del total de huéspedes —tanto residentes como no residentes— fueron las Vacaciones, ocio y recreación con el 76,8% de los turistas; seguido de Trabajo y negocios con el 20,3%, y cerrando la distribución con las Convenciones (MICE) con el 2,5% del total de turistas. Cabe anotar que este último sector ha sido el que perdió mayor importancia dentro de los motivos de viajes, seguido por Trabajo y negocios, y otras razones de viaje.

**Internos**

Los directivos y funcionario de la FULL, y estudiantes de la FULL podrán alojarse en las instalaciones del Hotel Boutique Escuela FULL.

### Análisis de la demanda en Practicas

#### Estudiantes Fundación Universitaria Los Libertadores

 La población estudiantil de la FULL, matriculada en los diferentes programas de turismo de la facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables en la sede de Bogotá y Cartagena podrá realizar el desarrollo de los diferentes espacios académicos relacionados con la operación del Hotel Boutique Escuela en las aulas- taller, y en la participación de las diferentes brigadas, así como también la realización de las prácticas tecnológicas y profesionales participando en movilidad estudiantil, en el caso de los estudiantes de la sede de Bogotá. Se garantiza que los alumnos obtendrán un conocimiento teórico práctico.

La FULL tiene claro que para lograr profesionales que se desenvuelvan exitosamente en el mercado laboral turístico actual se deben combinar el aula y un escenario real que le permita al estudiante (nivel tecnológico y/o profesional) practicar lo aprendido en el proceso de formación. Toda vez que es la comunidad universitaria de estos programas la que se ve beneficiada por el Hotel Boutique Escuela FULL, comunidad que cuenta actualmente con 273 estudiantes.

*La Movilidad estudiantil*: se constituye en una estrategia académica para lograr la visibilidad del programa académico a través de los actores educativos, que permite la participación de los estudiantes en diferentes actividades académicas en escenarios locales, nacionales o internacionales. (Reglamento Estudiantil FULL, 2019).

Parágrafo. También se considera movilidad estudiantil, aquella se produce entre las distintas ciudades en las que la Fundación Universitaria Los Libertadores haga presencia institucional.

Desde el Programa de Administración del Turismo Sostenible, sede Cartagena, se preparan profesionales que administran organizaciones del sector turismo, a través de prácticas responsables; en el desarrollo de los espacios académicos Hospitalidad y Servicios de alojamiento I y II y en Práctica Profesional, pertenecientes al componente de formación Turismo Sostenible del programa.

En el componente de formación básico el espacio académico denominado “Hospitalidad y Servicios de Alojamiento I” el cual cuenta con 3 créditos académicos y sus resultados de aprendizaje son:

* Reconocer los procesos que se ejecutan en cada una de las áreas que componen la división de alojamiento en los establecimientos de alojamiento y hospedaje.
* Identificar los conceptos y procedimientos del ama de llaves y de las áreas afines.
* Dentro del espacio académico denominado “Hospitalidad y Servicios de Alojamiento II” el cual cuenta con 2 créditos académicos y su resultado de aprendizaje es:
* Desarrollar habilidades en el manejo de un sistema especializado propio de establecimientos de alojamiento.
* En el componente de formación de profesionalización el espacio académico denominado “Hotel Management”, él cuenta con 3 créditos académicos y sus resultados de aprendizaje son:
* Identificar los procesos realizados en los establecimientos de alojamiento y hospedaje, determinando su caracterización y gestión del riesgo.
* Crear indicadores que evalúen la gestión táctica en los establecimientos de alojamiento y Hospedaje con el fin de generar cultura de mejoramiento continuo.
* Conocer la normatividad legal y voluntaria, aplicable en sistemas de gestión de calidad y de sostenibilidad.

El espacio académico denominado “Práctica Profesional”, el cual cuenta con 5 créditos académicos y que se constituye en un escenario formativo de observación e intervención profesional, que realiza el estudiante, en un contexto laboral, mediante el cual formaliza, válida y fortalece las competencias profesionales.

Los propósitos fundamentales de las prácticas son:

* Acercar al estudiante a experiencias formativas que tengan relación con la realidad social y laboral.
* Confrontar en un espacio laboral profesional los conocimientos y competencias con el fin de potenciar las habilidades para la resolución de problemas.
* Poner en contexto los conocimientos y competencias con el fin de potenciar las habilidades para la resolución de problemas.
* Adquirir experiencia profesional en la disciplina de estudio enfrentándose a situaciones en contextos reales o aplicados.
* Aportar a la solución de problemas y necesidades actuales de las empresas, las organizaciones y de la sociedad en general.
* Construir escenarios de evaluación y retroalimentación entre el entorno y la academia.
* Establecer y afianzar vínculos con el sector externo.
* Favorecer la posibilidad del primer empleo.

Desde el programa de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera por ciclos propedéuticos, sede Bogotá, se preparan profesionales para realizar un planeamiento táctico y operativo, con alta capacidad para implementar, supervisar, coordinar, evaluar y mejorar procesos fundamentales dentro de las pymes del sector; en el desarrollo de los espacios académicos Recepción y Habitaciones, Sistemas Hoteleros, Control de Alojamiento, Práctica Tecnológica I y Práctica Tecnológica II, pertenecientes al componente de formación Turismo del programa.

En el componente de formación Nivel Tecnológico el espacio académico Recepción y Habitaciones cuenta con 2 créditos académicos y el resultado de aprendizaje es:

* Reconocer los procesos que se ejecutan en cada una de las áreas que componen la división de alojamiento en los establecimientos de alojamiento y hospedaje.

El espacio académico Sistemas Hoteleros, cuenta con 2 créditos y el resultado de aprendizaje es:

* Desarrollar habilidades en el manejo de un sistema especializado propio de establecimientos de alojamiento.

El espacio académico Control de Alojamiento, cuenta con 2 créditos y el resultado de aprendizaje es:

* Identificar los conceptos y procedimientos del ama de llaves y de las áreas afines.

Los espacios académicos Prácticas Tecnológicas I y II, cada uno cuenta con 4 créditos y los resultados de aprendizaje son:

* Interpretar aspectos de la realidad social y laboral a través de su acercamiento.
* Fortalecer las competencias profesionales a través de la observación e intervención.
* Potenciar habilidades para la resolución de problemas, ubicando en un contexto conocimientos y competencias adquiridas.
* Aportar en la solución de problemas y necesidades actuales de las empresas, las organizaciones y de la sociedad en general.

Desde el programa de Administración Turística y Hotelera por ciclos propedéuticos, sede Bogotá, se preparan profesionales con pensamiento estratégico, con capacidad de liderar y dirigir organizaciones del sector turístico y de intervenir éticamente en el desarrollo turístico de las regiones, mediante la elaboración de planes y proyectos sostenibles; en el desarrollo del espacio académico Prácticas Profesionales, cuenta con 4 créditos y los resultados de aprendizaje son:

* Interpretar aspectos de la realidad social y laboral a través de su acercamiento.
* Fortalecer las competencias profesionales a través de la observación e intervención.
* Potenciar habilidades para la resolución de problemas, ubicando en un contexto conocimientos y competencias adquiridas.
* Aportar en la solución de problemas y necesidades actuales de las empresas, las organizaciones y de la sociedad en general.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Programa** | **Espacio Académico** | **Créditos** | **Semestre** |
| Administración del Turismo Sostenible | Hospitalidad y Servicios de Alojamiento I | 3 | II |
| Administración del Turismo Sostenible | Hospitalidad y Servicios de Alojamiento II | 2 | III |
| Administración del Turismo Sostenible | Hotel Management | 3 | VII |
| Administración del Turismo Sostenible | Práctica Profesional | 5 | VIII |
| Gestión Turística y Hotelera por CP | Recepción y Habitaciones | 2 | II |
| Gestión Turística y Hotelera por CP | Control de Alojamiento | 2 | III |
| Gestión Turística y Hotelera por CP | Sistemas Hoteleros | 2 | IV |
| Gestión Turística y Hotelera por CP | Práctica Tecnológica I | 4 | V |
| Gestión Turística y Hotelera por CP | Práctica Tecnológica II | 4 | VI |
| Administración Turística y Hotelera por CP | Práctica Profesional | 4 | X |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Sede** | **Programa** | **Semestre I** | **Semestre II** | **Semestre III** | **Semestre VI** | **Semestre V** | **Semestre VI** | **Semestre VII** | **Semestre VIII** | **Semestre XI** | **Semestre X** | **Estudiantes 2022-1** |
| Cartagena | Administración del Turismo Sostenible | 10 | 2 | - | - | - | - | - | - | - | - | 12 |
| Bogotá | Tecnología en Gestión Turística y Hotelera por CP | 29 | 13 | 20 | 15 | 17 | 45 | - | - | - | - | 139 |
| Bogotá | Administración Turística y Hotelera por CP | - | - | - | - | - | - | 23 | 35 | 18 | 46 | 122 |
| **TOTAL** |  | **39** | **15** | **20** | **15** | **17** | **45** | **23** | **35** | **18** | **46** | **273** |

Fuente: Dirección del programa

#### Profesores Asociados a los Programas de Turismo Sostenible, Tecnología en Gestión Turística y Hotelera y Administración Turística y Hotelera por ciclos propedéuticos. (Bogotá-Cartagena)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Sede** | **Programa** | **Profesor Planta** | **Profesor Cátedra** |
| Cartagena | Administración del Turismo Sostenible | **-** | **3** |
| Bogotá | Tecnología en Gestión Turística y Hotelera por CP | 6 | 4 |
| Bogotá | Administración Turística y Hotelera por CP | 5 | - |

Fuente: Dirección del programa

De acuerdo con el Estatuto Profesoral de la Fundación Universitaria Los Libertadores (2017), se define como Profesor de Planta a los profesores que desempeñan actividades de docencia, investigación, proyección social y gestión académica de tiempo completo por 43 horas semanales o de medio tiempo por 22 horas semanales. Y cómo Profesor de Cátedra a los profesores con dedicación únicamente a la docencia, vinculados durante periodos académicos establecidos en sus respectivos contratos y con una asignación máxima de 18 horas semanales.

Los profesores podrán realizar movilidad académica orientada al desarrollo de las funciones sustantivas, docencia, investigación y extensión y proyección social, contribuyendo a la formación integral de los estudiantes, y al desarrollo de la Institución y del país.

Asimismo, podrán participar de manera activa en el desarrollo de los espacios académicos en el Aula - Taller del Hotel Boutique Escuela FULL, impartiendo las sesiones de formación teórica y práctica de manera simultánea de los espacios y supervisando la realización de las diferentes brigadas programadas para la operación del área de recepción y habitaciones respectivamente. Además, podrán evaluar la realización de las prácticas tecnológicas y profesionales de los estudiantes.

#### Otras Programas de la FULL

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Sede** | **Programa** | **Prácticas** |
| Cartagena | Administración Logística | Práctica Profesional VII |
| Cartagena | Administración de Empresas a Distancia | Práctica Profesional VIII |
| Cartagena | Contaduría Publica | Práctica Profesional VIII |
| Bogotá | Administración Logística | Práctica Profesional VII |
| Bogotá | Contaduría Publica | Práctica Profesional VII |

Fuente: Facultad Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

### Instituciones de Educación Superior (IES) de la Región Caribe con programas de Hotelería y Turismo

Desde la Política de Internacionalización y Cooperación que es el marco general en el que se desarrollan las distintas estrategias que permiten a la Institución articularse con diversos organismos de orden nacional, regional e internacional, para la proyección de las funciones misionales y de gestión de la Institución, y hacer posible la formación de un ciudadano global que aporte a una mayor calidad de vida de la sociedad.

Con la Participación en Redes Interinstitucionales, una de las principales estrategias de articulación de acciones que potencializarían recursos de transferencia de conocimiento y logro de objetivos comunes, es la participación en redes académicas o redes de extensión y proyección social a nivel nacional, regional e internacional; cuyo propósito es seleccionar y participar en redes de manera priorizada frente a los intereses institucionales, en las funciones sustantivas de formación, investigación y proyección social (Política institucional de Internacionalización y cooperación FULL, 2019).

El Hotel Boutique Escuela podrá realizar en este marco diferentes convenios con las instituciones de educación superior de la región para la realización de las prácticas profesionales contempladas dentro de sus currículos académicos.

### Instituciones de Educación Superior (IES) de la Región Caribe con programas de Hotelería y Turismo

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nombre IES** | **Código SNIES** | **Departamento** | **Nombre del Programa** | **Estado** | **Modalidad** | **Estudiantes**  **(2020 - 2)** | **Prácticas** |
| Institución Universitaria Mayor de Cartagena | 2068 | Bolívar | Tecnología en Turismo e Idiomas | Activo | Presencial | 450 | Si |
| Institución Universitaria Mayor de Cartagena | 54759 | Bolívar | Tecnología en Gestión Turística | Activo | Presencial | 129 | Si |
| Corporación Educativa del Litoral | 108223 | Atlántico | Técnica Profesional de Procesos Administrativos en Hotelería y Turismo | Activo | Presencial | 14 | Si |
| Corporación Universitaria Americana | 109560 | Atlántico | Administración e Innovación en Turismo y Hoteles | Activo | Presencial | No registra | Si |
| Corporación Universitaria Americana | 109561 | Atlántico | Tecnología en Gestión de Turismo y Hoteles | Activo | Presencial | No registra | Si |
| Universidad Antonio Nariño | 104382 | Magdalena | Hotelería y Turismo | Activo | Presencial | 27 | Si |

Fuente: <https://snies.mineducacion.gov.co/portal/CONSULTAS-PUBLICAS/>

* + 1. Sector **Empresarial**

De acuerdo con las apuestas productivas en el departamento de Bolívar, 6.640 unidades conforman las apuestas productivas, denominadas de esa forma por considerarse sectores impulsores de la economía. Entre estos, se destaca Turismo que agrupa el mayor número de empresas y por tanto de empleo.

El Turismo con un incremento del 86% de empresas, ocupó el segundo lugar en apertura empresarial. La apuesta turística -que es la más grande de la región-, se encuentra irrigada a través de toda la ciudad y su zona insular, en especial a través de las actividades de alojamiento y servicios de comida, que tienen una mayor concentración en las zonas norte, turística e histórica (Cartagena en Cifras III trimestre del 2021).

En este sentido, el Hotel Boutique Escuela se podrá constituir como un espacio para la formación integral y capacitación del recurso humano en las diferentes competencias laborales y programas específicos de entrenamiento de acuerdo con las necesidades del sector turístico de la región.

* + 1. Análisis legal.

Respecto de las consideraciones normativas se tiene la siguiente relación:

**Normatividad Matriz de Requisitos Legales (EAH)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Normatividad** | **Turismo** | **Sostenibilidad** | **Bioseguridad** | **Norma Técnica Sectorial Colombiana** | **Recurso Humano** | **Calidad** | **Generales** |
| **Hoteles** | **Ley 300 de 1996 - Ley** General de Turismo.    **Ley 1101 de 2006 -** Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo  y se dictan otras disposiciones.    **Ley 1558 de 2012 -** Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996-Ley General de  Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras  disposiciones.    **Ley 2068 del 2020 -** Por el cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.    **Ley estatutaria 1618 del 2013.**  Por medio de la cual se establecen las disposiciones para garantizar el pleno ejercicio de los derechos de las personas con **discapacidad**    **Ley 1316 de 2009**  Establecer las características que debe tener un espacio para un espectáculo sea de carácter recreacional o cultural para personas con discapacidad.    **Código Ético Mundial para el Turismo** adoptado por la resolución A/RES/406(XIII) de la decimotercera Asamblea General de la OMT (Santiago de Chile, 27 de diciembre-1 de octubre de 1999). | **Ley 679 de 2001.** por medio de la cual se expide un estatuto para prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores, en desarrollo del artículo 44 de la Constitución.    **Ley 985 de 2005.** Por medio de la cual se adoptan medidas contra la trata de personas y normas para la atención y protección de las víctimas de la misma.    **Ley 1329 de 2009.** Por medio de la cual se modifica el Título IV de la Ley 599 de 2000 y se dictan otras disposiciones para contrarrestar la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.      **Ley 397 de 1997**  Por la cual se desarrollan los Artículos [70](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4125#70), [71](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4125#71) y [72](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4125#72) y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias.    **Ley 373 de 1997**  Por la cual se establece el programa para el uso eficiente y ahorro del agua.    **Decreto 3102 de 1997.**  Por el cual se reglamenta el artículo 15 de la Ley 373 de 1997 en relación con la instalación de equipos, sistemas e implementos de bajo consumo de agua.    **Decreto 1575 de 2007.**  Por el cual se reglamenta el artículo 15 de la Ley 373 de 1997 en relación con la instalación de equipos, sistemas e implementos de bajo consumo de agua.    **Resolución 0148 de 2015.**  Por la cual se reglamenta el cumplimiento de las normas técnicas de calidad expedidas por la Unidades Sectoriales de Normalización sobre Sostenibilidad Turística.    **ISO 14001:2015**  Sistema de Gestión de Medioambiental.    **Ley 2153 de 2021:** Por la cual se crea un sistema de información, registro y monitoreo que permita controlar, prevenir y evitar el tráfico ilegal de fauna y flora silvestre en el territorio nacional y se dictan otras disposiciones. | **Resolución 2184 de 2019.** Por el cual se modifica la Resolución 668 de 2016 sobre el uso racional de bolsas plásticas y se adoptan otras disposiciones.    **Resolución 576 del 2020** - Por medio de la cual se crea el sello de calidad Check ín Certificado y se establecen las  condiciones para obtener su uso    **Resolución 350, 2022 -** Por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para el desarrollo  de las actividades económicas, sociales, culturales y del Estado | **NTC 6503:2021.** Sistema de gestión de la sostenibilidad para  establecimientos de alojamiento.  Requisitos    **NTSH 006:** Clasificación De Establecimientos de  Alojamiento y Hospedaje.  Categorización por Estrellas de  Hoteles. Requisitos    **NTC 5133:** Etiquetas Ambientales Tipo I. Sello Ambiental Colombiano. Criterios para Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. | **Ley 1429 de 2010**  Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo.    **OHSAS 18001**  Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo    **Ley 50 de 1990.**  Por la cual se introducen reformas al Código Sustantivo del Trabajo y se dictan otras disposiciones.    **Ley 1562 de 2012.** Ampliar y modernizar el sistema de riesgos laborales y le brinda a todas las personas, con diferentes tipos de contrato y afiliación, el programa de prevención y promoción a los afiliados al sistema de riesgos laborales. | **ISO 9001 2015.**  Sistemas de gestión de la calidad — Requisitos | **Ley 232 de 1995.**  Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales.    **Resolución 1229 de 2013.**  Por la cual se establece el modelo de inspección, vigilancia y control sanitario para los productos de uso y consumo humano.    **Decreto 2063 de 2018**. Modificar la información contenida en el certificado del Registro Nacional de Turismo que deben expedir las Cámaras de Comercio y reducir los trámites que los prestadores de servicios turísticos deben adelantar para su inscripción, en observancia de lo establecido en el Decreto Ley 019 de 2012.    **Ley 590 del 2000.**  Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas    **Ley 2155 de s 2021.** extiende la exención del IVA en servicios de hotelería establecida con el artículo 45 de la Ley 2068 de 2020. . El servicio prestado a los no residentes siempre se ha considerado como exento del IVA y obliga a presentar las declaraciones de forma bimestral. (cumplimiento requisitos).    **Ley 1335 de 2009.**  Ley Antitabaco.    **Resolución 1956 de 2008**. Por la cual se adoptan medidas en relación al consumo de cigarrillo o tabaco. |

Fuente: Elaboración Propia

# Capítulo 3. Estudio técnico del proyecto

## Identificación de la tecnología

La tecnología ha jugado un importante papel en el desarrollo turístico desde los años setenta y particularmente en las agencias de viajes y los hoteles, facilitado ostensiblemente el trabajo en toda la cadena de valor, los softwares que aparecieron, dieron lugar a una mayor rentabilidad y organización de las empresas turísticas en general. A continuación, una descripción de los más sobre salientes:

* 1. AMADEUS

El GDS de Amadeus se creó para resolver un problema común de la industria: la necesidad de distribuir y vender viajes de una forma eficaz. Gracias a nuestra tecnología, nuestra gran inversión y nuestro equipo, hemos pasado de ser un GDS a crear Live Travel Space con Amadeus Travel Platform.

Además de capacidades inigualables de búsqueda, fijación de precios, reservas, emisión de billetes, transacciones y servicio, crear viajes inolvidables para sus viajeros. Amadeus Travel Platform reúne en un solo lugar todo el contenido de viajes relevante (como vuelos, hotel, transporte terrestre, servicios de destinos y seguros) de cualquier fuente (EDIFACT, NDC y otras API) para distribuirlo a través de cualquier canal o dispositivo, lo que permite que se realicen comparaciones y reservas con Amadeus de forma uniforme y transparente.

También reconoce que el valor de la distribución de viajes incluye la flexibilidad para atender a nuestros clientes y sus viajeros, para satisfacer sus necesidades de la mejor forma.

Se gestionan más de 632 millones de reservas y 1.657 millones de pasajeros+440 aerolíneas, +110 aerolíneas de bajo coste, 90 empresas ferroviarias, +300 cadenas hoteleras y +230 turoperadores.

Otras tecnologías importantes para el Proyecto del Hotel en Cartagena pueden ser

* 1. OPERA

Empresa de Tecnología fundada en 1995, Opera Software una empresa de software noruega, principalmente conocida por su navegador web Opera de escritorio y navegador web móvil Opera Mini. En múltiples plataformas, los navegadores Opera tienen más de 350 millones de usuarios en todo el mundo.

Opera es un navegador web y suite de Internet Opera Software, capaz de realizar múltiples tareas como navegar por sitios web, gestionar correo electrónico, contactos, fuentes web, charlar vía IRC y/o ser un cliente Bittorrent.

* 1. SABRE

Es una compañía que se dedica al manejo de un portafolio requerido por Agencias de Viajes, Aerolíneas y Usuarios, fundado hace 60 años. Es un sistema operativo creado en 1957 para mejorar el funcionamiento operativo de American Airlines y en 1972, esta tecnología se adapta y vende a aerolíneas, agencias de viajes, de alquiler de coches y hoteles.

Con este software, las Agencias de viajes y las Aerolíneas hacen todo el proceso de distribución global de la información acercando al turista de forma muy rápida a su destino, este tipo de sistemas de Sistemas de Distribución Global no solo facilitaron los viajes, sino que les dieron la oportunidad a los empresarios de ver crecer sus utilidades. Por otra parte, cuentan con servicio al cliente de forma directa.

* SABRE Travel Network (STN) utiliza el sistema de reservas de Sabre para vender boletos de avión, alojamiento, cruceros, alquiler de vehículos y paquetes turísticos a través de agencias de viajes.
* *SABRE Airline Solutions (*SAS) proporciona software y servicios a líneas aéreas y otros proveedores de transporte aéreo.
* Travelocity *(*TVLY) es la agencia de viajes propia de Sabre, que vende productos de viaje directamente a los viajeros (GDS).

* 1. ZEUS:

La tecnología del Software Zeus, que se inventó en 1972, en Barranquilla Colombia, reemplazo a un anquilosado software que se manejaba, en Colombia per que era americano, denominado FIDELIO, el inconveniente que presentaba esta tecnología es que era totalmente en inglés y a las gentes en hoteles les costaba mucho trabajo entenderla, ay que antes el inglés no era obligatorio, por tanto los empleados tenía muchos inconvenientes para el manejo de cuentas y facturación, o simplemente para correr la auditoria Nocturna.

ZEUS, en Colombia atiende, 800 hoteles, lo que da una idea de su amplia experiencia en el sector, 9000 programas POS de alimentos y bebidas instalados en restaurantes, adicionalmente maneja la operación de 400 empresas de salud en el país, maneja a operación de 130 Agencias de Viajes y 45 clubes, llevan en el mercado 28 años de éxito, pero sobre todo facilitando el quehacer diario de los prestadores de servicios turísticos a nivel nacional. De acuerdo con la página oficial de Zeus.

El Software maneja los siguientes programas:

* Zeus Contabilidad
* Zeus Inventarios, CMR, Reloj,
* Zeus e Comerce
* Zeus Producción
* Zeus POS

Esto permite entender porque un buen software soporta todas las operaciones hoteleras que se realizan cotidianamente, como: el Check in, Check Out, Auditoria Nocturna, facturación y compras, manejo de inventarios

## Diseño del proyecto

Para desarrollar el proyecto se sugiere la realización en 4 etapas, el siguiente es su diseño:

Duración total del proyecto: 1 año

**Etapa 1.**

Definición del proyecto

Duración 1-3 meses

En esta parte del proceso se establece el tipo de negocio, en este caso un Hotel Boutique Escuela

Duración 1 mes

**Etapa 2.**

Seleccionar el lugar

Comprar el Inmueble

Permisos de construcción

Hacer las Adecuaciones

Duración 3-6 meses

**Etapa 3.**

Estudio de mercado para establecer las bases de la oferta y la demanda.

Duración 3-6 meses

**Etapa 4.**

Estudio Técnico

Identificación Técnica del Hotel Boutique

Análisis de la Oferta de hoteles Boutique en Cartagena.

Características de los Hoteles Boutique

Demanda de los Hoteles Boutique en Cartagena

Duración 3- 6 meses

**Etapa 5.**

Puesta en Marcha

Duración: meses 7 y 8

Se debe considerar que este diseño de producto depende directamente del momento en el cual los arquitectos entreguen el lugar totalmente acondicionado.

Es importante resaltar, que las etapas 2,3 y 4 se pueden ir trabajando simultáneamente.

## Evaluación de la factibilidad técnica

Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto.

### Perfil del proyecto

Se propone desarrollar de un proyecto spin-off Hotel Escuela, que permita la convergencia entre los actores de la Triada Empresa – Universidad – Estado, para articular adecuadamente PEI Libertador con las normativas del Gobierno nacional y local, las cuales buscan satisfacer a la sociedad, ubicada en Cartagena, D.T. y C.

La triada Universidad, Estado y Empresa, permitirá desarrollar proyectos que posterior mente tengan un impacto positivo en la ciudad de Cartagena mediante procesos articulados de investigación aplicada a temas de interés común, aplicada, enfocados a atender necesidades tecnológicas reales de las empresas de la región. Como el tema no es nuevo, ya existe una especie de ruta de acción para el mismo:

* Construcción del inventario de capacidades investigativas de la región:
* Identificación de los sectores estratégicos y las necesidades empresariales de la región.
* Construcción del inventario de capacidades investigativas de la región: recurso humano para la investigación, ciencia y tecnología; grupos de investigación; proyectos; laboratorios; equipo robusto.
* Ruedas de Negocios que generen encuentros de oferta y demanda (capacidades investigativas y necesidades empresariales) entre la academia y la empresa.
* Generación de nuevas alianzas e incorporación de actores de los diferentes sectores para fortalecer procesos participativos en la región.
* Procesos de formación de recurso humano para la ciencia, la tecnología y la innovación
* Generación de estrategias que permitan crear confianza entre las universidades regionales, el Estado y las Empresas.

Este punto es crucial porque el proyecto pretende ser un espacio armónico, discreto y elegante, en el que los turistas que disfrutan de este tipo de establecimientos se sientan singularmente acogidos y como si estuvieran en casa, también se plantea que sea un lugar de practica para los estudiantes tanto de Cartagena como de Bogotá y llegar a convenios con otras universidades del sector sobre la posibilidad de prestar espacios para las prácticas de sus estudiantes.

Así mismo pueden converger entidades públicas, realizando convenios para la prestación de servicios de alimentación y/o alojamiento para sus empleados y funcionarios, y la participar en convocatorias investigativas que permitan fortalecer estas competencias en los estudiantes.

El Hotel Boutique Escuela estará ubicado en la ciudad de Cartagena, D.T. y C., contará con 5 habitaciones distribuidas de la siguiente manera: 4 habitaciones cuádruples y 1 habitación Aula - Taller, se debería identificar si también es cuádruple o si es doble o qué tipo de habitaciones, 1 Aula- Taller de Reservas y Recepción, uno, que contara con los elementos mínimos de una recepción, Front Desk, Sistema operativo Zeus, adicionalmente contara con un restaurante, cuya característica principal será la de contar con un menú nacional e internacional rediseñado diariamente, contara con un salón de eventos.

### Descripción de productos y/o servicios

Los productos finales que ofertará el proyecto son los siguientes

* Prestar servicios de alta calidad como lo exige la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 002
* Presta servicios de alimentos y bebidas con alto grado de sofisticación.
* Ser Centro de prácticas para los estudiantes de la FULL, tanto de Cartagena, como de Bogotá y permitir a través de convenios la realización de prácticas a estudiantes de otras universidades del sector.
* Realizar investigaciones de interés común para el estado, empresas y la FULL

### Análisis de la demanda del turismo en Cartagena

Como se estableció en el apartado de identificación de la tecnología a emplear, lo primero es establecer que el Sistema operativo más adecuado para manejar el Hotel a los dos niveles que se pretenden implantar es el software de ZEUS tecnología, para tal efecto se adquirirá un software para el hotel como tal y un software académico para las prácticas de los estudiantes.

Así mismo se deberán adquirir sistemas de ahorro de energía y de agua como lo establece la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS002, de esta forma desde el principio del proyecto se le estará dando connotaciones de sostenibilidad.

Se deben adquirir sensores de movimiento que activar ciertas áreas del hotel cuando se requiera y que desactiven la energía cuando no se esté trabajando en el lugar.

Se pudo establecer que existen 41 Hoteles Boutique en la ciudad, 28 afiliados a Cotelco y 13 afiliados a ASOTELCA, en el siguiente cuadro se describen sus características y que se deberán tener en cuenta en el proyecto porque se constituyen en competencia directa, aunque vale aclarar que ninguno es hotel escuela.

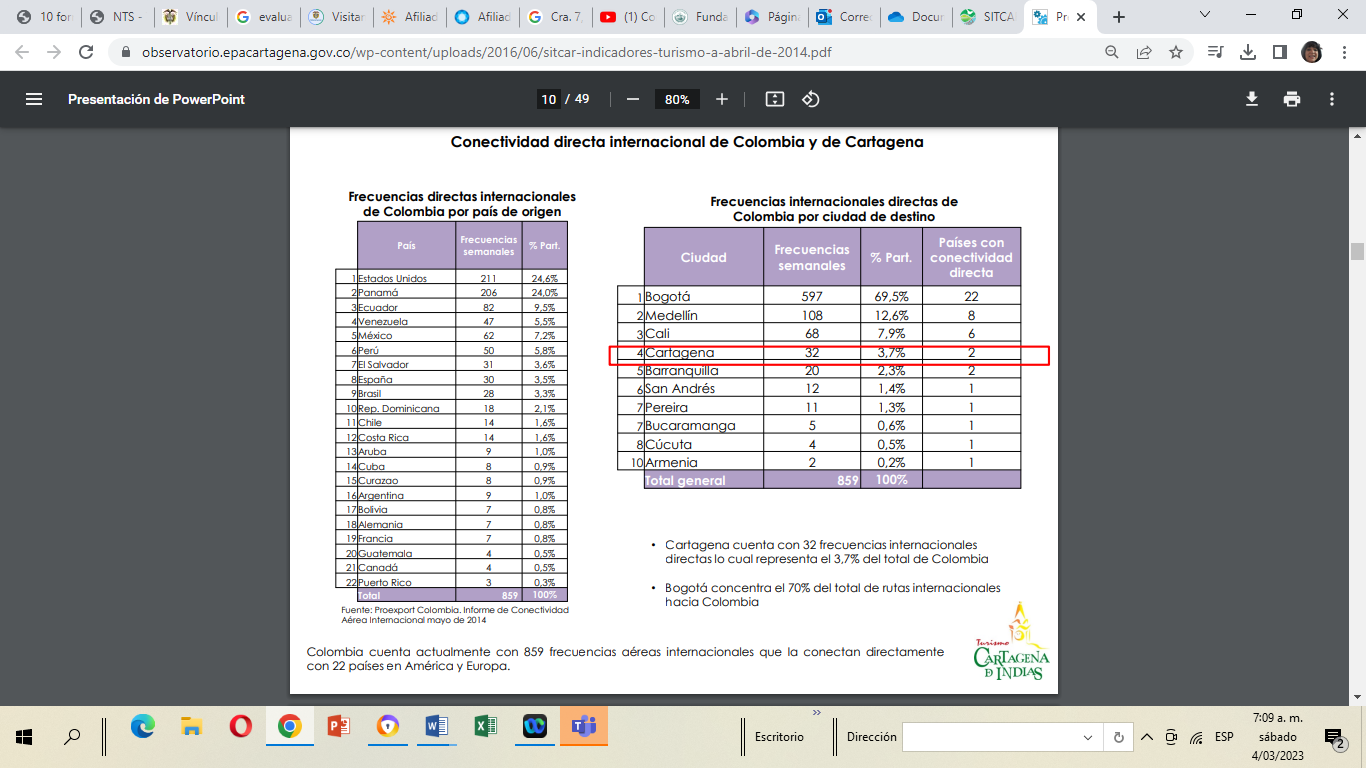
Al revisar datos sobre los motivos de viaje de las personas a Cartagena a través del Sistema de Información turística de Cartagena (SITCAR), se encontró un estudio publicado en 2014. Al parecer es el último y fueron estos datos los que se tuvieron en cuenta para el análisis.

*Motivación de viaje del turista extranjero a Cartagena de Indias.*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Motivo de Viaje** | **2012** | **2013** | **% Part.**  **2013** | **2014**  **(Ene-may)** | **% Part. 2014**  **(Ene-May)** |
| **Turismo** | 162.925 | 187.685 | 82,7% | 92.066 | 83,9% |
| **Eventos** | 18.819 | 16.137 | 7,1% | 5.579 | 5,1% |
| **Trabajo** | 9.960 | 8.633 | 3,8% | 2.559 | 2,3% |
| **Negocios** | 3.175 | 5.849 | 2,6% | 5.249 | 4,8% |
| **Tripulación** | 3.628 | 4.925 | 2,2% | 2.378 | 2,2% |
| **Residencia** | 1.740 | 1.332 | 0,6% | 350 | 0,3% |
| **Otros motivos** | 2.864 | 2.432 | 1,1% | 1.487 | 1,4% |
| **Total** | **203.111** | **226.993** | **100%** | **109.668** | **100%** |

Fuente: SITCAR – Corporación de Turismo Cartagena de Indias

Se evidencia que mayor porcentaje de personas que llegan a Cartagena lo hacen por Turismo en un 83,9% y por negocios en segundo lugar con un 5,1%, con lo cual se entiende un poco el auge de los hoteles Boutique en la zona, los turistas que van a Cartagena buscan un ambiente acogedor y nuevas experiencias no les interesa si deben o no pagar más por ellas.



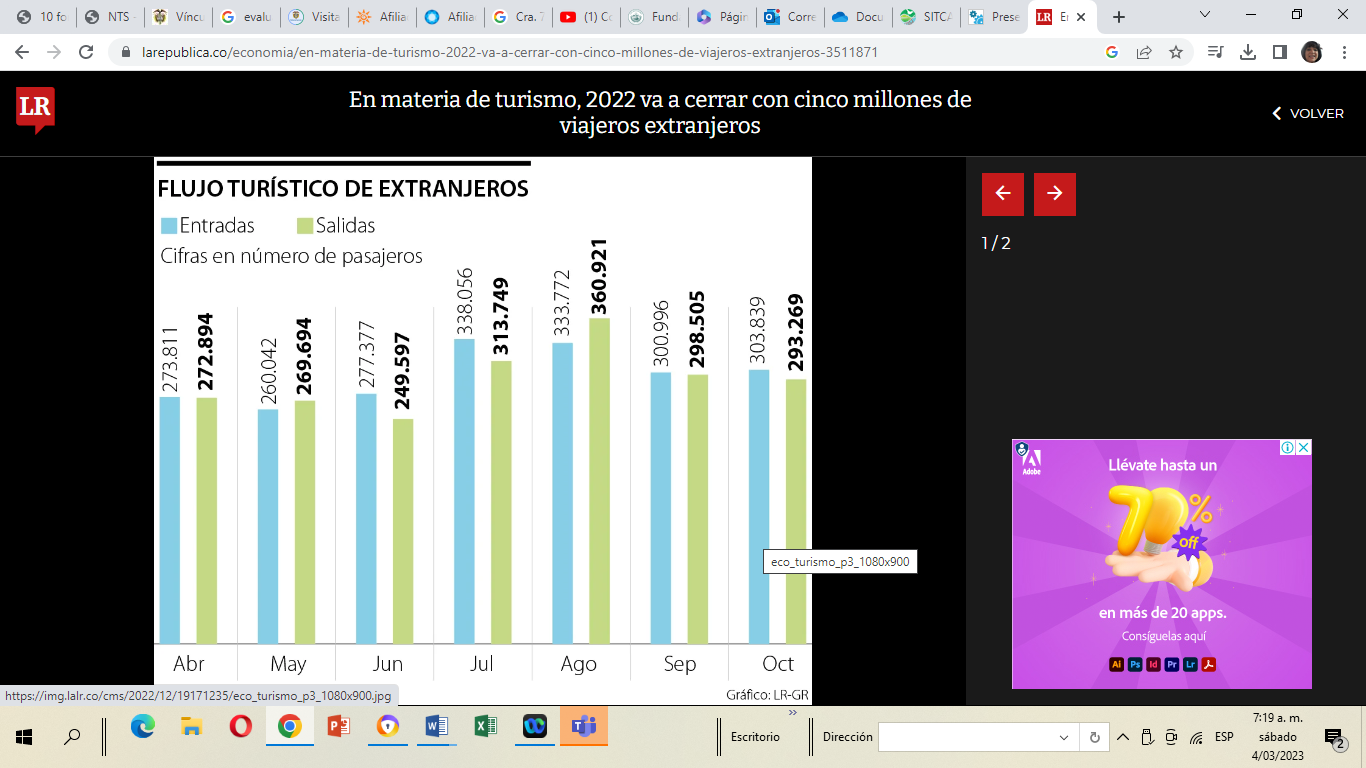
Fuente: Colombia cuenta actualmente con 859 frecuencias aéreas internacionales que la conectan directamente con 22 países en América y Europa.

Colombia cuenta actualmente con 859 frecuencias aéreas internacionales que la conectan directamente con 22 países en América y Europa. Según Proexport. 2014.

### Flujo de turistas en 2022

De acuerdo con migración Colombia, Según cifras de Migración Colombia, entre enero y octubre entraron más de 3,5 millones de viajeros internacionales, la cifra, según recopila ProColombia representa un crecimiento de 145,2% frente al mismo periodo de 2021 y de 98,6% si se compara con 2019.

De ese total, Bogotá y Medellín son los dos destinos más apetecidos, con 1,3 millones de visitantes y 522.366, respectivamente. Y el top tres lo completa Cartagena, con 446.489.



Fuente Migración Colombia, octubre de 2022, Citado por el diario la Republica.

El repunte del turismo en Colombia luego de la pandemia no se hizo esperar y como es tradicional Cartagena sigue siendo uno de los destinos más apetecidos del país, entre otras cosas por ser Patrimonio Histórico y Cultural de la humanidad.

De acuerdo con Carmen Caballero de ProColombia, a estas buenas cifras se le añade:

“la generación de divisas por concepto de pasajeros y viajes, que en el tercer trimestre del año alcanzó US$5.262 millones, con un aumento de 153,3% respecto al mismo periodo de 2021. Nos hemos enfocado en promover la atracción de turistas de nichos de alto gasto”

### Competitividad Turística de Cartagena

Los Gremios en Cartagena cobran una relevancia importante porque son dinámicos y activos y propenden por que se mejoren la prestación de los servicios, las capacitaciones y las estadísticas concretas que tanto faltan a nivel nacional en particular en Cartagena, estos gremios son. Es así como en Cartagena de Indias, el sector hotelero cuenta con una red de valor gremial constituida por:

* COTELCO – Asociación Hotelera y Turística de Colombia con 50 hoteles afiliados de la ciudad, de los cuales 24 son hoteles boutique.
* ASOTELCA – Asociación Hotelera Colombiana con 13 hoteles afiliados en la ciudad, ninguno de ellos hace parte de la oferta boutique
* EVOCA – Red de Hoteles Históricos Boutique de Cartagena con 11 hoteles afiliados.

Estas asociaciones o redes trabajan de la mano con el Estado a través de la Corporación Turismo Cartagena de Indias y Proexport Colombia, lo cual ha significado un espacio importante en el Plan Sectorial de Turismo de la Alcaldía de Cartagena, como fuente generadora de empleo y desarrollo de la ciudad.

## Análisis de requerimientos de recursos

Dentro de los recursos analizados para este proyecto se destacan:

Recursos humanos, se requieren en total nueve personas con los siguientes cargos y funciones.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Área** | **Cargo** | **Perfil** |
| Hotel | Administración | Gerente | Conocimientos de Sistemas de Gestión: planificación, organización, motivación y control, y evaluación de resultados; se requiere capacidad de comunicarse en forma clara oral y escrita, tanto con sus colaboradores cómo con los huéspedes, si se requiere; deberá preocuparse de la capacitación, selección del personal, supervisar a través de una adecuada evaluación y disciplina las jefaturas designadas. Conocimiento de Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad, Manejo Sistema Operativo. |
| Administración | Coordinador de Recursos Humanos | Conocimientos de programas de capacitación, formación y desarrollo integral de los colaboradores, procesos de mejora continua y planes de desarrollo personal y profesional. Conocimiento de la Normativa Legal Contractual, Seguridad y Salud en el Trabajo, Conocimiento de Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad. Criterio para tomar decisiones, habilidades para organizar, planear, dirigir, supervisar y controlar. |
| Administración | Auxiliar de Brigadas y Prácticas Tecnológicas y Profesionales | Habilidad para la planificación, organización, procesos de mejora, conocer el funcionamiento de las áreas operativas del establecimiento, Conocimiento de Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad, Manejo Sistema Operativo. |
| Administración | Coordinador de Costos y Compras | Habilidades para manejo de personal, capacidad de liderazgo, conocer el funcionamiento de un hotel, criterio para tomar decisiones, habilidades para negociar, manejo de proveedores, haber manejado un software de compras, servicio al cliente interno. Conocimiento de Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad. Criterio para tomar decisiones, habilidades para organizar, planear, dirigir, supervisar y controlar. Manejo de Sistema Operativo. |
| Administración | Auxiliar de Almacén | Conocimiento trabajo en equipo, orientación al servicio, comunicación asertiva, servicio al cliente, manejo de Protocolos de Bioseguridad. Conocimiento de inventarios, BPM, almacenamiento. Manejo de Sistema Operativo |
| Recepción y Reservas | Coordinador de Recepción y Reservas | Habilidades para manejo de personal, capacidad de liderazgo, conocer el funcionamiento del departamento de Recepción y de ama llaves, criterio para tomar decisiones, habilidades para organizar, conocimiento de contabilidad, planeación, dirección, supervisión, control y servicio al cliente, Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad, Manejo Sistema Operativo. Criterio para tomar decisiones, habilidades para organizar, planear, dirigir, supervisar y controlar. |
| Recepción y Reservas | Recepcionista | Habilidades en el buen funcionamiento de la operación cumpliendo con los manuales de funciones y procedimientos establecidos por la organización. Conocimiento de Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad, Manejo Sistema Operativo, Manejo de Valores. |
| Recepción y Reservas | Auditor Nocturno | Habilidades en el buen funcionamiento de la operación cumpliendo con los manuales de funciones y procedimientos establecidos por la organización. Conocimiento de Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad, Manejo Sistema Operativo, Manejo de Valores. |
| Ama de Llaves | Coordinador de Habitaciones | Habilidades para manejo del personal, capacidad de liderazgo, conocimientos en manejo de compras e inventarios, de contabilidad, textiles, decoración y jardinería, funcionamiento del departamento de Ama de Llaves, Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad, Manejo Sistema Operativo, criterio para tomar decisiones, habilidades para organizar, planear, dirigir, supervisar y controlar. |
| Ama de Llaves | Supervisor de piso y áreas públicas | Conocimientos en manejo de compras e inventarios, textiles, decoración y jardinería, funcionamiento del departamento de Ama de Llaves, Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad, Manejo Sistema Operativo, criterio para tomar decisiones, habilidades para organizar, planear, dirigir, supervisar y controlar. |
| Ama de Llaves | Camarera | Conocimiento trabajo en equipo, orientación al servicio, comunicación asertiva, servicio al cliente, manejo de Protocolos de Bioseguridad |
| Ama de Llaves | Auxiliar de Áreas Públicas | Conocimiento trabajo en equipo, orientación al servicio, comunicación asertiva, servicio al cliente, manejo de Protocolos de Bioseguridad |
| Ama de Llaves | Lencero | Conocimiento trabajo en equipo, orientación al servicio, comunicación asertiva, servicio al cliente, conocimiento manejo de textiles, inventarios, suministros de aseo, manejo de Protocolos de Bioseguridad, aseo de áreas públicas |
| Mantenimiento | Coordinador de mantenimiento | Habilidades para manejo del personal, capacidad de liderazgo, conocimientos en manejo de compras e inventarios, de contabilidad y jardinería, funcionamiento del establecimiento de alojamiento y hospedaje, redes hidráulicas, eléctricas, de comunicación, entre otras. Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad, Manejo Sistema Operativo, criterio para tomar decisiones, habilidades para organizar, planear, dirigir, supervisar y controlar. |
| Mantenimiento | Auxiliar de mantenimiento | Conocimiento trabajo en equipo, orientación al servicio, comunicación asertiva, servicio al cliente, manejo de Protocolos de Bioseguridad. Conocimientos básicos en pintura, plomería, electricidad, carpintería, entre otros. |
| Seguridad | Coordinador de Seguridad | Habilidades para manejo del personal, capacidad de liderazgo, conocimiento del funcionamiento del establecimiento de alojamiento y hospedaje. Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad, Manejo Sistema Operativo, criterio para tomar decisiones, habilidades para organizar, planear, dirigir, supervisar y controlar. |
| Seguridad | Auxiliar de Seguridad | Conocimiento trabajo en equipo, orientación al servicio, comunicación asertiva, servicio al cliente, manejo de Protocolos de Bioseguridad y de seguridad. |
|  |  |  |  |
| Restaurante | Cocina | Chef ejecutivo | Formación culinaria. Amplia experiencia en la cocina, incluyendo la preparación de una variedad de platos y estilos de cocina. Habilidades de gestión sólidas para liderar y motivar al equipo de cocina, programar turnos de trabajo, gestionar presupuestos y controlar costos e inventarios. dominio de las Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad. Debe entender las necesidades y expectativas de los clientes y crear experiencias culinarias que satisfagan sus deseos, debe ser adaptable y estar dispuesto a ajustarse a nuevas tendencias y desafíos. |
| Cocina | Sous chef | Formación culinaria. Amplia experiencia en la cocina, incluyendo la preparación de una variedad de platos y estilos de cocina. Habilidades de gestión sólidas para liderar y motivar al equipo de cocina, programar turnos de trabajo, gestionar presupuestos y controlar costos. Dominio de las Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad. Debe entender las necesidades y expectativas de los clientes y crear experiencias culinarias que satisfagan sus deseos, debe ser adaptable y estar dispuesto a ajustarse a nuevas tendencias y desafíos. |
| Cocina | Jefe de Cocina | Experiencia práctica en un entorno de cocina profesional. Conocimientos sólidos de las técnicas culinarias y de los ingredientes. Habilidades de trabajo bajo presión. Actitud positiva y profesional. Dominio de las Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad. |
| Cocina | Ayudantes de cocina | Experiencia práctica en un entorno de cocina profesional. Conocimientos básicos de las técnicas culinarias y de los ingredientes. Habilidades de trabajo en equipo. Capacidad para trabajar bajo presión. Actitud positiva y profesional. Dominio de las Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad. |
| Cocina | Steward | Conocimientos básicos de las técnicas culinarias y de los ingredientes. Habilidades de trabajo en equipo. Capacidad para trabajar bajo presión. Actitud positiva y profesional. Dominio de las Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad. |
| Mesa | Maître d'Hotel/Host | Habilidades de comunicación y atención al cliente. Habilidades organizativas y de gestión. Habilidades de liderazgo. Capacidad para trabajar bajo presión. experiencia en Gestión de restaurantes, servicio al cliente, protocolo y etiqueta, vinos y licores, gestión de eventos. Dominio de las Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad. |
| Mesa | Capitan de Servicio | Experiencia en funciones apoyar el servicio de la mesa, asesorar a los clientes para garantizar una experiencia positiva en el restaurante. |
| Mesa | Camareros | Experiencia en funciones apoyar el servicio de la mesa, asesorar a los clientes para garantizar una experiencia positiva en el restaurante e incrementar las ventas. |
| Mesa | Sommelier | Conocimientos enológicos. Experto en vinos, variedades, regiones y estilos, así como sus características organolépticas. Habilidades de comunicación y atención al cliente. Habilidades organizativas y de gestión. Habilidades de trabajo en equipo. Capacidad para trabajar bajo presión. Actitud positiva y profesional. |
| Bar | Bartender | Formación formal en hotelería o gastronomía. Habilidades técnicas de preparación de bebidas, en comunicación y atención al cliente, organizativas y de gestión, y de trabajo en equipo. Conocimiento en gestión de inventarios. Dominio de las Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad. |
| Bar | Ayudantes de Bar | Conocimientos básicos de las técnicas de bar y conexas. Habilidades de trabajo en equipo. Capacidad para trabajar bajo presión. Actitud positiva y profesional. Dominio de las Normas Técnicas Colombianas (NTC) y Protocolos de Bioseguridad. |

## Evaluación del impacto ambiental

En general, se consideraba hasta el año 2000, que la actividad hotelera, es la “industria sin chimeneas”, lo que significaba que su contribución a la contaminación del medio ambiente era nula, o por lo menos muy escasa, sin embargo, con los años se comenzó a general mediante las Normas Técnicas de Turismo (NTS) una nueva cultura que incluye los aspectos de la sostenibilidad en el turismo.

Desde 2005, las primeras Normas Sectoriales de Turismo (NTS), propuestas por el Viceministerio y en cuya construcción participaron, todos los actores de la cadena de valor del turismo y que fueron mejoradas en el 2014, denominándose Norma Técnicas Sectoriales Colombianas de Turismo Sostenible (NTS-TS) incluyendo la parte de la sostenibilidad que cada prestador de servicios turísticos debe tener en cuenta para la prestación de sus servicios, con esto tanto el Estado como los prestadores de servicios turísticos garantizan que los servicios que se prestan, son de alta calidad y sobre todo que son sostenibles, con lo cual se deben tener en cuenta e integrar en la operación de todos los negocios turísticos los aspectos socioculturales, medioambientales y económicos.

Para el caso de los Hoteles, la Norma Técnica que le corresponde en la NTS-TS 002 correspondiente a los Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje del 2014.

Así mismo, el Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo sostenible, creó en el 2005 el Sello Ambiental Colombiano, en el marco del Plan Nacional Estratégico de Mercados Verdes, cuyo objetivo fue consolidar la producción de bienes ambientalmente sostenibles e incrementar la oferta de servicios ecológicos competitivos en los mercados nacionales e internacionales, mediante la Resolución 1555 de 2005 expedida conjuntamente con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

De acuerdo con el Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo sostenible (2005), Esta etiqueta ecológica consiste en un distintivo o sello que se obtiene de forma voluntaria, otorgado por una institución independiente denominada «organismo de certificación» (debidamente acreditada por el Organismo Nacional de Acreditación (ONAC) y autorizado por la Autoridad de Licencias Ambientales (ANLA) y que puede portar un bien o un servicio que cumpla con unos requisitos preestablecidos para su categoría.

Tal es la cultura de sostenibilidad que han adquirido los prestadores de servicios turísticos (PST), que hoy existen muchos hoteles con el Sello Verde Ambiental, sin que sea una obligación sino de forma voluntaria, por ejemplo: el Hotel Puerta del Sol, en Barranquilla, por lograr un uso eficiente y racional del agua, la energía, los productos químicos, y por el buen manejo de residuos sólidos, se convirtió en la primera entidad hotelera en conseguir la De acuerdo con la Redacción de El Tiempo (2008).

El Hotel Puerta del Sol, pasó por un estricto proceso de pruebas pues solo de esa forma los potenciales hoteles pueden hacerse acreedores a la Certificación Ambiental, bajo la Norma NTC 5133. La obtención de este sello hace más competitivo al hotel a nivel internacional principalmente.

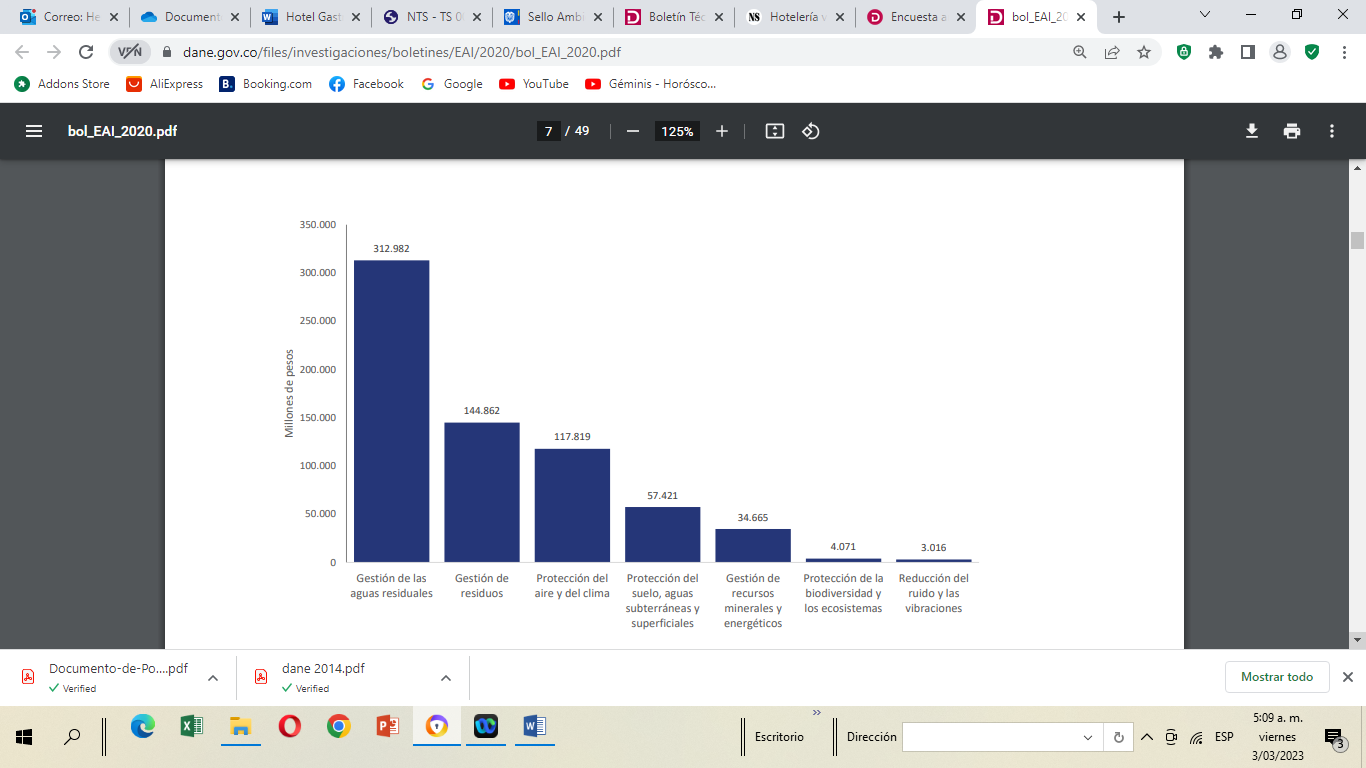
Para el año 2011, los Hoteles Estelar Milla De Oro, Estelar Blue y Estelar Apartamentos Medellín, obtuvieron la certificación Sello Ambiental Colombiano, bajo la norma NTC 5133, que es muy exigente, en cuanto al manejo del agua y su pertinente reutilización, el ahorro de energía a través de iluminación natural y ventilación, gimnasios con máquinas generadoras de energía, iluminación con paneles solares, entre otros, el manejo de residuos sólidos, e infraestructuras construidas a base de material reciclable, son la propuesta auténtica con que los hoteles sostenibles buscan no solo agradar al huésped, sino hacer eco en el factor climático.

Para 2017, ya se contaba con 950 hoteles con sello verde a lo largo del país, según el presidente de la Asociación Hotelera de Colombia, Dr. Gustavo Toro, afirmó que en el país hay un registro de 950 hoteles de este tipo:

“Cotelco tiene 22 capítulos regionales y en esos capítulos están nuestros hoteles, tenemos prácticamente presencia en todo el territorio nacional, menos en los antiguos territorios nacionales: Vichada, Vaupés, Guainía, Guaviare, Putumayo ni Amazonas, pero prácticamente en todos los demás departamentos” El País (2017).

De acuerdo con lo anterior, en todo el país existen hoteles con una marcada tendencia hacia la sostenibilidad y el medio ambiente, sin embargo, hay mucho camino por recorrer, porque, por ejemplo, en todo el país se sufre de males ambientales, ya sea por el mal manejo de los residuos, por la falta de organización con los temas energéticos y el mal manejo de las aguas.

De acuerdo con el DANE (2020)), los gastos en protección y conservación del ambiente realizado por los establecimientos industriales según categoría de gestión y protección ambiental (millones de pesos corrientes) Total Nacional.



Fuente: DANE (2020)

En el caso que ocupa este proyecto, la ciudad de Cartagena ha tenido históricamente muchos problemas medioambientales serios: los escombros, que casi nunca tiene una disposición final definida los carretilleros que los llevan de un lugar a otro, ya que son los residuos de las construcciones, los manipulan sin control alguno, por lo cual estos escombros van a parar a los canales pluviales y a los cuerpos de agua, que en época invernan se taponan ocasionando taponamientos. Son problemas que ya están focalizados en El Campestre, Torices, avenida El Lago, avenida Pedro de Heredia y Bazurto.

El ruido, la contaminación auditiva y el ruido ambiental hacen que Cartagena pierda el brillo por la alegría de su gente, la temperatura y el ruido que hacen pitos de busetas, taxis, autos y los gritos de los comerciantes ofreciendo sus productos son altamente estresantes.

Los malos olores que se producen por cuenta de problemáticas relacionadas lugares importantes como La Ciénaga de Las Quintas es un cuerpo de agua importante para la ciudad, allí llegan embarcaciones pesqueras que traen víveres e insumos de otros países, también el indigente que no tiene lugar para hacer sus necesidades básicas, basuras que provienen de diferentes sectores y unsin fin de residuos que consumen las aves y otras especies acuáticas que se valen de este humedal. Pese a los esfuerzos realizados por Cardique y otras organizaciones, el mal no desaparece, el olor sigue intacto, fresco y con el viento y las altas temperaturas se expande.

Cartagena con su título de Patrimonio Histórico y Cultura de la Humanidad, no ha logrado superar estos inconvenientes, que requieren de presupuesto, capacitación de ciudadanos y comunidad general porque cada problema tiene una solución, por ejemplo:

* Establecer estrategias para el manejo integral de los residuos provenientes de la [construcción](https://caracol.com.co/tag/construccion/a/)**,** demolición yexcavación**.** Definir puntos de recolección en la ciudad, diseñar y construir plantas de transferencia y aprovechamiento de residuos de construcción y demolición (RCD9. Por tanto, se debenconvertir en centros de recepción de residuos urbanos ubicados en el entorno de las poblaciones, para permitir la descarga de carretilleros y camiones de forma adecuada.
* El modelo de ciudad debe incluir para minimizar la contaminación por ruido, incentivar el uso de bicicletas por parte de los ciudadanos, aumentar el ciclo ruta y promover una cultura de aprovechamiento de los espacios verdes, sin deteriorarlos, se hará una buena campaña de disminución de este tipo de contaminación.
* En el caso de los malos olores se requieren dos cosas de suma importancia, por un lado, capacitación de concientización y sensibilización sobre el manejo de residuos en las aguas por parte de los ciudadanos y las empresas, no se puede olvidar el impacto negativo que produce la zona industrial de Mamonal a la Ciénaga, por otro lado, que cada ciudadano se comprometa a no contaminas, tirar basuras y obstruir la aguas.

Todo lo descrito hasta el momento permite inferir que el turismo y el hotelería no son la industria sin chimeneas, por todos los problemas ambientales que confluyen en Cartagena.

Es importante indicar, que tema ambiental y de sostenibilidad siempre ha estado inmerso en las preocupaciones del sector turístico desde la misma aparición de la Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996, que estipuló que se debían crear normas que propendieron para la sostenibilidad turística y el cuidado del medio ambiente, así las cosas, es hasta el año 2005 que aparecen las primeras NTS, norma específica los requisitos ambientales, socioculturales y económicos, y de gestión para la sostenibilidad aplicable a los Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje (EAH)

Para construir una matriz de riesgo en el contexto de la evaluación del impacto ambiental en un hotel boutique escuela, es necesario identificar los riesgos potenciales asociados a la gestión ambiental y la sostenibilidad en la operación del hotel. Aquí tienes una matriz de riesgo que puedes utilizar como punto de partida:

Esta matriz de riesgo proporciona una base para evaluar los riesgos ambientales asociados con la operación del hotel boutique escuela y ayuda a identificar las áreas en las que se deben tomar medidas de mitigación. Cada riesgo se evalúa en términos de probabilidad y severidad, y se asigna un nivel de riesgo. Luego, se proponen medidas de mitigación para reducir el impacto potencial de cada riesgo.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Riesgo** | **Descripción del Riesgo** | **Impacto Potencial** | **Probabilidad** | **Severidad** | **Nivel de Riesgo** | **Medidas de Mitigación** |
| Cambios en la Normativa | Cambios en las regulaciones ambientales pueden afectar la operación | Pérdida de Certificaciones | Media | Alta | Alto | Mantenerse actualizado con las regulaciones y ajustar operaciones en consecuencia. |
| Contaminación Acústica | Ruido y contaminación auditiva debido al tráfico y actividades | Molestias a Huéspedes | Alta | Media | Medio | Implementar medidas de aislamiento acústico y promover un ambiente silencioso en áreas comunes. |
| Gestión de Residuos | Inadecuada gestión de residuos sólidos y líquidos | Contaminación del Entorno | Media | Alta | Alto | Establecer un sistema de gestión de residuos eficiente y promover la segregación y reciclaje. |
| Consumo Ineficiente | Uso ineficiente de recursos como agua y energía | Aumento de Costos | Media | Alta | Alto | Implementar tecnologías de eficiencia energética y promover la conservación de recursos entre el personal. |
| Contaminación de Aguas | Vertidos de aguas residuales contaminadas | Daño Ambiental | Baja | Alta | Medio | Instalar sistemas de tratamiento de aguas residuales y realizar monitoreo regular. |
| Cambio Climático | Vulnerabilidad a eventos climáticos extremos | Daño a la Infraestructura | Baja | Alta | Medio | Evaluar riesgos climáticos y diseñar la infraestructura para resistir eventos extremos |

Es importante destacar que la gestión ambiental y la sostenibilidad son aspectos fundamentales en la operación de un hotel boutique escuela, y es esencial mantenerse al día con las regulaciones ambientales y adoptar prácticas sostenibles para proteger el entorno y garantizar la calidad de la experiencia para los huéspedes.

# Capítulo 4. Estudio financiero del proyecto

## Presupuesto de inversión

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Resumen Inversión** | **Valores 2023 - Hotel boutique** | % |
| Adecuaciones arquitectónicas, obra civil Diseño de interiores y decoración\* | $ 4.301.417.549,81 | 92,05% |
| Colchones y lencería cama | $ 51.775.736,49 | 1,11% |
| Maquinaria y equipo restaurante y cocina | $ 148.205.199,00 | 3,17% |
| Equipos de cómputo y oficina | $ 55.195.970,00 | 1,18% |
| Muebles y enseres | $ 51.679.000,00 | 1,11% |
| Total estimado mobiliario restaurante | $ 47.026.280,00 | 1,01% |
| Imprevistos | $ 17.694.109,27 | 0,38% |
| **Total estimado inversión** | **$ 4.672.993.844,57** | **100,00%** |

\*Estimado

## Proyección de ingresos

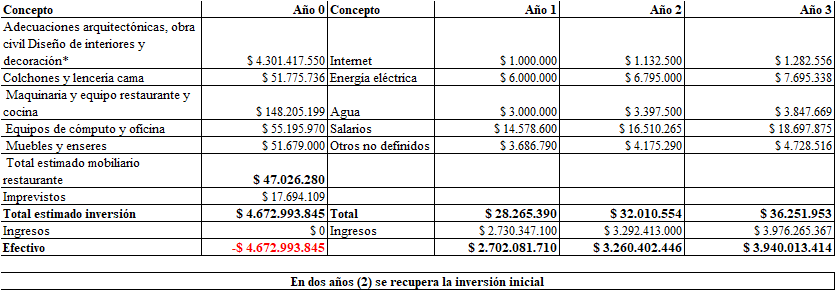
Los ingresos se proyectan con TRM a junio 2024 de $4.800

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Años y meses** | **hasta 50 habitaciones** | **Tasa de adopción esperada** | **Porcentaje ocupación esperado** | **Personas por habitación esperado** | **Promedio personas alojadas por noche.** | **Noches ocupación.** | **Tarifa a aplicar** | **Ingresos esperados mes.** | **Total año** |
| Año 1 | Enero | 40,08% | 50,00% | 20,04% | 0,3 | 7 | 31 | $ 1.518.000 | $ 329.406.000 |  |
| Febrero | 32,88% | 50,90% | 16,73% | 0,3 | 6 | 28 | $ 1.298.784 | $ 218.195.712 |  |
| Marzo | 43,33% | 51,82% | 22,45% | 0,3 | 7 | 31 | $ 1.448.448 | $ 314.313.216 |  |
| Abril | 33,97% | 52,75% | 17,92% | 0,3 | 6 | 30 | $ 1.471.104 | $ 264.798.720 |  |
| Mayo | 33,46% | 53,70% | 17,97% | 0,3 | 6 | 31 | $ 1.378.944 | $ 256.483.584 |  |
| Junio | 39,20% | 54,66% | 21,43% | 0,3 | 7 | 30 | $ 1.460.160 | $ 306.633.600 |  |
| Julio | 38,89% | 55,65% | 21,64% | 0,3 | 7 | 31 | $ 1.483.632 | $ 321.948.144 |  |
| Agosto | 40,65% | 56,65% | 23,03% | 0,3 | 7 | 31 | $ 1.416.912 | $ 307.469.904 |  |
| Septiembre | 52,55% | 57,67% | 30,31% | 0,3 | 10 | 30 | $ 1.502.592 | $ 450.777.600 |  |
| Octubre | 47,28% | 58,71% | 27,76% | 0,3 | 9 | 31 | $ 1.461.120 | $ 407.652.480 |  |
| Noviembre | 39,15% | 59,77% | 23,40% | 0,3 | 8 | 30 | $ 1.454.064 | $ 348.975.360 |  |
| Diciembre | 40,58% | 60,84% | 24,69% | 0,3 | 8 | 31 | $ 1.633.248 | $ 405.045.504 | $ 3.931.699.824,00 |
| Año 2 | Enero | 40,08% | 61,94% | 24,83% | 0,3 | 8 | 31 | $ 1.518.000 | $ 376.464.000 |  |
| Febrero | 32,88% | 63,05% | 20,73% | 0,3 | 7 | 28 | $ 1.298.784 | $ 254.561.664 |  |
| Marzo | 43,34% | 64,19% | 27,82% | 0,3 | 9 | 31 | $ 1.448.448 | $ 404.116.992 |  |
| Abril | 33,98% | 65,34% | 22,20% | 0,3 | 7 | 30 | $ 1.471.104 | $ 308.931.840 |  |
| Mayo | 33,47% | 66,52% | 22,27% | 0,3 | 7 | 31 | $ 1.378.944 | $ 299.230.848 |  |
| Junio | 39,23% | 67,71% | 26,57% | 0,3 | 8 | 30 | $ 1.460.160 | $ 350.438.400 |  |
| Julio | 38,92% | 68,93% | 26,83% | 0,3 | 9 | 31 | $ 1.483.632 | $ 413.933.328 |  |
| Agosto | 40,68% | 70,17% | 28,55% | 0,3 | 9 | 31 | $ 1.416.912 | $ 395.318.448 |  |
| Septiembre | 52,60% | 71,44% | 37,58% | 0,3 | 12 | 30 | $ 1.502.592 | $ 540.933.120 |  |
| Octubre | 47,31% | 72,72% | 34,40% | 0,3 | 11 | 31 | $ 1.461.120 | $ 498.241.920 |  |
| Noviembre | 39,17% | 74,03% | 29,00% | 0,3 | 9 | 30 | $ 1.454.064 | $ 392.597.280 |  |
| Diciembre | 40,60% | 75,36% | 30,60% | 0,3 | 10 | 31 | $ 1.633.248 | $ 506.306.880 | $ 4.741.074.720,00 |
| Año 3 | Enero | 40,11% | 76,72% | 30,77% | 0,3 | 10 | 31 | $ 1.518.000 | $ 470.580.000 |  |
| Febrero | 32,90% | 78,10% | 25,70% | 0,3 | 8 | 28 | $ 1.298.784 | $ 290.927.616 |  |
| Marzo | 43,38% | 79,51% | 34,49% | 0,3 | 11 | 31 | $ 1.448.448 | $ 493.920.768 |  |
| Abril | 34,01% | 80,94% | 27,53% | 0,3 | 9 | 30 | $ 1.471.104 | $ 397.198.080 |  |
| Mayo | 33,50% | 82,40% | 27,61% | 0,3 | 9 | 31 | $ 1.378.944 | $ 384.725.376 |  |
| Junio | 39,27% | 83,88% | 32,94% | 0,3 | 10 | 30 | $ 1.460.160 | $ 438.048.000 |  |
| Julio | 38,96% | 85,39% | 33,27% | 0,3 | 10 | 31 | $ 1.483.632 | $ 459.925.920 |  |
| Agosto | 40,73% | 86,93% | 35,40% | 0,3 | 11 | 31 | $ 1.416.912 | $ 483.166.992 |  |
| Septiembre | 52,66% | 88,49% | 46,60% | 0,3 | 14 | 30 | $ 1.502.592 | $ 631.088.640 |  |
| Octubre | 47,35% | 90,08% | 42,66% | 0,3 | 13 | 31 | $ 1.461.120 | $ 588.831.360 |  |
| Noviembre | 39,20% | 91,71% | 35,95% | 0,3 | 11 | 30 | $ 1.454.064 | $ 479.841.120 |  |
| Diciembre | 40,64% | 93,36% | 37,94% | 0,3 | 12 | 31 | $ 1.633.248 | $ 607.568.256 | $ 5.725.822.128,00 |

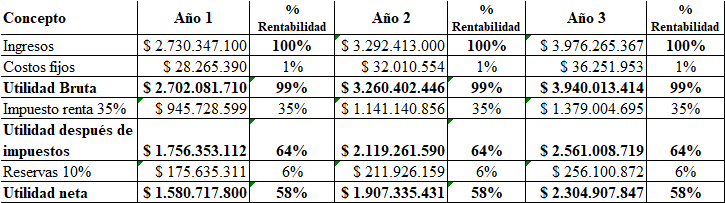
## Proyección de gastos

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ítem** | **AÑO 1** | **AÑO 2 (Incremento estimado IPC)** | **AÑO 3**  **(Incremento estimado IPC)** | **%** |
| Internet | $ 1.000.000,00 | $ 1.132.500,00 | $ 1.282.556,25 | 4% |
| Energía eléctrica | $ 6.000.000,00 | $ 6.795.000,00 | $ 7.695.337,50 | 21% |
| Agua | $ 3.000.000,00 | $ 3.397.500,00 | $ 3.847.668,75 | 11% |
| Salarios | $ 14.578.600,00 | $ 16.510.264,50 | $ 18.697.874,55 | 52% |
| Otros no definidos | $ 3.686.790,00 | $ 4.175.289,68 | $ 4.728.515,56 | 13% |
| **Total** | **$ 28.265.390,00** | **$ 32.010.554,18** | **$ 36.251.952,60** | **100%** |

## Flujo de caja



## Análisis de rentabilidad



# Capítulo 5. Evaluación del proyecto

## Evaluación de la factibilidad técnica

La FULL, comprometida con la generación de talento humano que propicie impactos positivos en las comunidades en las que actúa y que promueva el desarrollo del país, y en concordancia con lo dispuesto por el Decreto 1330 de 2019, Decreto Único Reglamentario del Sector Educación y dadas las condiciones para establecer como necesidad la orientación del desarrollo de organizaciones pertenecientes al sector económico del turismo para la costa caribe colombiana y para el país en general, se compromete con la formación en el medio hotelero y turístico del país, teniendo como base principios y valores pedagógicos en cuanto a la prestación de servicios de alta calidad.

El Proyecto Educativo Institucional Libertador – PEIL (2018), demuestra el compromiso institucional con la Región Caribe al señalar que “Para la Fundación Universitaria Los Libertadores es esencial contribuir al proceso de regionalización de la educación superior, especialmente en el Caribe colombiano. Es la razón de su presencia en la ciudad de Cartagena, Distrito Cultural y Turístico - D T y C, con un proyecto que aporta al desarrollo educativo, cultural, social y económico de la región”.

Durante los últimos 40 años, la FULL se reconoce en diferentes esferas del sector turismo como una institución que forma tecnólogos y profesionales con los más altos estándares de calidad, a través de la apertura de programas orientados a la formación en dicha ciencia, siempre aplicando las normas y directrices que se plantean desde los entes que organizan y regulan tanto la educación como el turismo en Colombia, por lo que procura el desarrollo de las mejores prácticas que promuevan un adiestramiento sobresaliente para la formación de talento humano del país.

La sede de la FULL en Cartagena, reúne los elementos que permiten dar respuesta a la experiencia que busca el Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022 “por un turismo que construye país”, en consonancia con el Plan Regional de Competitividad Cartagena y Bolívar 2008 – 2032, el PEIL 2018 y el reglamento estudiantil en su capítulo XI, dan cuenta de la necesidad de desarrollar el proyecto Hotel escuela de la FULL.

## Evaluación de la factibilidad económica (Mayerli)

## Evaluación de la factibilidad social (Germán)

## Evaluación del riesgo (Hermelinda)

## Evaluación del impacto ambiental (Melva)

## Evaluación del cronograma (Hermelinda)

Conclusiones y recomendaciones para inversionistas

# Consideraciones de Marketing

## Precio.

### Mix de precio.

Considerando que la competencia en el sector hotelero en Cartagena es alta, la tarifa media se estima en 300 dólares por noche. El hotel podría ofrecer descuentos y ofertas especiales para atraer a nuevos clientes, como un 20% de descuento para estancias de 3 o más noches o un 10% de descuento para reservas realizadas con antelación. La política de cancelación del hotel podría ser flexible, permitiendo a los clientes cancelar su reserva sin penalización hasta 24 horas antes de la fecha de llegada.

La tarifa por aplicar dependerá de la temporada. En tal sentido en los meses de temporada alta la tarifa se incrementará y viceversa así:

|  |  |
| --- | --- |
| **Años y meses** | **Tarifa por aplicar** |
| Enero | USD 316,25 |
| Febrero | USD 270,58 |
| Marzo | USD 301,76 |
| Abril | USD 306,48 |
| Mayo | USD 287,28 |
| Junio | USD 304,2 |
| Julio | USD 309,09 |
| Agosto | USD 295,19 |
| Septiembre | USD 313,04 |
| Octubre | USD 304,4 |
| Noviembre | USD 302,93 |
| Diciembre | USD 340,26 |

Las proyecciones financieras se corren con una TRM media de $4.800 por dólar.

En relación con el servicio de Mesa & Bar, la determinación del precio tiene una mayor variación en cada uno de sus Menús. No obstante, se diferenciará en dos ofertas:

* Oferta huésped
* Oferta visitante.

Los servicios gastronómicos para huésped serán objeto de un descuento del 15% en el valor de la experiencia.

El valor medio del servicio por persona iniciará desde los USD 10; es posible que se encuentren experiencias que superen por persona los USD 250. Los menores valores corresponderán a los momentos del desayuno y se irán incrementando según sea almuerzo - cena y exclusividad del plato. El valor medio del servicio rondará los USD 50,25.

### Estrategia de precios

La estrategia de precios se propone en los siguientes aspectos:

1. Precios Dinámicos: Implementar una estrategia de precios dinámicos que varíe según la temporada alta y baja, los días de la semana y la demanda específica. Durante la temporada alta y los fines de semana, los precios pueden ser más altos, mientras que, en la temporada baja y los días laborables, se pueden ofrecer descuentos especiales para atraer a más huéspedes.

2. Paquetes y Ofertas Especiales: Ofrecer paquetes especiales que incluyan servicios adicionales, como cenas románticas, tratamientos de spa o recorridos turísticos, a precios atractivos. Esto puede atraer a parejas en busca de escapadas románticas y viajeros que buscan una experiencia completa.

3. Descuentos para largas estadías: Implementar descuentos significativos para estancias prolongadas, lo que puede atraer a huéspedes que planean quedarse más tiempo y explorar la ciudad en profundidad.

4. Política de Precios Transparente: Mantener una política de precios transparente y clara en el sitio web del hotel y en todas las plataformas de reserva en línea. Esto genera confianza en los clientes y evita sorpresas desagradables.

5. Descuentos para Grupos y Eventos: Ofrecer tarifas especiales para grupos que reserven varias habitaciones o para eventos especiales, como bodas o conferencias. Esto puede atraer eventos y aumentar la ocupación en el hotel.

6. Programa de Lealtad: Implementar un programa de lealtad que recompense a los huéspedes frecuentes con descuentos exclusivos, noches gratis o mejoras de categoría de habitación. Esto fomenta la fidelización de clientes.

7. Política de Cancelación Flexible: Ofrecer una política de cancelación y no show flexible que brinde a los huéspedes la opción de cambiar sus planes sin penalizaciones, lo que puede aumentar la confianza y las reservas anticipadas.

8. Moneda Local y Divisas Extranjeras: Aceptar pagos en moneda local y divisas extranjeras para acomodar a una clientela internacional y facilitar las transacciones a los huéspedes internacionales.

9. Alianzas Estratégicas: Colaborar con agencias de viajes, empresas locales y plataformas de reservas en línea (OTAs, GDS) para promocionar ofertas y promociones especiales.

10. Evaluación Continua: Realizar un seguimiento constante de la competencia y de la satisfacción del cliente para ajustar los precios según sea necesario y garantizar que el hotel ofrezca un excelente valor por su dinero.

Esta estrategia de precio equilibrada y flexible permitirá al hotel boutique en Cartagena maximizar la ocupación y los ingresos, al tiempo que brinda a los huéspedes una experiencia inolvidable y personalizada. La adaptabilidad a las demandas cambiantes del mercado será clave para el éxito a largo plazo.

## Producto.

### Mix de Producto

En relación con el Producto se tiene que el hotel Casa Libertadora, ofrece:

* Alojamiento de Lujo: Se cuenta con suites de lujo con comodidades de alta calidadcon balcones privados y diseño elegante.
* Restaurante Gourmet: El hotel cuenta con restaurante que ofrece una experiencia gourmet con ingredientes locales frescos. Se destacará la cocina regional e internacional, así mismo se ofrecerán opciones vegetarianas y veganas.
* Wellness: spa y Bienestar: Un spa de lujo y servicios de bienestar, como masajes y tratamientos faciales, pueden ser un diferenciador clave.
* Servicios de Conserjería: Proporcionar servicios de conserjería personalizados para ayudar a los huéspedes a planificar actividades y excursiones locales.
* Eventos y Bodas: Ofrecer instalaciones para eventos y bodas, promoviendo el hotel como un lugar exclusivo para celebraciones especiales.

### Estrategia de Producto.

Dado lo anterior la estrategia de Producto para el hotel y el restaurante se disponen así:

1. Diversidad de Habitaciones Temáticas:  Habitaciones diseñadas y decoradas con temáticas únicas que reflejen la cultura, historia y belleza de Cartagena. Por ejemplo, una habitación inspirada en la historia pirata de la ciudad, otra que refleje la arquitectura colonial, y una tercera con un toque de la vibrante cultura afrocaribeña.

Cada habitación temática debe contar con elementos de diseño exclusivos, obras de arte locales y detalles auténticos que transporten a los huéspedes a una experiencia única.

Ofrecer diferentes niveles de lujo y comodidades, desde suites de lujo con balcones privados con vistas al mar hasta habitaciones estándar con comodidades de alta calidad.

1. Experiencias Gastronómicas Exclusivas: Tener un restaurante gourmet dentro del hotel que sirva platos de la gastronomía local, fusionados con influencias internacionales. Permite ofrecer una experiencia con ingredientes frescos y sabores únicos de la región, así como también organizar noches temáticas en el restaurante, como cenas al aire libre con música en vivo y menús especiales. Así mismo se podrán ofrecer opciones para el desayuno en la habitación y servicio de habitaciones las 24 horas con un menú variado.

1. Servicios de Spa y Bienestar: Contar con un spa de lujo que ofrezca una variedad de tratamientos de relajación y rejuvenecimiento, utilizando productos locales y técnicas tradicionales. Diseñar paquetes de bienestar que incluyan masajes, tratamientos faciales y acceso a áreas de relajación. Proporcionar clases de yoga al aire libre y meditación en la playa para fomentar el bienestar físico y mental.

1. Experiencias Culturales y de Aventura: Colaborar con guías turísticos locales para ofrecer a los huéspedes excursiones culturales y aventuras emocionantes, como recorridos a pie por el casco antiguo, visitas a museos y exploración de las islas circundantes. Proporcionar opciones de alquiler de bicicletas, equipos de snorkel y acceso a deportes náuticos para aquellos que deseen explorar la naturaleza y la costa.

1. Eventos y Bodas Exclusivas: Ofrecer instalaciones de eventos exclusivas para bodas, reuniones de negocios y celebraciones especiales. Estas áreas deben ser versátiles y estar diseñadas para adaptarse a las necesidades específicas de cada cliente. Proporcionar servicios de planificación de eventos personalizados, incluyendo coordinación de bodas y eventos corporativos.

1. Programa de Fidelización y Beneficios para Huéspedes Frecuentes: Implementar un programa de fidelización que recompense a los huéspedes recurrentes con descuentos exclusivos, upgrades de habitaciones y servicios especiales. Brindar a los huéspedes beneficios adicionales, como transporte gratuito desde el aeropuerto, servicios de conserjería las 24 horas y detalles de bienvenida personalizados.

Esta estrategia de producto se basa en ofrecer a los huéspedes una experiencia inolvidable, auténtica y única que refleje la belleza y la cultura de Cartagena. El objetivo es superar las expectativas de los clientes y convertir su estancia en una experiencia excepcional.

## Plaza.

### Mix de Plaza.

El hotel Boutique y su restaurante, se ubican en la “Calle de las Damas”, esto permite que el mix de plaza responda a:

* Ubicación Estratégica: Elegir una ubicación céntrica en Cartagena que sea accesible para los principales lugares de interés, playas y el casco antiguo.
* Asociación con Plataformas de Reservas: Listar el hotel en sitios web de reservas y plataformas de viajes para ampliar su alcance.
* Sitio Web y Reservas en Línea: Tener un sitio web atractivo y fácil de usar con la capacidad de reservar habitaciones en línea.

### Estrategia de Plaza.

Un hotel boutique en Cartagena que se ubique en la Calle de las Damas, una de las ubicaciones más emblemáticas de la ciudad, la estrategia de plaza debe enfocarse en maximizar la visibilidad y el acceso para atraer a un flujo constante de huéspedes. En tal sentido la propuesta de estrategia de Plaza se orienta en:

1. Ubicación Estratégica: Dado que el hotel está ubicado en la Calle de las Damas, una de las áreas más turísticas de Cartagena, la ubicación por sí sola es una ventaja. Por tanto, esta es una ubicación única para atraer a turistas que exploran el casco antiguo de la ciudad.

2. Presencia en Plataformas de Reserva: Las plataformas de reservas en línea ampliamente utilizadas, como Booking.com, Expedia, Airbnb y otros, que se vinculen con el hotel, garantizan que el hotel sea visible para viajeros de todo el mundo.

3. Sitio Web Profesional: Diseñar un sitio web profesional y atractivo que incluya fotografías de alta calidad del hotel y sus alrededores, esto no solo mejorará la visibilidad del hotel y sus servicios, sino que facilita la reserva en línea y brinda información detallada sobre las comodidades y servicios ofertados.

1. Presencia en Redes Sociales: Crear y mantener perfiles activos en redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter. Compartir contenido visualmente atractivo relacionado con el hotel y promociona ofertas especiales.

La estrategia de plaza se centrar en aprovechar al máximo la ubicación privilegiada del hotel en la Calle de las Damas y en ofrecer una experiencia excepcional a los huéspedes. La visibilidad en línea, las colaboraciones locales y la atención al cliente serán fundamentales para el éxito en este entorno competitivo pero emocionante.

## Promoción.

### Mix de Promoción.

Para el mix de promoción, se propone un conjunto de actividades que permitan lograr una mayor visibilidad global, contribuir a la construcción de la reputación e imagen del hotel, atraer y retener clientes con contenido relevante, incrementar la retención de clientes al recompensar a los huéspedes recurrentes y mejorar la experiencia del huésped al ofrecer paquetes exclusivos en colaboración con negocios locales, por tanto, el mix se orienta a:

* Marketing Digital: Utilizar el marketing en línea, como publicidad en redes sociales, Google Ads y campañas por correo electrónico, para llegar a audiencias globales.
* Relaciones Públicas: Colaborar con influenciadores locales y nacionales para promocionar el hotel.
* Marketing de Contenidos: Crear contenido atractivo en forma de blogs, videos y fotos de alta calidad que muestren las experiencias únicas que ofrece el hotel.
* Programa de Fidelización: Implementar un programa de fidelización para recompensar a los huéspedes recurrentes.
* Alianzas Estratégicas: Colaborar con restaurantes locales, tiendas de lujo y proveedores de actividades para ofrecer paquetes exclusivos.

### Estrategia Promoción.

Para promocionar el spin off, se requiere aprovechar todas las oportunidades disponibles en marketing digital, relaciones públicas, marketing de contenidos, programas de fidelización y alianzas estratégicas, por lo tanto, es necesario adelantar el siguiente conjunto de estrategias:

1. Marketing Digital:
2. Publicidad en Redes Sociales: Diseñar anuncios atractivos y segmentados en plataformas como Facebook e Instagram para promocionar ofertas especiales de alojamiento y cenas gourmet, utilizando imágenes de alta calidad para mostrar la experiencia culinaria.
3. Google Ads: Implementar campañas de Google Ads orientadas a palabras clave relevantes como "hotel boutique en Casa Libertadora en Cartagena" o "cena gourmet en Casa Libertadora Cartagena". Asegurado destacar la calidad culinaria del restaurante.
4. Campañas por Correo Electrónico: Desarrollar una estrategia de correo electrónico para informar a los huéspedes sobre eventos culinarios especiales, menús degustación y promociones exclusivas. Segmentar la lista de correo para ofrecer contenido relevante.

1. Relaciones Públicas: Adelantar colaboración con Influenciadores para lo cual se requiere identificar influenciadores locales y nacionales que tengan un interés genuino en la gastronomía y la hotelería, invitándolos a experiencias culinarias exclusivas y pide reseñas y publicaciones en sus redes sociales y blogs.

1. Marketing de Contenidos:
2. Blogs Gastronómicos: Crear un blog en el sitio web del hotel que se centre en la gastronomía local, las tendencias culinarias y entrevistas con el chef. Proporcionar información valiosa y atrae a amantes de la comida.
3. Contenido Visual de Alta Calidad: Compartir fotos y videos de los platos excepcionales del restaurante y la ambientación elegante del hotel en tus redes sociales y sitio web.

1. Programa de Fidelización: Generar un sistema de recompensas para Comensales Frecuentes, por lo que es necesario implementar un programa de fidelización que premie a este tipo0 de clientes, con descuentos en futuras cenas o experiencias culinarias exclusivas. Esto incentivará la lealtad de los clientes, sobre todo para el caso del restaurante de uso no huésped.

1. Paquetes Gastronómicos en alianza: Colaborar con restaurantes locales, tiendas de vinos y proveedores de productos gourmet para crear paquetes exclusivos que incluyan cenas gourmet y degustaciones. Estos se promocionan en los diferentes medios de divulgación.

1. Eventos Especiales, Degustaciones y festivales gastronómicos: Organizar eventos gastronómicos especiales, como noches de degustación de vinos, cenas temáticas o clases de cocina con el chef ejecutivo.

1. Análisis del cliente.
2. El turista nacional

Colombianos de Diversas Regiones: Cartagena atrae a turistas de diferentes regiones de Colombia. Los viajeros nacionales suelen ser de ciudades principales como Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla, pero también provienen de ciudades y pueblos más pequeños. La mayoría de los turistas nacionales proceden de Bogotá, Medellín y Cali.

Los destinos turísticos más populares son el Centro Histórico, las playas y los barrios tradicionales.

Las actividades turísticas más populares son el turismo cultural, el turismo de playa y el turismo gastronómico.

Diversidad de Edades: Los turistas nacionales pueden incluir personas de diversas edades, desde jóvenes que buscan vida nocturna y diversión hasta familias que desean explorar la rica historia y cultura de la ciudad, aunque la mayoría de los turistas se concentran entre los 25 y 50 años.

Turismo Familiar: Cartagena es un destino popular para las familias colombianas debido a su oferta de actividades adecuadas para niños, como playas, museos y recorridos turísticos.

Visitantes de Fin de Semana: Muchos turistas nacionales optan por visitar Cartagena durante los fines de semana largos o festivos, lo que significa que puede haber aumentos significativos en la afluencia en ciertas épocas del año.

Otras consideraciones:

* Ocupación: Empleados, estudiantes y profesionales independientes.
* Motivo de viaje: Vacaciones, recreación y cultura.
* Estadía: Entre 2 y 7 días.
* Gasto: Entre $500.000 y $1.000.000 por persona.

Según un estudio realizado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) en 2023, el gasto promedio de un turista nacional en Cartagena es de entre $500.000 y $1.000.000. Este gasto se distribuye de la siguiente manera:

* Hospedaje: 30%
* Restaurantes: 25%
* Actividades turísticas: 20%
* Transporte: 15%
* Compras: 10%
* Otros: 10%

El estudio también muestra que los turistas nacionales en Cartagena suelen tener una estancia de entre 2 y 7 días.

El gasto promedio de un turista nacional en Cartagena es inferior al de un turista extranjero, que es de $1.364 USD. Esto se debe a que los turistas nacionales suelen visitar Cartagena por motivos de ocio y descanso, y suelen realizar actividades que implican un menor gasto, como el turismo de playa y el turismo de compras.

El gasto promedio de un turista nacional en Cartagena es una cifra importante para la economía de la ciudad. El turismo es una de las principales actividades económicas de Cartagena, genera empleo y divisas para la región.

A continuación, se presentan algunos datos adicionales sobre el gasto de los turistas nacionales en Cartagena:

* Hospedaje: $150.000.
* Restaurantes: $100.000.
* Actividades turísticas: $50.000.
* Transporte: $50.000.
* Compras: $50.000.
* Otros gastos: $50.000.

1. El turista extranjero.

Según (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023) los principales mercados emisores de visitantes a Colombia en 2022, fueron:

* Estados Unidos: 760.000
* Venezuela: 1,4 millones
* Ecuador: 250.000
* Argentina: 200.000
* España: 180.000

El documento concluye que el turismo en Colombia continúa creciendo, impulsado por el aumento de la demanda internacional.

el gasto promedio de un turista extranjero en Cartagena es de $1.364 USD. Este gasto se distribuye de la siguiente manera:

* Hospedaje: 42,7%
* Restaurantes: 12,1%
* Actividades turísticas: 10,7%
* Transporte: 7,9%
* Compras: 7,1%
* Otros: 10,5%

Perfilamiento turistas extranjeros.

* Edad: Entre 25 y 40 años.
* País de origen: Estados Unidos, Venezuela, Ecuador, Argentina y España.
* Motivo de viaje: Vacaciones, recreación y cultura.
* Estadía: Entre 3 y 7 días.
* Gasto: Entre $2.000.000 y $4.000.000 por persona.

1. Perfil del cliente del hotel Boutique escuela “Casa Libertadora”

El perfil de los turistas para el hotel boutique es el siguiente:

* Turistas nacionales y extranjeros. El hotel boutique está abierto a turistas de todos los países.
* Turistas de alto nivel socioeconómico. El hotel boutique ofrece un servicio de lujo y exclusividad, por lo que está dirigido a turistas con un poder adquisitivo elevado.
* Turistas interesados en una experiencia única. El hotel boutique ofrece una experiencia personalizada y exclusiva, por lo que está dirigido a turistas que buscan un alojamiento que no sea un hotel tradicional.

Características demográficas:

* Edad: 25 a 55 años
* Género: Hombres y mujeres
* Estado civil: Solteros, casados, con hijos
* Nivel educativo: Universitario, posgrado
* Ocupación: Empleados, empresarios, profesionales

Características socioeconómicas:

* Ingreso: Alto
* Gasto promedio : $1.500.000 a $2.000.000
* Motivo del viaje: Ocio, descanso, negocios
* Estancia: 3 a 7 días

Características psicográficas:

* Buscan un alojamiento elegante y sofisticado
* Valoran la exclusividad y el servicio personalizado
* Están interesados en la cultura y la historia de Cartagena

El hotel boutique puede atraer a este tipo de turistas ofreciendo una experiencia única que combine alojamiento, gastronomía y cultura. El hotel puede ofrecer habitaciones elegantes y sofisticadas, así como servicios personalizados y exclusivos.

El hotel boutique puede adaptar sus servicios para atraer a este tipo de turistas al ofrecer:

* Habitaciones con vistas espectacular al entorno de la ubicación.
* Organizar visitas guiadas a las atracciones turísticas de Cartagena.
* Ofrecer clases de cocina tradicional colombiana.

Al adaptar sus servicios a las necesidades de este tipo de turistas, el hotel boutique puede aumentar su rentabilidad y contribuir al desarrollo del turismo en Cartagena.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de turistas que podrían ser atraídos por un hotel boutique en Cartagena:

* Parejas en luna de miel
* Empresarios en viaje de negocios
* Turistas extranjeros interesados en la cultura y la historia de Cartagena
* Turistas nacionales que buscan una experiencia de lujo

Estos turistas están dispuestos a pagar un precio más alto por un alojamiento que les ofrezca una experiencia única y exclusiva.

1. **Idea de Negocio.**

La idea de negocio es establecer un Hotel Escuela llamado "Hotel Escuela Los Libertadores" como un spin-off de la Fundación Universitaria Los Libertadores (FULL). Este proyecto tiene como objetivo principal proporcionar a los estudiantes de programas relacionados con la industria hotelera y turística, una plataforma práctica y educativa para su desarrollo profesional. Además, el hotel brindará servicios de hospedaje y gastronomía de alta calidad a los clientes, generando ingresos que ayudarán a mantener y mejorar la operación educativa del hotel.

Descripción del proyecto:

* Establecer actividades de formación intensiva dirigida a los estudiantes de los programas tecnológico y profesional de Administración turística y hotelera, así como otras propias y conexas con la función hotelera tales como gastronomía y cocina.
* Ofrecer programas de capacitación en habilidades prácticas, bilingüismo, y servicio al cliente (servucción).
* Admitir grupos de entre 60 y 70 estudiantes en cada cohorte para crear un ambiente de aprendizaje dinámico.
* Proporcionar opciones de alojamiento y paquetes de viaje para estudiantes fuera de Bogotá.

1. Objetivos del Proyecto

* Establecer un Centro de Formación de Excelencia: Se construirá y equipará un centro de formación de última generación en [Ubicación] que ofrecerá instalaciones de vanguardia para la enseñanza práctica y teórica.
* Ofrecer Programas de Formación Integral: Se implementarán tres programas académicos clave:
* Programa de Gestión Hotelera: Este programa incluirá cursos sobre gestión de hoteles, administración de la hospitalidad, planificación de eventos y servicio al cliente de calidad. Los estudiantes tendrán la oportunidad de realizar prácticas en hoteles de renombre.
* Programa de Gastronomía y Servicios Culinarios: En este programa, los estudiantes aprenderán técnicas culinarias avanzadas, gestión de restaurantes, diseño de menús y experiencias gastronómicas. Las prácticas se llevarán a cabo en restaurantes de alta cocina.
* Programa de Turismo y Excursiones: Los cursos se centrarán en planificación de viajes, destinos turísticos, promoción turística y atención al cliente en el ámbito del turismo. Los estudiantes tendrán oportunidades de prácticas con agencias de viajes y operadores turísticos.

* Fomentar el Bilingüismo: Se promoverá activamente el aprendizaje de un segundo idioma, como el inglés, a lo largo de todos los programas de formación para mejorar la empleabilidad de los estudiantes en el mercado global.
* Establecer Alianzas Estratégicas: Se crearán relaciones y colaboraciones sólidas con actores clave de la industria, incluyendo:
* Hoteles: Acuerdos con hoteles locales para proporcionar instalaciones de formación y oportunidades de prácticas.
* Restaurantes: Asociaciones con restaurantes y establecimientos gastronómicos para enriquecer la experiencia práctica.
* Agencias de Viajes y Destinos Turísticos: Alianzas estratégicas para facilitar prácticas y empleo en la industria del turismo.
* Capacitación Continua: Se ofrecerá capacitación constante a los estudiantes por parte de profesionales de la industria y profesores de la FULL. Esto garantizará que los estudiantes adquieran habilidades y conocimientos actualizados.
* Experiencia para los Huéspedes: El hotel ofrecerá servicios de alta calidad a los huéspedes, incluyendo gastronomía de autor, eventos temáticos, y experiencias culturales. Los estudiantes participarán activamente en la prestación de estos servicios bajo la supervisión de personal calificado.

1. Financiamiento y Recursos

Para llevar a cabo este proyecto, se requiere una combinación de financiamiento y recursos, que incluyen:

Adicionales al capital que la FULL tiene destinado para el proyecto, las demás fuentes de financiación se encuentran en:

* Tarifas de Matrícula y Programas: Los estudiantes pagarán tarifas de matrícula por los programas académicos y las instalaciones.
* Tarifas de habitaciones: Al ser un modelo de negocio basado en el hotel escuela se debe tener en cuenta que las tarifas del hotel subvencionan la operación respecto de los costos de gestión administrativa y operacional.
* Tarifas del servicio de mesa & bar.

1. Evaluación y Medición del Éxito

La evaluación y medición del éxito del proyecto incluirá:

* Seguimiento continuo de la gestión de la Unidad de Negocio.
* Seguimiento continuo del rendimiento académico y la satisfacción de los estudiantes.
* Seguimiento de la tasa de colocación laboral de los graduados en la industria.
* Evaluación de la satisfacción del empleador y la industria con los graduados a través de encuestas y retroalimentación directa.

1. Modelo de Implementación:

Fase 1 – Inicio de operación del hotel boutique escuela y restaurante.

* Activar la gestión de las funciones de las áreas operativas de Alojamiento, y Alimentos y Bebidas.
* Activar las actividades de la gestión administrativa.
* Activar las actividades de la gestión de mercadeo y ventas.
* Activar las actividades de la gestión de calidad.
* Activar las actividades de la gestión de recursos humanos.

Fase 2 - Formación Intensiva para Jóvenes EDTH.

* Identificación de Necesidades: Realizar encuestas y entrevistas para comprender las necesidades y preferencias de aprendizaje de los jóvenes.
* Diseño de Programas: Crear programas de formación intensiva que incluyan módulos de habilidades prácticas, bilingüismo y "servucción".
* Alianzas Educativas: Colaborar con instituciones educativas y expertos en cada campo para diseñar y ofrecer los programas.
* Marketing y Promoción: Utilizar estrategias de marketing digital y eventos locales para promocionar la academia.
* Admisión y Estancia: Gestionar el proceso de admisión y ofrecer opciones de alojamiento para estudiantes fuera de la ciudad.

Fase 3 - Expansión y Desarrollo Profesional.

* Programas de Continuación: Ofrecer programas de desarrollo profesional y cursos avanzados para antiguos estudiantes.
* Colaboración Empresarial: Establecer asociaciones con empresas locales para brindar oportunidades de pasantías y empleo a los graduados.
* Red de Antiguos Estudiantes: Fomentar una comunidad de exalumnos que puedan apoyarse mutuamente en sus carreras.
* Evaluación Continua: Realizar seguimiento del desempeño de los estudiantes y recopilar comentarios para mejorar los programas.

 Fase 4- Facilitación de construcción de Carreras Profesionales: "Conexiones Laborales de Éxito"

Además de la formación académica integral, este proyecto incluirá la creación de un servicio de facilitación de carreras profesionales bajo el lema "Conexiones Laborales de Éxito". Este servicio será una parte esencial de nuestra oferta educativa y estará diseñado para conectar a nuestros graduados con oportunidades de empleo en la industria de hotelería, turismo, servicios gastronómicos y actividades relacionadas.

Esta actividad tiene como objetivo ocupar las vacantes abiertas con las personas más competentes que el mercado puede ofrecer. Además, los profesionales formados en el proceso pueden actuar para el bien de la organización llevando a personas con conocimientos técnicos, que incluso la empresa ni siquiera sabe que las necesitan.

Descripción de "Conexiones Laborales de Éxito":

* Plataforma de Empleo Personalizada: Se desarrollará una plataforma en línea personalizada donde los estudiantes y graduados pueden crear perfiles profesionales y cargar sus currículos.
* Emparejamiento Inteligente: La plataforma utilizará algoritmos avanzados para emparejar automáticamente a los candidatos con oportunidades de empleo relevantes en la industria.
* Asesoramiento Profesional: Ofreceremos asesoramiento individualizado para preparar a los candidatos para entrevistas y ayudarlos a construir carreras sólidas.
* Eventos de Networking: Organizaremos eventos de networking y ferias de empleo exclusivas para conectar a nuestros graduados con empleadores destacados.
* Garantía de Éxito: Nos comprometemos a respaldar a nuestros graduados en su búsqueda de empleo y crecimiento profesional, ofreciendo oportunidades de mejora y actualización constante de habilidades.

1. Elementos Adicionales para Mejorar el Proyecto:

* Tecnología y Plataforma en Línea: Proporcionar recursos en línea para facilitar el aprendizaje y la comunicación entre estudiantes y profesores.
* Mentoría y Orientación Profesional: Ofrecer sesiones de mentoría individual y colectiva para ayudar a los estudiantes a definir sus metas profesionales.
* Eventos y Conferencias: Organizar eventos, conferencias y talleres relacionados con las áreas de formación para ampliar el conocimiento de los estudiantes.
* Certificaciones y Reconocimientos: Buscar oportunidades para que los estudiantes obtengan certificaciones y reconocimientos relevantes para sus campos de estudio.

## Análisis del cliente.

### El turista nacional

Colombianos de Diversas Regiones: Cartagena atrae a turistas de diferentes regiones de Colombia. Los viajeros nacionales suelen ser de ciudades principales como Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla, pero también provienen de ciudades y pueblos más pequeños. La mayoría de los turistas nacionales proceden de Bogotá, Medellín y Cali.

Los destinos turísticos más populares son el Centro Histórico, las playas y los barrios tradicionales.

Las actividades turísticas más populares son el turismo cultural, el turismo de playa y el turismo gastronómico.

Diversidad de Edades: Los turistas nacionales pueden incluir personas de diversas edades, desde jóvenes que buscan vida nocturna y diversión hasta familias que desean explorar la rica historia y cultura de la ciudad, aunque la mayoría de los turistas se concentran entre los 25 y 50 años.

Turismo Familiar: Cartagena es un destino popular para las familias colombianas debido a su oferta de actividades adecuadas para niños, como playas, museos y recorridos turísticos.

Visitantes de Fin de Semana: Muchos turistas nacionales optan por visitar Cartagena durante los fines de semana largos o festivos, lo que significa que puede haber aumentos significativos en la afluencia en ciertas épocas del año.

Otras consideraciones:

* Ocupación: Empleados, estudiantes y profesionales independientes.
* Motivo de viaje: Vacaciones, recreación y cultura.
* Estadía: Entre 2 y 7 días.
* Gasto: Entre $500.000 y $1.000.000 por persona.

Según un estudio realizado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) en 2023, el gasto promedio de un turista nacional en Cartagena es de entre $500.000 y $1.000.000. Este gasto se distribuye de la siguiente manera:

* Hospedaje: 30%
* Restaurantes: 25%
* Actividades turísticas: 20%
* Transporte: 15%
* Compras: 10%
* Otros: 10%

El estudio también muestra que los turistas nacionales en Cartagena suelen tener una estancia de entre 2 y 7 días.

El gasto promedio de un turista nacional en Cartagena es inferior al de un turista extranjero, que es de $1.364 USD. Esto se debe a que los turistas nacionales suelen visitar Cartagena por motivos de ocio y descanso, y suelen realizar actividades que implican un menor gasto, como el turismo de playa y el turismo de compras.

El gasto promedio de un turista nacional en Cartagena es una cifra importante para la economía de la ciudad. El turismo es una de las principales actividades económicas de Cartagena, genera empleo y divisas para la región.

A continuación, se presentan algunos datos adicionales sobre el gasto de los turistas nacionales en Cartagena:

* Hospedaje: $150.000.
* Restaurantes: $100.000.
* Actividades turísticas: $50.000.
* Transporte: $50.000.
* Compras: $50.000.
* Otros gastos: $50.000.

### El turista extranjero.

Según (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023) los principales mercados emisores de visitantes a Colombia en 2022, fueron:

* Estados Unidos: 760.000
* Venezuela: 1,4 millones
* Ecuador: 250.000
* Argentina: 200.000
* España: 180.000

El documento concluye que el turismo en Colombia continúa creciendo, impulsado por el aumento de la demanda internacional.

el gasto promedio de un turista extranjero en Cartagena es de $1.364 USD. Este gasto se distribuye de la siguiente manera:

* Hospedaje: 42,7%
* Restaurantes: 12,1%
* Actividades turísticas: 10,7%
* Transporte: 7,9%
* Compras: 7,1%
* Otros: 10,5%

Perfilamiento turistas extranjeros.

* Edad: Entre 25 y 40 años.
* País de origen: Estados Unidos, Venezuela, Ecuador, Argentina y España.
* Motivo de viaje: Vacaciones, recreación y cultura.
* Estadía: Entre 3 y 7 días.
* Gasto: Entre $2.000.000 y $4.000.000 por persona.

### Perfil del cliente del hotel Boutique escuela “Casa Libertadora”

El perfil de los turistas para el hotel boutique es el siguiente:

* Turistas nacionales y extranjeros. El hotel boutique está abierto a turistas de todos los países.
* Turistas de alto nivel socioeconómico. El hotel boutique ofrece un servicio de lujo y exclusividad, por lo que está dirigido a turistas con un poder adquisitivo elevado.
* Turistas interesados en una experiencia única. El hotel boutique ofrece una experiencia personalizada y exclusiva, por lo que está dirigido a turistas que buscan un alojamiento que no sea un hotel tradicional.

Características demográficas:

* Edad: 25 a 55 años
* Género: Hombres y mujeres
* Estado civil: Solteros, casados, con hijos
* Nivel educativo: Universitario, posgrado
* Ocupación: Empleados, empresarios, profesionales

Características socioeconómicas:

* Ingreso: Alto
* Gasto promedio : $1.500.000 a $2.000.000
* Motivo del viaje: Ocio, descanso, negocios
* Estancia: 3 a 7 días

Características psicográficas:

* Buscan un alojamiento elegante y sofisticado
* Valoran la exclusividad y el servicio personalizado
* Están interesados en la cultura y la historia de Cartagena

El hotel boutique puede atraer a este tipo de turistas ofreciendo una experiencia única que combine alojamiento, gastronomía y cultura. El hotel puede ofrecer habitaciones elegantes y sofisticadas, así como servicios personalizados y exclusivos.

El hotel boutique puede adaptar sus servicios para atraer a este tipo de turistas al ofrecer:

* Habitaciones con vistas espectacular al entorno de la ubicación.
* Organizar visitas guiadas a las atracciones turísticas de Cartagena.
* Ofrecer clases de cocina tradicional colombiana.

Al adaptar sus servicios a las necesidades de este tipo de turistas, el hotel boutique puede aumentar su rentabilidad y contribuir al desarrollo del turismo en Cartagena.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de turistas que podrían ser atraídos por un hotel boutique en Cartagena:

* Parejas en luna de miel
* Empresarios en viaje de negocios
* Turistas extranjeros interesados en la cultura y la historia de Cartagena
* Turistas nacionales que buscan una experiencia de lujo

Estos turistas están dispuestos a pagar un precio más alto por un alojamiento que les ofrezca una experiencia única y exclusiva.

# Idea de Negocio.

La idea de negocio es establecer un Hotel Escuela llamado "Hotel Escuela Los Libertadores" como un spin-off de la Fundación Universitaria Los Libertadores (FULL). Este proyecto tiene como objetivo principal proporcionar a los estudiantes de programas relacionados con la industria hotelera y turística, una plataforma práctica y educativa para su desarrollo profesional. Además, el hotel brindará servicios de hospedaje y gastronomía de alta calidad a los clientes, generando ingresos que ayudarán a mantener y mejorar la operación educativa del hotel.

Descripción del proyecto:

* Establecer actividades de formación intensiva dirigida a los estudiantes de los programas tecnológico y profesional de Administración turística y hotelera, así como otras propias y conexas con la función hotelera tales como gastronomía y cocina.
* Ofrecer programas de capacitación en habilidades prácticas, bilingüismo, y servicio al cliente (servucción).
* Admitir grupos de entre 60 y 70 estudiantes en cada cohorte para crear un ambiente de aprendizaje dinámico.
* Proporcionar opciones de alojamiento y paquetes de viaje para estudiantes fuera de Bogotá.

## Objetivos del Proyecto

* Establecer un Centro de Formación de Excelencia: Se construirá y equipará un centro de formación de última generación en [Ubicación] que ofrecerá instalaciones de vanguardia para la enseñanza práctica y teórica.
* Ofrecer Programas de Formación Integral: Se implementarán tres programas académicos clave:
  + Programa de Gestión Hotelera: Este programa incluirá cursos sobre gestión de hoteles, administración de la hospitalidad, planificación de eventos y servicio al cliente de calidad. Los estudiantes tendrán la oportunidad de realizar prácticas en hoteles de renombre.
  + Programa de Gastronomía y Servicios Culinarios: En este programa, los estudiantes aprenderán técnicas culinarias avanzadas, gestión de restaurantes, diseño de menús y experiencias gastronómicas. Las prácticas se llevarán a cabo en restaurantes de alta cocina.
  + Programa de Turismo y Excursiones: Los cursos se centrarán en planificación de viajes, destinos turísticos, promoción turística y atención al cliente en el ámbito del turismo. Los estudiantes tendrán oportunidades de prácticas con agencias de viajes y operadores turísticos.
* Fomentar el Bilingüismo: Se promoverá activamente el aprendizaje de un segundo idioma, como el inglés, a lo largo de todos los programas de formación para mejorar la empleabilidad de los estudiantes en el mercado global.
* Establecer Alianzas Estratégicas: Se crearán relaciones y colaboraciones sólidas con actores clave de la industria, incluyendo:
  + Hoteles: Acuerdos con hoteles locales para proporcionar instalaciones de formación y oportunidades de prácticas.
  + Restaurantes: Asociaciones con restaurantes y establecimientos gastronómicos para enriquecer la experiencia práctica.
  + Agencias de Viajes y Destinos Turísticos: Alianzas estratégicas para facilitar prácticas y empleo en la industria del turismo.
* Capacitación Continua: Se ofrecerá capacitación constante a los estudiantes por parte de profesionales de la industria y profesores de la FULL. Esto garantizará que los estudiantes adquieran habilidades y conocimientos actualizados.
* Experiencia para los Huéspedes: El hotel ofrecerá servicios de alta calidad a los huéspedes, incluyendo gastronomía de autor, eventos temáticos, y experiencias culturales. Los estudiantes participarán activamente en la prestación de estos servicios bajo la supervisión de personal calificado.

## Financiamiento y Recursos

Para llevar a cabo este proyecto, se requiere una combinación de financiamiento y recursos, que incluyen:

Adicionales al capital que la FULL tiene destinado para el proyecto, las demás fuentes de financiación se encuentran en:

* Tarifas de Matrícula y Programas: Los estudiantes pagarán tarifas de matrícula por los programas académicos y las instalaciones.
* Tarifas de habitaciones: Al ser un modelo de negocio basado en el hotel escuela se debe tener en cuenta que las tarifas del hotel subvencionan la operación respecto de los costos de gestión administrativa y operacional.
* Tarifas del servicio de mesa & bar.

## Evaluación y Medición del Éxito

La evaluación y medición del éxito del proyecto incluirá:

* Seguimiento continuo de la gestión de la Unidad de Negocio.
* Seguimiento continuo del rendimiento académico y la satisfacción de los estudiantes.
* Seguimiento de la tasa de colocación laboral de los graduados en la industria.
* Evaluación de la satisfacción del empleador y la industria con los graduados a través de encuestas y retroalimentación directa.

## Modelo de Implementación:

Fase 1 – Inicio de operación del hotel boutique escuela y restaurante.

* Activar la gestión de las funciones de las áreas operativas de Alojamiento, y Alimentos y Bebidas.
* Activar las actividades de la gestión administrativa.
* Activar las actividades de la gestión de mercadeo y ventas.
* Activar las actividades de la gestión de calidad.
* Activar las actividades de la gestión de recursos humanos.

Fase 2 - Formación Intensiva para Jóvenes EDTH.

* Identificación de Necesidades: Realizar encuestas y entrevistas para comprender las necesidades y preferencias de aprendizaje de los jóvenes.
* Diseño de Programas: Crear programas de formación intensiva que incluyan módulos de habilidades prácticas, bilingüismo y "servucción".
* Alianzas Educativas: Colaborar con instituciones educativas y expertos en cada campo para diseñar y ofrecer los programas.
* Marketing y Promoción: Utilizar estrategias de marketing digital y eventos locales para promocionar la academia.
* Admisión y Estancia: Gestionar el proceso de admisión y ofrecer opciones de alojamiento para estudiantes fuera de la ciudad.

Fase 3 - Expansión y Desarrollo Profesional.

* Programas de Continuación: Ofrecer programas de desarrollo profesional y cursos avanzados para antiguos estudiantes.
* Colaboración Empresarial: Establecer asociaciones con empresas locales para brindar oportunidades de pasantías y empleo a los graduados.
* Red de Antiguos Estudiantes: Fomentar una comunidad de exalumnos que puedan apoyarse mutuamente en sus carreras.
* Evaluación Continua: Realizar seguimiento del desempeño de los estudiantes y recopilar comentarios para mejorar los programas.

Fase 4- Facilitación de construcción de Carreras Profesionales: "Conexiones Laborales de Éxito"

Además de la formación académica integral, este proyecto incluirá la creación de un servicio de facilitación de carreras profesionales bajo el lema "Conexiones Laborales de Éxito". Este servicio será una parte esencial de nuestra oferta educativa y estará diseñado para conectar a nuestros graduados con oportunidades de empleo en la industria de hotelería, turismo, servicios gastronómicos y actividades relacionadas.

Esta actividad tiene como objetivo ocupar las vacantes abiertas con las personas más competentes que el mercado puede ofrecer. Además, los profesionales formados en el proceso pueden actuar para el bien de la organización llevando a personas con conocimientos técnicos, que incluso la empresa ni siquiera sabe que las necesitan.

Descripción de "Conexiones Laborales de Éxito":

* Plataforma de Empleo Personalizada: Se desarrollará una plataforma en línea personalizada donde los estudiantes y graduados pueden crear perfiles profesionales y cargar sus currículos.
* Emparejamiento Inteligente: La plataforma utilizará algoritmos avanzados para emparejar automáticamente a los candidatos con oportunidades de empleo relevantes en la industria.
* Asesoramiento Profesional: Ofreceremos asesoramiento individualizado para preparar a los candidatos para entrevistas y ayudarlos a construir carreras sólidas.
* Eventos de Networking: Organizaremos eventos de networking y ferias de empleo exclusivas para conectar a nuestros graduados con empleadores destacados.
* Garantía de Éxito: Nos comprometemos a respaldar a nuestros graduados en su búsqueda de empleo y crecimiento profesional, ofreciendo oportunidades de mejora y actualización constante de habilidades.

## Elementos Adicionales para Mejorar el Proyecto:

* Tecnología y Plataforma en Línea: Proporcionar recursos en línea para facilitar el aprendizaje y la comunicación entre estudiantes y profesores.
* Mentoría y Orientación Profesional: Ofrecer sesiones de mentoría individual y colectiva para ayudar a los estudiantes a definir sus metas profesionales.
* Eventos y Conferencias: Organizar eventos, conferencias y talleres relacionados con las áreas de formación para ampliar el conocimiento de los estudiantes.
* Certificaciones y Reconocimientos: Buscar oportunidades para que los estudiantes obtengan certificaciones y reconocimientos relevantes para sus campos de estudio.

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

* Amadeus (nf) En: <https://amadeus.com/es/tema/plataforma-de-viajes/evolucion-del-sistema-de-distribucion-global>
* Diario la Republica. (2022). En materia de turismo, 2022 va a cerrar con cinco millones de viajeros extranjeros. martes, 20 de diciembre de 2022. En <https://www.larepublica.co/economia/en-materia-de-turismo-2022-va-a-cerrar-con-cinco-millones-de-viajeros-extranjeros-3511871>
* Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (2005). Sello Ambiental Colombiano. En <https://www.minambiente.gov.co/asuntos-ambientales-sectorial-y-urbana/sello-ambiental-colombiano-sac/>
* Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023). Ajuste cifra de visitantes venezolanos. Recuperado el 27 de abril de 2023, de https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/ajuste-cifra-de-visitantes-extranjeros/27-04-2023-oee-yv-ajuste-cifra-de-visitantes-venezolanos.pdf.aspx
* Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023, 18 de abril). Caracterización del perfil económico, social y ocupacional de los turistas nacionales en Cartagena de Indias. Obtenido de https://www.mincit.gov.co/minturismo/temas-de-interes/caracterizacion-del-perfil-economico-social-y-ocup/presentacion-estudio-caracterizacion-de-los-guias.aspx
* El Tiempo (2008). Primer Hotel con Sello Verde en Colombia. Publicado en versión digital 10 de julio 2008, 12:00 a. m En: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-3008290>
* El País (2017). Hotelería verde, una propuesta que hace eco. Publicado en versión digital el 29 de abril de 2017. En <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/04-2017-hoteleria-verde-una-propuesta-que-hace-eco>
* Sabre. (nf). En: <https://www.sabre.com/about/>
* Zeus Tecnología. (nf). En <https://zeustecnologia.com/>