

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL TURÍSTICO EN LA
VEREDA PUNTA DE PIEDRA DEL MUNICIPIO DE SAN BERNARDO DEL
VIENTO – CÓRDOBA- COLOMBIA

ELABORADO POR:

OSWALDO ROMERO GARCIA

WILVER ARBEY VALENCIA VILLEGAS

TUTOR:

LUIS MANUEL ZUÑIGA PEREZ

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR-CUN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MONTERÍA – CÓRDOBA 2018

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
Planteamiento Del Problema.....	4
Formulación Del Problema	5
Justificación.....	5
Objetivos	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos.....	6
MARCO REFERENCIAL	6
Marco Teórico.....	6
Marco Conceptual	8
Marco Temporal.....	10
Marco Espacial.....	10
Diseños Metodológicos	10
Tipo de estudio.....	10
Método de estudio	11
Fuentes y técnicas de la recolección de la información	11
Muestra.....	12
ANALISIS DE LA INFORMACIÓN.....	12
Estudio Naturaleza Del Proyecto	12

Justificación de la empresa.....	12
Innovación de producto o servicio	12
Nombre de la empresa.....	13
Ubicación y tamaño de la Empresa:	13
Estudio de Mercado.....	14
Investigación de Mercado	14
Estrategias de Mercado	16
Proyecciones de Ventas.....	18
Estudio de Operaciones.....	20
Operación	20
Plan de Compra	22
Costos de Producción.....	24
Infraestructura	25

INTRODUCCIÓN

Planteamiento Del Problema

El problema que se desea abordar es la necesidad de crear un hotel turístico que preste un servicio de hospedaje, acompañados de paquetes y guías turísticos, una galería comercial que se especialice en la venta de artesanías típicas de la región, también que ofrezca una variedad gastronómica, que brinde al visitante un ambiente exclusivo en donde pueda encontrar todos los servicios en un solo lugar.

Las principales causas de esta problemática es que los hoteles que se encuentran no cuentan con la capacidad para abarcar el auge de los turistas que visitan la región. No crear nuevas opciones de hospedaje traería como consecuencias la migración hacia otros municipios cercanos, en otros casos la improvisación de hostales dentro de la misma región sin las comodidades que cualquier turista desea encontrar en sus viajes, lo cual traería a su vez un desequilibrio en la economía regional, desfalleciendo el deseo de ejercer una competitividad turística a nivel nacional.

Por tal razón la necesidad de realizar este estudio con el fin de evaluar la factibilidad de construcción de un hotel turístico en esta zona, debido a que además que la estructura con que se cuenta presenta condiciones perfectas para su ejecución, se puede seguir por la línea de aprovechar la demanda turística dada por la atracción paisajista de la región, contribuyendo con una fuente de empleo y el crecimiento económico del municipio.

Formulación Del Problema

Como determinar la factibilidad de la creación de un hotel turístico en la vereda de punta de piedra del municipio de san Bernardo del viento, mediante el estudio de los clientes potenciales, las necesidades que tiene la región y el beneficio que se puede generar entorno al creación de la empresa.

Justificación

El turismo es una actividad múltiple generador de empleo, y lo más significativo es que mantiene y recupera las manifestaciones culturales que representan nuestra identidad, gracias a esta actividad se racionaliza el uso de los recursos naturales y culturales de forma sostenible por ello el impulso de desarrollar esta actividad es fuerte e innovador ampliando el ambiente turístico en zonas que aún no están involucradas en el mercado.

Con la base de un diagnostico situacional del ámbito turístico de la vereda de Punta de Piedra, así como la identificación de muchos parajes de la zona como recursos turístico y de lo que significa para la comunidad de esta región, las bases para desarrollar este estudio de factibilidad siguen el lineamiento del turismo rural o comunitario, debido a que no solamente comulga con la idea de una actividad económica cuyo objetivo principal es la generación de ganancias y la explotación de recursos en las comunidades , sino porque constituye una nueva concepción de la actividad, tanto practica como socioeconómica

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un hotel turístico en la vereda de punta de piedra del municipio de San Bernardo del Viento – Córdoba, Colombia

Objetivos Específicos

- Establecer la factibilidad para el montaje y operación de un hotel turístico en la vereda Punta de Piedra en el municipio de San Bernardo del Viento, Córdoba.
- Determinar el comportamiento del mercado, mediante estudio de mercado.
- Conocer la cantidad y calidad de los servicios turísticos que se ofrecen
- Realizar un estudio financiero que evalúa los costos de la creación y operación del hotel.
- Realizar estudios técnicos y organizacionales, con miras a determinar la estructura y funcionamiento del hotel.

MARCO REFERENCIAL

Marco Teórico

En el estudio de factibilidad para la creación de una empresa turística en la vereda de punta de piedra del municipio de san Bernardo del viento, está fundamentado en elementos que se exponen a través de las siguientes teorías:

La teoría clásica de la administración (Taylor, 1911) que determina el estudio de tareas previas, estandarizando los métodos, los tiempos, las herramientas de producción mediante una excelente planeación estratégica, para lograr el objetivo del negocio que se pretende emprender en este momento. Su teoría determina que cualquier actividad que se desempeñe debe tener

como base a la administración, por esta razón no se puede concebir una empresa sin su proceso y una división de funciones o que no trabaje bajo los principios administrativos.

La teoría de las relaciones humanas (Mayo, 1933) en la cual destaca la importancia del estado de ánimo de los trabajadores en su desempeño laboral, llevando a analizar las actitudes y conductas de los miembros de la empresa con el fin de que presenten un rendimiento productivo.

La administración por objetivos, según los fundamentos establecidos por Peter Drucker se debe establecer un estilo de liderazgo con planeación y control administrativo donde se privilegie la participación y la delegación en los puestos de trabajo con el fin de escuchar aportes significativos que lleven a la muestra de buenos resultados y el lograr los objetivos conjuntos.

La teoría de desarrollo organizacional, donde se expresa que el emprendimiento de las empresas se construye de manera planeada y organizada para el logro de los objetivos específicos determinados, además que una empresa para tener éxito debe ser la suma de esfuerzos conjuntos, por ello radica la importancia de la cooperación y el trabajo en equipo para la existencia de cualquier empresa.

La teoría del marketing moderno de (Kotler, 2010) cuando expresa que el marketing se ocupa de identificar y satisfacer las necesidades que se captan, porque en últimas quien moldea el diseño de los paquetes turísticos es el cliente sin embargo nunca se debe desatender algo primordial que es el negocio lo que busca es crear rentabilidad.

Marco Conceptual

Inventario turístico: se define como la relación entre la materia prima (atractivos turísticos), la planta turística, infraestructura y superestructura que sirven para estudiar el entorno físico de los proyectos turísticos.

Turismo alternativo: definimos esta clase de turismo como una actividad turística (aventura, rural, arqueológica, ecoturismo, entre otros) que mejora la calidad de vida de las comunidades que preservan el patrimonio natural y cultural del área y que ofrece sus servicios a visitantes social y ambientalmente responsables.

Turismo sostenible: atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo fomenta y protege las oportunidades en el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversificación biológica y los sistemas que sostienen la vida.

Asignación de habitación: este proceso se hace efectivo en el instante en que el huésped recibe la llave o tarjeta de acceso a la misma.

Bloqueo: el proceso mediante el cual se reasigna una habitación a un huésped que tiene su reserva para el día. Este procedimiento se realiza antes de la llegada del huésped con la información contenida en la reserva.

Cambio de habitación: este procedimiento se realiza cuando por cualquier motivo es necesario trasladar la habitación del huésped, se debe elaborar el formato “nota cambio de habitación” “digitalizar la información en el sistema e informar a las áreas interesadas.

Formalización del registro: este se crea con la elaboración de la tarjeta de registro hotelero que en lo posible debe estar lo más completa en el documento de check in del huésped.

Orden de mantenimiento: es utilizada cuando se solicite la reparación de algún daño en alguna de las habitaciones, áreas públicas o áreas internas del hotel enviándola al departamento de mantenimiento, haciendo el seguimiento hasta que el daño haya sido subsanado.

Pronostico de habitaciones: diariamente el encargado de reservas de turno debe generar o actualizar el fore-cast, cuyo objetivo es conocer el pronóstico de ocupación del hotel en un periodo determinado.

Tarifas: el área de recepción debe tener conocimiento de las tarifas plenas, tarifas de convenios y acuerdos especiales celebrados previamente con empresa, con el fin de que el check in sea ágil y el huésped se sienta que se le está prestando un buen servicio.

Tour conductor: son los responsables de cada grupo, con quien se definirán los detalles y características más importantes del evento.

Marco Temporal

El presente trabajo está enmarcado para llegar a cabo la investigación correspondiente entre el periodo agosto 2016 – octubre 2018.

Marco Espacial

Teniendo en cuenta la naturaleza del proyecto; las investigaciones directas como estudios de mercado y encuestas se llevaran a cabo en la vereda Punta de Piedra del municipio de San Bernardo, Córdoba – Colombia, para así obtener información verídica, puntual y concisa directamente de los posibles clientes.

El análisis y desglosamiento de dichos estudios se llevaran a cabo en Montería – Córdoba, con la ayuda y guía de los docentes/tutores de la Corporación Unificada Nacional de educación superior – CUN, la cual es el ente controlador de dicho estudio.

Diseños Metodológicos

Tipo de estudio

El tipo de estudio del presente proyecto es de tipo descriptivo que, “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente”. (M., 1994) Este método permite medir o evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes de lo que se vaya a investigar.

La meta del estudio de tipo descriptivo no se limita a la recolección de datos sino que también se encarga de describir la frecuencia y las características más importantes de un problema.

Método de estudio

En este proyecto se utilizara el método de investigación inductivo de (Bacon, 1620) que consiste en que “El punto de partida del conocimiento es, el vínculo causal, el análisis de los diversos objetos y fenómenos; toda verdad auténtica debe apoyarse en el mayor número posible de hechos; al confrontarlos, el hombre tiene posibilidad de elevarse de lo particular, de lo individual, a lo general, a las conclusiones.” ya que se basa en cuatro etapas básicas como son: la observación y el registro de todos los hechos, el análisis y la clasificación de los hechos.

Fuentes y técnicas de la recolección de la información

En el presente estudio de factibilidad se utilizaran dos fuentes de información que son las fuentes primarias y secundarias.

En la fuente primaria se recopila información directa de las personas a las cuales se les va a prestar el servicio como lo son los turistas, para llevar a cabo este proceso se empleara técnicas como la encuesta y la observación.

Se tendrán como fuentes secundarias investigaciones en internet, libros, observaciones y publicaciones recientes sobre los servicios turísticos en San Bernardo.

Muestra

Para hallar la muestra se toma el promedio de llegadas por turismo en el municipio de San Bernardo del Viento.

La muestra se toma de manera aleatoria sobre los turistas que visitan el municipio; de acuerdo a los registros anuales de turismo del municipio realizados por Lesby Zarante Hernandez, Secretaria de Turismo, Cultura y Grupos Étnicos de San Bernardo del Viento.

ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

Estudio Naturaleza Del Proyecto.

Justificación de la empresa

Teniendo en cuenta que la vereda Punta de Piedra cuenta con hermosas playas y gran diversidad ecológica, lo cual le da un gran potencial turístico y que además la zona cuenta con poca oferta hotelera, se toma la oportunidad de encaminarnos en la idea de la creación de un hotel que pueda satisfacer la potencial demanda del servicio. (Alcaldía de San Bernardo, 2018)

Innovación de producto o servicio

De manera directamente relacionada con la naturaleza se busca crear espacios turísticos que permitan ir más allá de solo prestar el servicio de hospedaje, sino plantear la idea de añadir al hotel el servicio de ecoturismo lo cual llamaría la atención de potenciales clientes internacionales, abriendo estos espacios para el “*get to know new people*” que literalmente traduce del inglés “conocer nuevas personas” que básicamente sería una reunión a la orilla de la playa que le permita a la gente conocer y sumergirse en nuevas culturas.

Nombre de la empresa

Hemos realizado la lluvia de ideas pertinentes para la selección del nombre del hotel y estos fueron los 4 más opcionados:

- Zenú Hotel
- Hotel Paraíso
- Acuablue Hotel
- Mangle Rojo Hotel

Y al final se escogió a Hotel paraíso.

Ubicación y tamaño de la Empresa

Aparte de ya haber establecido que el proyecto se pretende llevar a cabo en la vereda Punta de Piedra en el municipio de San Bernardo del Viento, Córdoba. Se debe realizar la selección de ubicación más favorable para la intensión turística del hotel, en el cual a la vez se logren obtener máximos beneficios, menores costos.

Las variables que se tuvieron en cuenta en el momento de decidir en qué territorio estará ubicado el hotel turístico las siguientes en cuanto a macro localización: tipo de lugar, facilidades para la comercialización, facilidad de acceso, comunicaciones.

Lo primero que se tuvo en cuenta para la micro localización es el contar con una ubicación estratégica del hotel, dado que es un paraíso turístico que conserva los componentes naturales y culturales que permitirán involucrar a los turistas en la vida rural, con sus respectivos productos servicios o productos.

Estudio de Mercado

Para el estudio de factibilidad de la creación del hotel turístico, se realizara un estudio d mercado con el objetivo de determinar que factibilidad tiene la creación de dicha empresa en la vereda de punta de pierda del municipio san Bernardo del viento

Investigación de Mercado

Objetivos

- Determinar si existen posibles clientes de los servicios ofrecidos.
- Definir claramente los costos de la prestación del servicio desde el hotel.
- Determinar cuáles son las especificaciones técnicas con las cuales serán recibidos los servicios por los posibles clientes.

Justificación y Antecedentes

Para determinar la factibilidad de la creación de un hotel turístico se realizará un estudio de mercado con el objetivo de los identificar posibles clientes, definir los costos y las especificaciones técnicas, los cuales serán los puntos que nos guíen en este proceso.

Análisis del sector

El reciente optimismo frente al turismo surge de la favorable coyuntura que atraviesa el país. Allí cabe destacar que:

- i) El posconflicto generaría más seguridad y confianza en el país, lo cual podría atraer una mayor cantidad de turistas extranjeros;

ii) el desalojo de zonas ricas en biodiversidad, por parte de los grupos armados ilegales, favorecería el desarrollo del ecoturismo en esas regiones; y iii) la mayor inversión en infraestructura de transporte, particularmente aérea, permitiría la incursión de nuevas rutas internacionales. (Clavijo, 2017)

Análisis del mercado

El municipio de San Bernardo se caracteriza por ser una zona de gran atracción turística que actualmente se encuentra en aumento debido la nueva medida de turismo que se están implementando en el municipio con la dirección de la Secretaria de Turismo, Cultura y Grupos Étnicos, Lesby Zarante Hernandez. Potenciando de igual manera nuevos puntos donde ofrecer servicios hoteleros y turísticos.

Dichos servicios deben permitir la atención de un mercado objetivo basado en el potencial de usuarios, sin discriminación de sexo, clase social, raza, credo religioso u orientación sexual. (Investigaciones basadas a vivencias propias, 2018)

Análisis de la competencia

Revisando el comportamiento del mercado (clientes potenciales y competencia potencial) se evidencia que actualmente la competencia está en un grado alto, ya que la zona de San Bernardo del Viento cuenta con muchos hoteles que cubren la demanda actual, pero en el sector a incursionar (vereda Punta de Piedra) esta demanda no está cubierta en su totalidad, es por esto que se plantea incursionar con excelentes estrategias de mercadeo, de precio y comunicación y diferentes planes de entretenimiento que nos permitan ofrecer un servicio con un *plus* diferencial.

(Alcaldía de San Bernardo, 2018)(Investigaciones basadas a vivencias propias, 2018)

Estrategias de Mercado

Concepto del servicio

El producto que consideraremos en este estudio será un hotel turístico que dispondrá de 3 habitaciones sencillas, 6 habitaciones doble orientado a satisfacer las expectativas de viaje de personas que han optado visitar el municipio para conocer sus atractivos y recursos turísticos, así como también una atención personalizada.

El hotel ofrece el servicio de alojamiento, tiene un estilo campestre, con servicio de parqueadero y un personal idóneo. El nuevo hotel ofrecerá servicios complementarios como servicio de bar, reserva de habitación.

Estrategias de distribución

Para determinar la más adecuada comercialización y ofrecimiento del nuevo hotel se ha realizado una evaluación de los tipos de canales empleados en el mercado por este sector.

La comercialización en el sector de servicios normalmente la relación es directa.

La empresa de servicios lleva directamente el servicio al cliente.

Las empresas que venden servicios, como seguros, servicios financieros, mano de obra, viajes o entretenimiento, pueden usar agentes además de venderlos directamente a los clientes.

Los canales de distribución existentes están dados por las diferentes opciones que se tienen mediante redes sociales, convenios con agencias de viajes, cuñas radiales y televisivas.

Estrategias de precio

Los precios de los servicios fueron definidos y concertados teniendo en cuenta el comportamiento del mercado como táctica de penetración de oferta, esto servirá para facilitar la

variación de los precios permanentemente teniendo en cuenta la competencia. Como se pretende penetrar incursionar en el mercado ofreciendo precios bajos, los ingresos serán reducidos inicialmente, se reducirían los costos para el logro de un nivel de producción o punto de equilibrio óptimo.

Los precios están determinados de la siguiente forma:

Habitación sencilla: \$100.000

Habitación doble: \$230.000

Estrategias de promoción

En este caso nos centraremos en utilizar los medios convencionales como: Relaciones públicas con agencias de viajes y Publicidad audiovisual, adicionando la actividad en redes sociales para dar a conocer nuestras promociones, regalos y concursos y además como medio innovador utilizar a los mismos huéspedes en publicaciones como un medio para llegar a otros clientes potenciales.

Estrategias de comunicación

La página web debe mantener información sobre los servicios y las oportunidades turísticas del hotel dentro de sus programas.

Abrir álbumes de fotografías del hotel en los espacios públicos y en las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, con el propósito de ir incorporando un mayor número de posibles turistas, tanto nacionales como internacionales.

Estrategias de servicio

El hotel contará con servicio al cliente directo en las instalaciones, mediante la línea telefónica, correo electrónico y redes sociales además de ofrecer la atención en otros idiomas (inglés y alemán).

Estrategias de aprovisionamiento

En el aprovisionamiento de insumos contaremos con el proveedor:

Distrimas y Constructor-Homecenter, Almacenes Éxito, Postobón, Bavaria, Fábrica de licores de Antioquia.

En cuanto a muebles de oficina y habitaciones contamos con: Oficinas y modulares S.A.S. Y Almacén variedades.

Proveedores de equipos: Compumarcas

Proyecciones de Ventas

Teniendo en cuenta el número de habitaciones planificadas para el hotel las cuales son siete habitaciones de las cuales 4 son dobles y 3 son sencillas, teniendo un nivel proyectado de utilización del 60% de las habitaciones dobles y un 80% en las habitaciones dobles, estimando que el nivel de utilización de las habitaciones aumentara en un 3% cada año debido al creciente atractivo turístico de la vereda punta de piedra, se estiman las ventas como se muestra en la siguiente tabla y su respectiva proyección en un rango de 5 años.

Tabla 1**PROYECCIÓN DE VENTAS**

Descripción	%	Días	Días En	Total Usos Al	Valor	Total Ventas
Tipo De	Cantidad	Uso	Año	Uso	Año Por	Año
Habitación			Aproximado	Habitación En		
				Días		
Doble	3	60%	365	219	657	\$230.000,00 \$151.110.000,00
Sencilla	4	80%	365	292	1168	\$100.000,00 \$116.800.000,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2

Habitaciones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Doble					
	\$151.110.000	\$155.643.300	\$160.312.599	\$165.121.977	\$170.075.636
Sencilla					
	\$116.800.000	\$120.304.000	\$123.913.120	\$127.630.514	\$131.459.429

Fuente: Elaboración propia

Estudio de Operaciones

Operación

Ficha técnica

Tabla 3

FICHA TÉCNICA		
Este modelo de ficha técnica se rige bajo una descripción comprendida (artículo 20 sección tercera de la ley 115 de 1994 de Colombia), referida a objetivos generales de la educación básica, se toma y se reacondiciona al modelo de servicio planteado en la propuesta empresarial (creación de hotel y servicio hotelero)		
NOMBRE DEL PRODUCTO/ DENOMINACIÓN DEL SERVICIO		
Servicio Hotelero		
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS		
Servicio Hotelero (hospedaje, alimentación y tour turístico)		
GRUPO/ SEGMENTO/FAMILIA /CLASES SEGÚN CODIGOS (CUBS)	GRUPOS	(F) Servicios
	SEGMENTOS	(90000000) Servicio de viajes, alimentación, alojamiento y entretenimiento.
	FAMILIAS	(90110000) Instalaciones hoteleras, alojamiento y centro de encuentros.
	CLASES	(90111500) Hoteles y Moteles y Pensiones
	PRODUCTOS	(90111501) Hoteles
DESCRIPCIÓN GENERAL		
Servicio de hospedaje, venta de paquetes turísticos que incluyen alimentación, tour turístico y entretenimiento nocturno (bar)		

Fuente: *modelo de ficha técnica tomado del Blog DIVRETECA S.A.S con algunas modificaciones propias

Estado de desarrollo: en planteamiento e investigación.

Descripción de proceso

Se están llevando a cabo las investigaciones correspondientes en la vereda Punta de Piedra como las encuestas, estudio de mercado y respectivos análisis, de igual manera se están estableciendo los demás parámetros para el orden y consecución del proyecto.

Necesidades y requerimientos

Se requiere capital económico para llevar a cabo las investigaciones (transporte de Montería a San Bernardo) y el análisis de las mismas.

Capital Económico para ejecutar el proyecto una vez determinada su viabilidad.

Capital Humano para el cumplimiento del servicio a prestar

Conexiones a nivel nacional para adquisición de cliente.

Manejo de sistemas informáticos para que el servicio sea más ágil y competitivo.

Plan de producción

Se espera que el capital humano pueda atender la demanda para la cual estamos capacitados o dotados, (que se espera sean 3285 personas por año, según la proyección de venta ya antes elaborada en la tabla 1, menos (-) 10% por cancelación) teniendo siempre en cuenta la calidad del servicio y los requerimientos de los clientes.

Plan de Compra

El sistema de plan de compra será un modelo el cual nos servirá para asegurarnos de que estamos adquiriendo productos de calidad. Además de establecer conexiones directas que nos permitan acceder a servicios externos fácil- y oportunamente.

Tabla 4

SISTEMA DE PLAN DE COMPRA			
ELEMENTOS DE COMPRA	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	FRECUENCIA DE COMPRA
Alimentos	La compra de productos alimenticios perecederos y no perecederos se harán según descripción del Chef jefe	Almacenes éxito	diaria/semanal
Bebidas	La compra de bebidas se harán según la demanda que tengan	Postobón/Bavaria/Fabrica de licores de Antioquia	semanal
Compras Menores	Estas están comprendidas según causalidad	Almacén variedades	Diarias
Dotación de Personal	Uniformes y provisiones de trabajo	Variedades el Telar	anual
Elementos de Oficina	Papelería y elementos administrativos	Oficinas y modulares S.A.S.	semanal

Equipos de Operación	Cobijas	Almacenes Éxito	Semestral
	Elementos de aseo (piso, baño y lavandería)	Almacén variedades	semanal
Equipos y Mobiliarios	Enseres	Almacenes Éxito	anual
	Muebles	Jamar	bianual (o cuando sea requerido)
	Computadores	Compumarcas	Década
Mantenimiento	Computadores	Compumarcas	Semestral
	Redes de energía	Electricaribe	anual
	Agua	Aguas del viento	anual
	Gas	Surtigas	anual
Suministros	Se elabora la requisición del encargado de almacén y se hacen las compras en los primeros días de cada mes	Almacén variedades	mensual

Fuente: Elaboración propia

Costos de Producción

Tabla 5

COSTOS VARIABLES

Mercaderías	\$1.360.000,00
comestibles	\$4.080.000,00
Licores	\$816.000,00
Suministros	\$272.000,00
Aseo	\$408.000,00
Servicio de Lavandería	\$408.000,00
Total	\$7.344.000,00

Fuente: elaboración propia

Tabla 6

COSTOS FIJOS

Sueldos	\$5.479.019,00
Mantenimiento de equipos de computo seguro	\$120.000,00
gastos financieros	\$669.120,00
servicio de Energía	\$2.152.000,00
servicio de agua	\$120.000,00
servicio de WiFi	\$98.000,00
servicio telefónico	\$110.000,00
Total	\$54.000,00

Fuente: elaboración propia

Tabla 7

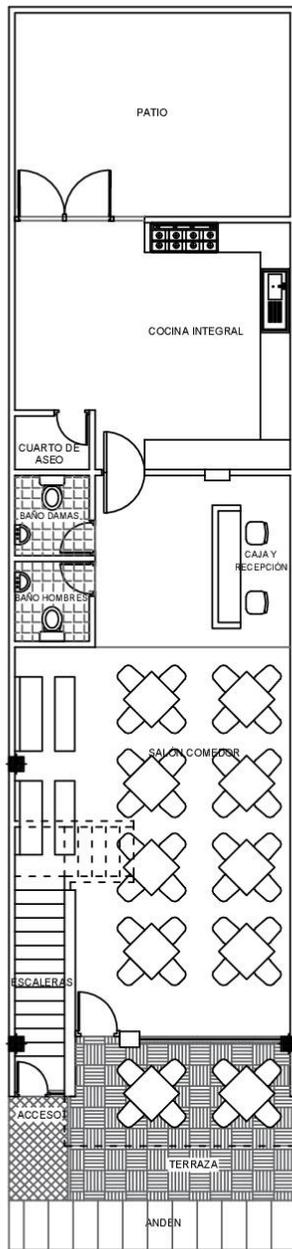
COSTOS TOTALES

COSTOS VARIABLES	\$7.344.000,00
COSTOS FIJOS	\$8.802.139,00
TOTAL	\$16.146.139,00

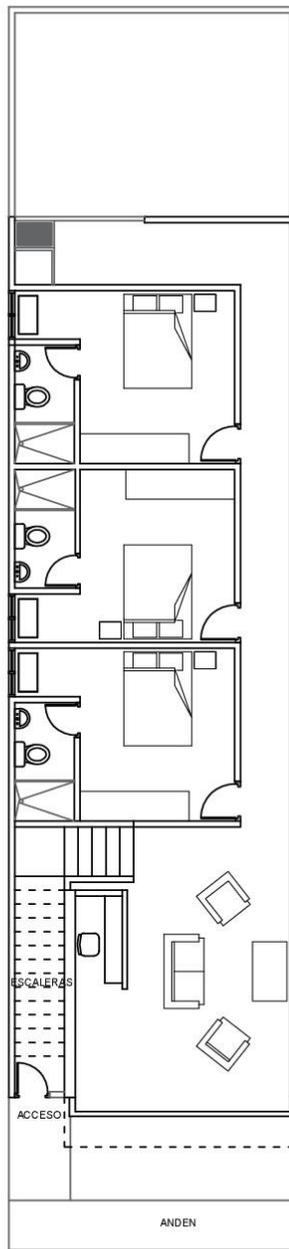
Fuente: elaboración propia

Infraestructura





PLANTA DE PRIMER PISO



PLANTA DE SEGUNDO PISO

PROYECTO: HOTEL EL PARAÍSO ING. CIVIL:		DIRECCION: MUNICIPIO SAN BERNARDO DE VIENTO CONTIENE:		PLANO # 1/1
PROPIETARIO:		PLANTA ARQUITECTÓNICA		ÁREA: 238.00 M2
ANDRÉS VILLEGAS		ESCALA: 1:100		FECHA: NOVIEMBRE DEL 2018