

Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

Creación de un Hostal en la Ciudad de Riohacha

Jaime Jorge Colmenares, José Fernando Bautista Martínez, Maryory Paz Holguín

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Noviembre 2018

Notas de Autor

Trabajo de Grado, Profesor Carlos Trejos Moncayo, Especialización Gerencia Estratégica de Mercadeo y Especialización Gestión de Proyectos, Universidad Nacional Abierta y a

Distancia

La correspondencia relacionada con esta investigación debe de ser dirigida a

Contacto: [Publicmar0106@gmail.com](mailto:Publicmar0106@gmail.com)

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Noviembre 2018

### **Dedicatoria**

A nuestra institución educativa y todo el personal docente que otorgaron sus conocimientos al desarrollo de este proceso de formación académica, a nuestras familias hacer parte de los proyectos emprendidos.

## Contenido

Resumen .....	9
Introducción .....	10
1. Definición de Objetivos .....	11
1.1 Objetivo General .....	11
1.2 Objetivos Específicos .....	11
2. Formulación del Proyecto .....	12
2.1 Justificación .....	12
2.2 Antecedentes.....	15
3. Identidad del Proyecto.....	18
3.1 Misión.....	18
3.2 Visión .....	18
3.3 Valores.....	18
3.4 Actividad Económica .....	19
3.5 Concepto del Producto o Servicio .....	19
4. Análisis del Sector.....	20
5. Análisis del mercado .....	26
5.1 Investigación Deductiva .....	28
5.2 Encuesta de investigación.....	28
5.3 Resultados de la investigación.....	29
6. Definición del segmento.....	37
6.1 Características del Segmento.....	38
6.2 Género .....	38
6.3 Edad.....	38
6.4 Estrato.....	38

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

6.5 Segmentación Geográfica.....	39
7. Análisis de la competencia.....	39
8. Estrategia de distribución.....	43
9. Estrategia de precio.....	43
10. Estrategia de promoción.....	43
11. Proyección de Ventas.....	45
12. Costos del Proyecto.....	49
12. Organización.....	51
12.1 Análisis DOFA.....	51
12.2 Organismos de Apoyo.....	52
12.3 Estructura Organizacional.....	53
13. Finanzas.....	54
13.1 Ingresos.....	54
13.1.1 Fuentes de Financiación.....	55
13.1.2 Formatos Financieros.....	55
14. Conclusiones.....	60
15. Recomendaciones.....	61
16. Referencia Bibliográfica.....	62

**Lista de Tablas**

Tabla 1 Boletín de Turismo.....	20
Tabla 2 Viajeros a Colombia.....	22
Tabla 3 Motivo de Viaje .....	23
Tabla 4 Ocupación Hotelera en Colombia .....	24
Tabla 5 Estadística del turismo en la región .....	25
Tabla 6 Precios del sector hotelero .....	40
Tabla 7 Calificación hotelera .....	41
Tabla 8 Análisis de la competencia.....	41
Tabla 9 Proyección de ventas mensuales .....	47
Tabla 10 Proyección de ventas anuales.....	48
Tabla 11 Costos de nomina .....	49
Tabla 12 Costos de equipos.....	50
Tabla 13 Costos de insumos y materiales .....	50
Tabla 14 Costos Anuales.....	50
Tabla 15 Matriz Dofa Análisis Interno .....	51
Tabla 16 Matriz Dofa Análisis Externo .....	52
Tabla 17 Estado de Resultados .....	54
Tabla 18 Estado de Situación Financiera .....	55
Tabla 19 Estado de Resultados – Margen de Contribución .....	57
Tabla 20 Estado de Resultados-Utilidad .....	58
Tabla 21 Estado de Situación Financiera-Flujos.....	59

**Lista de Ilustraciones**

Ilustración 1 Contexto Sobre el Desarrollo Inicial del Turismo en la Guajira.....	16
Ilustración 2 Información estadística del Departamento de la Guajira .....	17
Ilustración 3. Mapa delimitado de Riohacha entre la calle 1 hasta 15 .....	39
Ilustración 4. Logotipo para Hostal Sol Guajiro .....	44
Ilustración 5. Página Web para el Hostal .....	45
Ilustración 6. Organigrama.....	53

**Lista de Figuras**

Figura 1. Boletín de turismo mensual .....	21
Figura 2. Porcentaje de Ocupación Hotelera.....	24
Figura 3. Edad de Encuestado .....	30
Figura 4. Genero de Encuestado .....	30
Figura 5. País de Origen de Encuestado.....	31
Figura 6. Es importante es el Manejo del Idioma Ingles de Staff del Hostal.....	31
Figura 7. Motivo de Visita a Riohacha .....	32
Figura 8. Noches de Hospedaje en Riohacha.....	33
Figura 9. ¿Usted normalmente viaja con?.....	33
Figura 10. ¿Medio de Comunicación por el que se Enteró de Riohacha? .....	34
Figura 11. Medios que Utilizó para Hacer la Reserva .....	34
Figura 12. Razón por la que Escogió el Hostal .....	35
Figura 13. Dinero Presupuestado para el Hospedaje.....	35
Figura 14. Criterios para Escoger el Hostal por Ubicación .....	36
Figura 15. ¿Cuándo Viaja se Hospeda en un Hostal? .....	36
Figura 16. ¿Qué Servicios Utiliza cuando se Hospeda en un Hostal? .....	37

## Resumen

Es evidente la gran afluencia de turistas extranjeros que visitan el Departamento de la Guajira, datos de Migración Colombia y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo indican que entre el 2010 y 2016 el flujo de visitantes extranjeros creció un 282%, este crecimiento se debe en gran parte que la ciudad de Riohacha es parada obligada para los turistas que visitan la región.

Al observar las estadísticas del sector, se evidencia una necesidad de alojamiento que aún no ha sido totalmente cubierta por el sector público y privado; Es por esto que nuestro proyecto consiste en la creación de un Hostal en la ciudad de Riohacha, que dispondría en su etapa inicial un total de 20 camas dispuestas en habitaciones compartidas, esto potencializado con servicios adicionales que brinden comodidad y conectividad, todo lo anterior con nuestro único fin de ofrecer a nuestros huéspedes un servicio de alojamiento de calidad, en un ambiente propicio para el descanso y la relajación, con precios competitivos.

Nuestro mercado objetivo está enfocado principalmente al llamado turismo de mochila propio de extranjeros, pero sin desatender los clientes nacionales y en la creación de estrategias de marketing que nos permitan captar, fidelizar y satisfacer a nuestros clientes para lograr una ventaja competitiva en el mercado. Usaremos las redes sociales y las herramientas que nos ofrece internet, ofreciendo una cadena de valor mediante la integración de la oferta cultural, gastronómica, turística, lúdica y de actividades deportivas, todo esto para hacer que la experiencia de nuestros clientes sea inigualable.

## **Introducción**

El presente proyecto se orientó en la creación de un hostel en la ciudad de Riohacha, los altos índices de crecimiento del turismo en esta región, nos motivó a crear un espacio para satisfacer las necesidades de alojamiento de turistas que buscan en su estadía un sitio tranquilo, cómodo y a precios asequible.

El municipio de Riohacha está ubicado en el centro del Departamento de la Guajira, capital de la región, limita con el mar Caribe y el río Ranchería, con una altitud sobre el nivel del mar hasta 3.800 mts; su clima cálido, su cultura pluriétnica, sus playas y paisajes que rodean, hacen de estas tierras un atractivo turístico para nacionales y extranjeros. Los esfuerzos del gobierno por incentivar el turismo han permitido crear estrategias las cuales han logrado captar la atención, no solo a nivel nacional si no también internacional; la efectividad de estas actividades se evidencia en el aumento porcentual de número de turistas que hoy en día visitan la región, hospedándose en la ciudad de Riohacha, que actualmente cuenta con cerca de 40 establecimiento hoteleros formales, según estudio realizado en plan sectorial de turismo 2013-2020. La planta hotelera formal cuenta con aproximadamente 964 habitaciones y una capacidad variable entre 1.500 y 2.000 camas, la satisfacción del usuarios es neutral donde lo peor valorado son las habitaciones y la atención al cliente.

Estos documentos con estudios ya realizados, nos permitieron establecer una idea inicial del proyecto de crear un hostel en la Ciudad de Riohacha, otorgando al usuario una experiencia diferente y satisfactoria en su totalidad.

## **1. Definición de Objetivos**

### **1.1 Objetivo General**

Creación de un hostel eco-turístico en el municipio de Riohacha - La Guajira, con el fin de ofrecer un servicio de calidad a los visitantes que buscan nuevas y económicas alternativas de hospedaje y que supere a la competencia en visibilidad y ventas por servicio dentro del mercado nacional e internacional.

### **1.2 Objetivos Específicos**

Realizar un estudio de mercado con el fin de identificar los clientes potenciales del negocio y la afluencia y preferencias de visitantes a la ciudad de Riohacha y municipios cercanos.

Analizar los servicios ofrecidos por hostales en la ciudad de Riohacha, para identificar la competencia directa y a partir de este estudio, definir la mejor estrategia de mercado.

Definir las características del hostel y el perfil del personal al que se ofrecerán los servicios, teniendo en cuenta la gran afluencia de visitantes nacionales y extranjeros.

Establecer las características de infraestructura y administración para el óptimo funcionamiento del hostel.

Contribuir al desarrollo y crecimiento del departamento generando empleo y alianzas estratégicas con empresas y/o instituciones sin ánimo de lucro al servicio de la población civil.

Identificar los aspectos legales, sociales, ambientales y de legislación requeridos para la creación del hostel.

Identificar los requerimientos económicos del proyecto, en cuanto a inversión de activos y capital de trabajo, y a partir de esta información realizar la evaluación financiera del proyecto teniendo en cuenta los diferentes tipos de riesgos y la proyección de prestación de servicios.

## 2. Formulación del Proyecto

### 2.1 Justificación

La vocación turística del Departamento de la Guajira – incluida la ciudad de Riohacha- se define como cultural y etnoturística. Esta afirmación se sustenta en que es este producto el único sistemáticamente demandado y promocionado fuera del Departamento. El turismo de naturaleza se define como “producto accesorio” ligado al anterior.

Al sancionar el presidente de la República la ley 1617 el día 5 de Febrero de 2013, la alcaldía de Riohacha decidió acogerse a la misma e iniciar el proceso para la declaratoria del municipio como “Distrito Turístico y Cultural” ahora que la legislación permitía ese acceso para la capital de La Guajira. Esta solicitud, responde no a una oportunidad coyuntural o un proyecto personal de la alcaldía, sino a una profunda reflexión sobre los modelos de desarrollo territorial y urbano que necesita el municipio de Riohacha para lograr un posicionamiento competitivo entre las ciudades colombianas acorde con su importancia geográfica, histórica y económica y la conveniencia de crear un nuevo marco de relaciones con el conjunto del Departamento de La Guajira del que es la capital administrativa y en la región Caribe en la que está inmersa. La solicitud se incorpora como parte esencial al Plan Riohacha 470, como un elemento clave de la revitalización de la ciudad. Desde este punto de vista, el proyecto se enmarca en una serie de enfoques que determinan tanto el contenido de la solicitud como su oportunidad temporal y legal.

**Enfoque Social:** La alcaldía mayor de Riohacha, en las consideraciones estratégicas que respaldan la solicitud quiere hacer especial hincapié en la intención de poner por delante de otros enfoques, el tema de la mejora de las condiciones de vida de sus habitantes. Desde esta visión, el resto de las motivaciones pasan a ser lineamientos instrumentales orientados a la

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

consecución de esa mejora en las condiciones de vida de la población en su conjunto: habitantes del centro urbano de la ciudad, de las cabeceras de corregimientos y centros poblados, de las áreas rurales y de los resguardos indígenas. Entendiendo que los instrumentos que la legislación otorga a los distritos deben ser enfocados primordialmente hacia ese fin.

**Enfoque Turístico:** Riohacha no es en este momento una potencia turística destacada en el ámbito colombiano, pero cuenta con un amplio portafolio de atractivos geográficos, históricos, étnicos y multiculturales, con capacidad para sustentar una industria turística exitosa y, en el marco de la declaratoria de “Distrito Especial Turístico y Cultural”, estructurar su Sistema Turístico en un modelo competitivo y sustentable. Esta iniciativa es vista por sus dirigentes y por el conjunto de la población como un detonante que respaldará el esfuerzo necesario para que la actividad turística, basada en sus valores naturales y culturales, se convierta en un verdadero motor del Desarrollo del municipio, un centro de distribución turística para el Departamento de La Guajira y un pilar sustantivo en el conjunto de la región Caribe colombiana. La organización de los servicios turísticos y la participación de los distintos actores implicados en los mismos, constituye por sí mismo un Sistema Económico y social al que se denomina “Sistema Turístico”. Necesariamente, este sistema debe regirse por unos principios de gestión que aseguren su capacidad para, en conjunto, promover beneficios tangibles a la comunidad receptora.

Estos principios son:

**Sustentabilidad:** entendida como la capacidad de mantener en el tiempo el valor de los atractivos en que se basa la actividad turística, incluyendo, los bienes naturales, culturales y patrimoniales; las tradiciones y formas de vida de las poblaciones receptoras y la utilidad de las empresas y emprendimientos organizados para prestar los servicios turísticos.

Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

*Formalidad:* cumpliendo con los requisitos de operación que marcan las leyes en cada territorio, aportando sus obligaciones laborales y fiscales y contribuyendo a la cohesión social con el compromiso con las comunidades que sustentan la actividad turística

*Garantía:* ofreciendo a los viajeros servicios acordes con sus expectativas y necesidades, que sean coherentes con lo comunicado en las acciones de difusión y respaldados en la autenticidad de las experiencias ofrecidas.

Tomando de base el Plan sectorial de turismo Riohacha 2013-2022, el cual esta soportado sobre los siguientes lineamientos:

- ✓ Integración del plan de desarrollo de la actividad económica turística como parte de los documentos de planeación de las entidades departamentales (POT).
- ✓ Constitucionalidad, asegurando que los objetivos y orientaciones del Plan de Desarrollo Turístico local respondan a las políticas económica, social y ambiental del gobierno nacional y departamental, los principios de equidad social y participación y a los objetivos señalados en los programas electorales de los candidatos electos.
- ✓ Sustentabilidad, incluyendo los tres pilares de la sustentabilidad turística en la aplicación de programas y acciones:
  - Conservación y recuperación de los valores culturales y naturales del territorio
  - Respeto por las culturas que conviven el territorio y la mejora de la calidad de vida de las poblaciones locales.
  - Generación de utilidades económicas para empresarios, prestadores de servicios y emprendedores, incluyendo el cumplimiento de las obligaciones fiscales y sociales que les correspondan dentro del marco de la ley.
- ✓ Se procurará la coherencia con las políticas de desarrollo sustentable de carácter general, con especial énfasis en el mantenimiento de los valores del espacio natural y

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

los bienes culturales, como componentes básicos de la oferta turística y soporte de los beneficios esperados para la población local y los empresarios.

- ✓ Aplicabilidad, buscando el énfasis de las propuestas en el “poder ser” más que en el “deber ser” y buscando en la formulación de los programas y acciones, la conexión entre las propuestas y algunos factores clave de aplicabilidad.
- ✓ Disponibilidad y disposición presupuestaria.
- ✓ Relación sinérgica con programas y proyectos existentes.
- ✓ Coherencia con las potencialidades detectadas en el diagnóstico.
- ✓ Voluntad pública y consenso social.
- ✓ Existencia de oportunidades exógenas y endógenas.

En cualquier caso, la información está disponible para facilitar las decisiones de consenso y enfocar las actividades en las diferentes fases del trabajo para estimular una visión de realismo, formalidad y respuesta a la demanda del mercado turístico. Se procurará evitar las consecuencias cruzadas que se derivan de inversiones innecesarias o poco meditadas que dan lugar a la aparición de los llamados “elefantes blancos”, proyectos fallidos que, en definitiva, dificultan la aplicación de acciones más efectivas y adaptadas a la realidad económica y social de los territorios y a las necesidades y oportunidades que determina la demanda turística.

Especificidad, este plan sectorial de turismo está conectado directamente con el proyecto de solicitud de la declaratoria de “Distrito Especial Turístico y Cultural” para Riohacha y el Plan Riohacha 470.

### **2.2 Antecedentes**

La Guajira ha sido destino turístico de Colombia, por sus bellos paisajes y cultura, Riohacha su capital, una ciudad llena de historia y gente amable; una de las pocas actividades

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

económicas que mueve esta región es el turismo por sus diferentes sitios históricos, sus playas, mar y culturas.

El departamento siempre ha tenido en cuenta que su geografía y su diversidad de cultura son un factor importante para el desarrollo de la región, por tal motivo desde muchos años atrás han venido realizando gestión para incentivar el turismo, esto lo demuestra un breve contexto sobre el desarrollo del turismo según Ericka Brugés, magister en Planificación y Gestión de Turismo de la Universidad Externado de Colombia.<sup>1</sup>



*Ilustración 1* Contexto Sobre el Desarrollo Inicial del Turismo en la Guajira

Las iniciativas para fortalecer el turismo han sido constantes, desde el sector estatal el programa de posadas turísticas en 2004, que se dio gracias a la gestión del gobernador de ese periodo administrativo y su directora de turismo departamental. Para ese momento, La Guajira no contaba con suficiente capacidad hotelera. Lo que pasó a continuación, fue que el programa contrarrestó esa carencia con un alojamiento de características propias de los lugareños de la etnia wayuu. Otra gran iniciativa que también ha permitido el aumento anual de turistas en la región se dio en el año 2014 liderada por el Alcalde del periodo del momento, Rafael Ceballos Sierra, quien radicó ante la Comisión de Descentralización y Ordenamiento Territorial de la

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

Cámara de Representantes, la solicitud para que la Guajira fuera declarada Distrito Turístico y Cultural. La iniciativa, fue acogida y defendida por el Representante a la Cámara Alfredo De Luque, quien logró finalmente, surtidos todos los pasos de ley, que la Cámara de Representantes a través del proyecto de ley 196 del 2014 otorgará la categoría de Distrito Especial Turístico y Cultural a la Ciudad de Riohacha capital de la Guajira.

Con todos los programas, estrategia e iniciativas del gobierno estatal se evidencia un crecimiento en el turismo, como se refleja en la gráfica1. Información estadística del departamento de la Guajira.

INDICADOR	2013	2014	2015	2016	2017	Crec %14/13	Crec %15/14	Crec %16/15	Crec %17/16	2017	2018	Crec %18/17	Periodo Acum.
Llegada de Pasajeros aéreos internacionales en vuelos regulares	0	0	0	0	0	-	-	-	-	0	0	0%	-
Llegada de Pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares	99.765	116.236	114.642	109.968	75.872	17%	-1%	-4%	-31%	47.286	46.147	-2.41%	ENE-JUL
Visitantes extranjeros no residentes	8.310	9.187	8.888	25.036	55.876	11%	-3%	182%	123%	33.626	55.599	65.35%	ENE-AGO
Visitantes parques nacionales naturales	14.501	8.363	13.652	11.567	16.076	-42%	63%	-15%	39%	9.184	13.739	49.60%	ENE-JUN
Salidas pasajeros terminal de transporte terrestre	712.543	589.677	321.518	313.679	0	-17%	-45%	-2%	-100%	0	65.275	65275%	FEB-FEB
Pasajeros en Crucero	0	0	0	0	0	-	-	-	-	0	0	0%	-
Prestadores de servicios turísticos activos en RNT	152	170	170	212	355	12%	0%	25%	67%	324	366	12.96%	ENE-AGO
Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	109	116	120	160	262	6%	3%	33%	64%	248	266	7.26%	ENE-AGO
Ocupación hotelera (%)	0,00	0,00	0,00	0	0	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0	0	0%	-
Total Habitaciones Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	2.102	2.241	2.222	2.571	3.805	7%	-1%	16%	48%	3.662	3.692	0.82%	ENE-AGO
Total Camas Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	3.595	3.857	3.862	4.446	6.879	7%	0%	15%	55%	6.545	6.634	1.36%	ENE-AGO

Ilustración 2 Información estadística del Departamento de la Guajira

### **3. Identidad del Proyecto**

#### **3.1 Misión**

Ofrecer al cliente no solo un lugar para el descanso sino una experiencia inolvidable desde el momento que visite nuestro establecimiento. Queremos posicionarnos en el centro de la Ciudad de Riohacha poniendo al alcance de nuestros clientes todo tipo de comodidades, desde el confort de una cama o habitación hasta la gastronomía propia de la región.

Por eso, nuestra misión se centra en los siguientes aspectos:

- Proyectar una imagen de calidad, haciendo sentir al cliente en un viaje por el mundo a través de las distintas instalaciones del hotel.
- Ofrecer el mejor servicio, superando las expectativas de los clientes.
- Contribuir al desarrollo y realización de sus empleados.

#### **3.2 Visión**

Ser punto de referencia de los hostales de la ciudad de Riohacha, y a largo plazo, a nivel nacional. Diferenciándonos con un servicio de alta calidad y económicamente asequible que permita ser la opción preferida tanto para clientes nacionales como extranjeros que visitan la ciudad o van de paso hacia otros municipios del departamento de la Guajira.

#### **3.3 Valores**

Tomando como base el trabajo en equipo y la importancia del factor humano en la calidad del servicio que se quiere ofrecer con orgullo a todos los visitantes del hostel, se pueden resumir nuestros valores en los siguientes puntos:

Personas: aseguramos las oportunidades de desarrollo basadas en el mérito y en la aportación profesional.

Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

Trabajo en equipo: fomentamos la participación de todos para lograr un objetivo común, compartiendo información, habilidades y conocimientos.

Orientación al cliente: centramos nuestro esfuerzo en la satisfacción del cliente, aportando soluciones competitivas y de calidad.

Innovación: promovemos mejoras continuas e innovación para alcanzar la máxima calidad desde criterios de rentabilidad.

Producto- Servicio de calidad y atención a los detalles.

Ofrecer al cliente una dimensión en servicios e instalaciones para hacer más agradable su estancia, y un alto nivel de confort.

### **3.4 Actividad Económica**

Código CIIU: 5519 Otros tipos de alojamiento para visitantes

Esta clase incluye:

La provisión de alojamiento temporal en unidades habitacionales, cuartos o apartamentos que no cumplen con las condiciones anteriores: son frecuentemente habitaciones o apartamentos ofrecidos en alquiler ocasionalmente, o en temporada por individuos, de manera informal, dentro de su vivienda o mediante habitaciones o apartamentos dedicados exclusivamente para tal fin, pero sin cumplir con los requisitos de entrada independiente, administración, etc.

Los servicios de los albergues de jóvenes, hostales con servicios mínimos, refugios de montaña, entre otros.

### **3.5 Concepto del Producto o Servicio**

Alojamiento es el servicio principal que ofrece el hostal. El alojamiento es un servicio de consumo directo e incluye el derecho de uso de una cama, el uso de las áreas comunes,

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

cafetería y conexión a internet, este servicio está compuesto por una parte tangible, que son los espacios físicos de los que dispone el huésped tales como los baños o la cocina, y por una parte intangible muy subjetiva de percepción tales como seguridad, comodidad, buen trato y confianza.

#### 4. Análisis del Sector

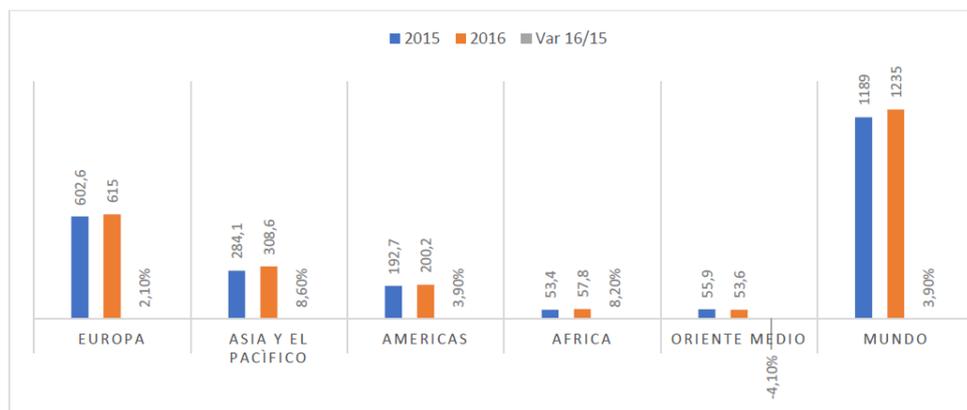
El turismo se ha convertido en un sector esencial para la economía mundial; en la actualidad representa cerca del 10% del PIB global, aporta 1 de cada 11 puestos de trabajo y constituye alrededor del 30% de las transacciones comerciales internacionales en el sector servicios, convirtiéndose en una fuente de ingresos alternativos e indispensables para muchos países.

Tabla 1  
*Boletín de Turismo*

LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES POR CONTINENTE (cifras en millones)					
ORIGEN	2015	2016	VARIACION 2015-2016	2017	VARIACION 2016-2017
EUROPA	602,60	615,00	2,1%	671,00	9,1%
ASIA Y EL PACIFICO	284,10	308,60	8,6%	324,00	5,0%
AMERICAS	192,70	200,20	3,9%	207,00	3,4%
AFRICA	53,40	57,80	8,2%	63,00	9,0%
ORIENTE MEDIO	55,90	53,60	-4,1%	58,00	8,2%

Fuente: Boletín mensual de turismo julio de 2017 expedido por la Oficina de Estudio Económicos – MinCIT

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA



Fuente: OMT -UNWTO

Figura 1. Boletín de turismo mensual

Según el último informe de la organización Mundial de Turismo (OMT), en 2017 se registró un notable aumento del 7% en las llegadas de turistas internacionales alcanzando un total de 1.323 millones. Estas variaciones positivas se vienen presentando de manera sostenida desde el 2015, salvo Oriente medio que tuvo una tendencia negativa en 2016 que fue superada en el año siguiente, estos buenos resultados se debieron en gran parte a la recuperación económica y a la fuerte demanda de numerosos mercados tradicionales y emergentes.

En 2017 el continente Americano presenta una variación positiva del 3% con respecto al año anterior, con 207 millones de llegadas de turistas internacionales. En Norteamérica, el aumento solo fue del 2% donde Estados Unidos, quien es el primer destino turístico de la región, sufrió una leve disminución de la visita de turistas internacionales, contrario al aumento en otros países como México y Canadá quienes presentan buenos resultados. Centroamérica y el Caribe presentan una variación positiva del 4%, mostrando una recuperación importante si se tiene en cuenta que fueron golpeadas por fuertes huracanes en los años recientes. Sudamérica está en el primer lugar con una variación positiva del 7% con participación importante de Argentina y Brasil.

Tabla 2  
Viajeros a Colombia

<b>RECEPTIVO TOTAL DE VIAJEROS A COLOMBIA</b>					
<b>ORIGEN</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>VARIACION 2015-2016</b>	<b>2017</b>	<b>VARIACION 2016-2017</b>
EXTRANJEROS NO RESIDENTES	2.288.342	2.593.057	13,3%	3.233.162	24,7%
COLOMBIANOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR	689.280	724.302	5,1%	794.045	9,6%
CRUCEROS INTERNACIONALES	272.206	303.582	11,5%	344.624	13,5%
TRANSFRONTERIZOS	1.196.618	1.471.111	22,9%	2.159.665	46,8%
<b>TOTAL COLOMBIA</b>	<b>4.446.446</b>	<b>5.092.052</b>	<b>14,5%</b>	<b>6.531.496</b>	<b>28,3%</b>

En Colombia, según datos de la OMT, las llegadas de turistas internacionales ascendieron a más de 4 millones en 2017, equivalente a una variación del 24% con respecto al 2016. En los informes del Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MINCIT) a Colombia llegaron en ese año 3.233.162 Extranjeros no residentes, 794.045 Colombianos residentes en el exterior, 344.624 visitantes con procedencia de cruceros internacionales y 2.159.496 de ingresos transfronterizos que totalizan más de 6.5 millones de llegadas, sin duda alguna la mayor cifra histórica del país, el ingreso de divisas por turismo representa un 78% del total de las exportaciones de servicios, convirtiéndose en el segundo renglón por ese concepto en el país. Entre 2010 y 2017 el MINCIT ha invertido 565.000 millones de pesos en 165 obras de infraestructura tales como senderos turísticos, centros de convenciones, muelles, embarcaderos, baños públicos, restauraciones, mobiliarios de playa y proyectos de señalización turística, todo esto dentro del plan de desarrollo del sector del Gobierno Nacional de Colombia que ha invertido 1 billón 47mil millones de pesos en la competitividad, promoción y desarrollo de la infraestructura turística.

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

Tabla 3  
*Motivo de Viaje*

MOTIVO DE VIAJE HACIA COLOMBIA						
AÑO	NEGOCIO	OCIO	CONVENCIONES	SALUD	AMERCOS	OTROS
2015	44,7	44,7	6,6	1,1	0,6	2,3
2016	41,8	47,3	6,9	0,7	0,8	2,6
2017	42,2	46,5	6,3	0,9	0,9	3,2

Los principales orígenes de procedencia a Colombia fue encabezado en 2017 por Venezuela con un total de llegadas de 767.347 que representa una variación positiva del 117.8 % respecto al año anterior, seguido por Estados Unidos con 529.013 llegadas al país y Brasil con 209.138. En cuanto al turismo nacional durante el 2017 se movilizaron 83.994.833 pasajeros por vía aérea, 9.022.727 pasajeros por vía terrestre y 3.944.345 vehículos por los peajes del país. Según la Muestra Mensual de Hoteles (MMH) del DANE los motivos de viajes más representativos son el Ocio con un 46.5%, seguido de negocios con 42.2% y las convenciones con 6.0%

De acuerdo con cifras del Banco de la República, el turismo se situó como el segundo generador de divisas, superando productos tradicionales como café, flores y banano. Durante el primer trimestre de 2017, las divisas generadas por turismo fueron 1,447 USD (Incluye las cuentas de Transporte de Pasajeros y Viajes. Datos preliminares) lo que significó un incremento de 2,1% respecto al mismo periodo del año anterior. (Fuente: PROCOLOMBIA.CO)

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

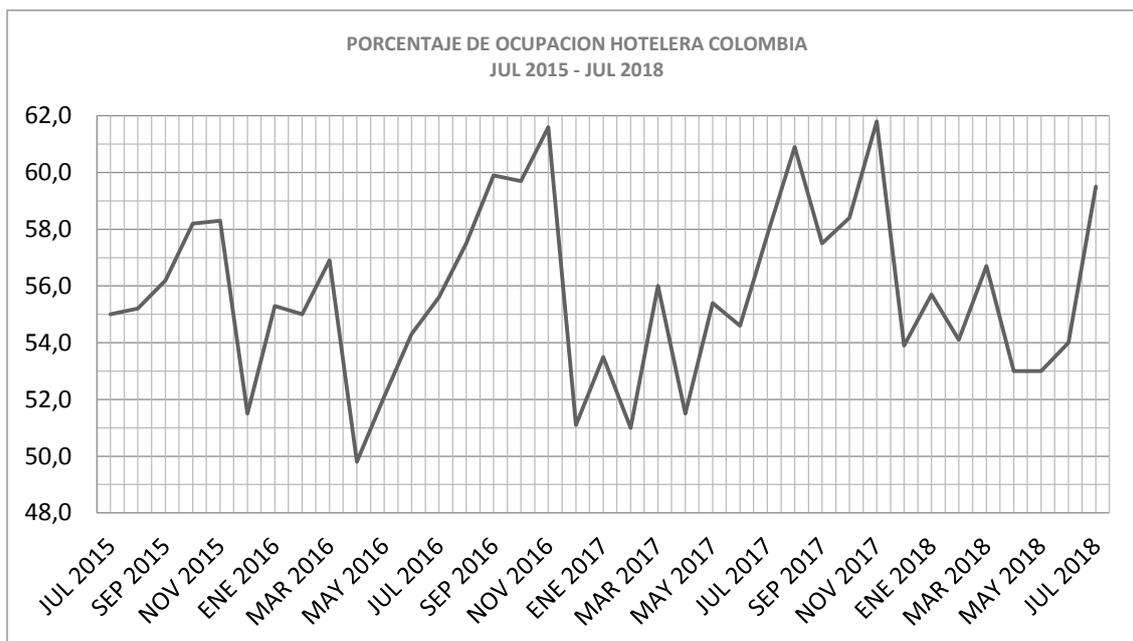


Figura 2. Porcentaje de Ocupación Hotelera

En el año 2017 los ingresos reales de los hoteles no presentaron variación y el personal ocupado varió 0,9%. En 2016 las variaciones fueron 5,1% y 2,5%, respectivamente. En 2017 la ocupación hotelera fue 56,0%, el porcentaje más alto desde que hay cifras comparables. En 2016 la ocupación hotelera fue 55,7%. Este comportamiento se debe, principalmente, al mayor número de eventos corporativos realizados en comparación con el año anterior, así como a la normalización en el transporte aéreo y la frecuencia de vuelos. En 2017 se presentó una variación negativa considerable en los meses de Enero con -3.3%, Febrero con -7.3 y Septiembre con -4% en comparación al 2016.

Tabla 4  
*Ocupación Hotelera en Colombia*

<b>VARIACION DEL PORCENTAJE OCUPACION HOTELERA EN COLOMBIA</b>					
	2015	2016	VARIACION	2017	VARIACION
			2015-2016		2016-2017
ENERO	44,9	55,3	23,2	53,5	-3,3
FEBRERO	49,5	55,0	11,1	51,0	-7,3
MARZO	53,3	56,9	6,8	56,0	-1,6

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

VARIACION DEL PORCENTAJE OCUPACION HOTELERA EN COLOMBIA					
ABRIL	49,1	49,8	1,4	51,5	3,4
MAYO	51,3	52,1	1,6	55,4	6,3
JUNIO	51,0	54,3	6,5	54,6	0,6
JULIO	55,0	55,6	1,1	57,8	4,0
AGOSTO	55,2	57,5	4,2	60,9	5,9
SEPTIEMBRE	56,2	59,9	6,6	57,5	-4,0
OCTUBRE	58,2	59,7	2,6	58,4	-2,2
NOVIEMBRE	58,3	61,6	5,7	61,8	0,3
DICIEMBRE	51,5	51,1	-0,8	53,9	5,5
<b>TOTAL</b>	<b>52,8</b>	<b>55,7</b>	<b>5,8</b>	<b>56,0</b>	<b>0,6</b>

## Turismo En La Guajira

El panorama en el departamento de La Guajira sigue la tendencia de crecimiento del país, según el Centro de Información Turística Colombiana CITUR, durante el 2017 los datos del turismo presentaron una variación positiva en casi todos los aspectos. Con la afluencia del turismo, también ha aumentado la infraestructura del sector, se nota el aumento de los establecimientos de alojamiento y hospedaje, donde en 2017 registró una variación positiva del 63.75%, la capacidad de habitaciones ha aumentado cerca del 70% desde el 2015, en ese año la cantidad camas disponibles eran 3.862, ya en 2017 llegaron a 6.789, lo que ha generado un aumentos por ese concepto pasando de 675 en 2015 a 1.116 en 2017.

Tabla 5  
*Estadística del turismo en la región*

ESTADISTICAS DEL TURISMO EN LA GUAJIRA					
INDICADOR	2015	2016	variación 2015-2016	2017	variación 2016-2017
Llegada de Pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares	114.642	109.968	-4,08%	75.872	-31,01%
Visitantes extranjeros no residentes	8.888	25.036	181,68%	55.876	123,18%
Visitantes parques nacionales naturales	13.652	11.567	-15,27%	16.076	38,98%

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

ESTADISTICAS DEL TURISMO EN LA GUAJIRA					
Salidas pasajeros terminal de transporte terrestre	321.518	313.679	-2,44%	N/R	0,00%
Prestadores de servicios turísticos activos en RNT	170	212	24,71%	355	67,45%
Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	120	160	33,33%	262	63,75%
Total Habitaciones Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	2.222	2.571	15,71%	3.805	48,00%
Total Camas Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	3.862	4.446	15,12%	6.879	54,72%

Unos de los datos más relevantes es el aumento del 123.18% de los visitantes extranjeros no residentes quienes pasaron de 25.036 en 2016 a 55.876 en 2017, esto sin duda es motivado por los dos grandes atractivos turísticos del departamento, el Cabo de La Vela y Palomino que son el eje principal del turismo en La Guajira.

### 5. Análisis del mercado

Con el objetivo de conocer la viabilidad comercial del proyecto, analizaremos el mercado por medio de una investigación cuantitativa, de esa manera determinaremos los segmentos, el público objetivos y sus necesidades.

Para determinar el tamaño de la muestra de este proyecto aplicado, se definió el universo como todos los turistas extranjeros y nacionales que visitan la ciudad de Riohacha, la población objetivo serán el conjunto de turistas nacionales y extranjeros mayores de 18 años hospedados en los Hostales con mejores calificaciones y reseñas ubicados en la ciudad de Riohacha.

Dado que se desconoce el tamaño total de la población, se definirá la muestra por la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

En donde:

$Z = 1.289$  (equivalente a un nivel de confianza unilateral del 90%). Grado o nivel de seguridad que existe para generalizar los resultados obtenidos. Un porcentaje del 100% equivale a decir que no existe ninguna duda para generalizar tales resultados, pero también implica estudiar a la totalidad de los casos de la población (censo). Se denota como  $Z$ . Para evitar un costo muy alto se busca un porcentaje de confianza menor, en este caso 90%. El nivel de confianza es la probabilidad que establecemos (sin hacer ningún cálculo) para poder acertar al valor verdadero de la población.

$p = 0.60$  (probabilidad de éxito o proporción esperada de un 60%). Probabilidad (o porcentaje) con el que se aceptó y rechazó la hipótesis que se quiere comprobar. El porcentaje con el que se aceptó tal hipótesis se denomina variabilidad positiva y se indica con  $p$  (también llamada probabilidad de éxito), y el porcentaje con el que se rechazó la hipótesis es la variabilidad negativa, identificada con  $q$ , también llamada probabilidad de fracaso, y se obtiene como  $q = 1 - p$ .

Variabilidad positiva  $p$  es la probabilidad de que suceda el evento.

$q = 0.40$  (probabilidad de fracaso de un 40%). Variabilidad negativa  $q$  es la probabilidad de que no suceda el evento. Para este caso se considerará siempre:  $p = 0.6$ , y por lo tanto  $q = 1 - 0.6 = 0.4$

$e = 0.07$  (margen de error de un 7%). Este error es una distancia alrededor del valor que se desea estimar y da un margen de aproximación. Al igual que en el caso de la confianza, si se quiere eliminar el riesgo del error y considerarlo como 0%, entonces la muestra es del mismo tamaño que la población (censo), por lo que conviene realizar un muestreo que implica menos tiempo y menor costo, aunque se corre un cierto riesgo de equivocarse. Comúnmente se aceptan entre el 4% y el 7% como error, tomando en cuenta que no son complementarios la confianza y el error, es decir, que en un muestreo podemos tener 90% de confianza con 7% de error.

Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

n = 81 (tamaño de la muestra definido en personas)

### **5.1 Investigación Deductiva**

El método utilizado para la investigación de enfoque cuantitativo, corresponde al método deductivo; que permite observar la información obtenida a través de encuesta para su posterior análisis de la información recolectada. Para iniciar la investigación se realizó un cuestionario de 15 preguntas para encuestar una muestra de 81 turistas hospedados en hostales de la ciudad de la ciudad de Riohacha, la cual se seleccionó de una manera aleatoria, se escogieron 10 hostales de la ciudad para diligenciar la encuesta por parte de los turistas visitantes.

### **5.2 Encuesta de investigación**

Para realizar la encuesta, se elaboró un cuestionario de 15 pregunta, las primeras 3 preguntas nos permiten conocer el segmento al cual nos debemos enfocar, las otras preguntas nos permite conocer las necesidades, los gusto y medios de divulgación.

A continuación se presenta la formulación del cuestionario:

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

EDAD / AÑOS					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18-24	25-34	35-44	45-54	55 O MAS	
SEXO					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	
MASCULINO				FEMENINO	
PAIS ORIGEN					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EUROPA	ASIA	NORTEAMERICA	SURAMERICA	COLOMBIA	
1. PARA USTED QUE TAN IMPORTANTE ES QUE EL STAFF DEL HOSTAL HABLE INGLES ?					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
MUY IPORTANTE	NO IMPORTA			POCO IMPORTANTE	
2. CUAL FUE SU MOTIVACION PARA VISITAR RIOHACHA ?					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
OFERTA GASTRONOMICA	DESCANSO / RELAX	OFERTA ETNICO CULTURAL	SITIOS TURISTICOS/ PLAYAS	OFERTA LUDICA / NOCTURNA	OFERTA LUDICA/NOCTURNA
3. CUANTAS NOCHES SE VA A HOSPEDAR EN RIOHACHA ?					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
1 NOCHE	2 NOCHES	3 NOCHES	4 NOCHES	5 O MAS NOCHES	
4. USTED NORMALMENTE VIAJA CON ?					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
SOLO	FAMILIA	PAREJA	GRUPO		
5. POR CUAL MEDIO SE ENTERO USTED DE RIOHACHA COMO DESTINO TURISTICO ?					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
REDES SOCIALES	TELEVISION	RADIO	VOZ A VOZ	AGENCIAS TURISTICAS	PAGINAS WEB
6. QUE MEDIO UTILIZO PARA HACER LA RESERVA ?					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
PAGINA WEB ESPECIALIZADAS	APPS ESPECIALIZADAS	AGENCIAS TURISTICAS	CUMUNICACION DIRECTA CON EL HOSTAL	CAMINANDO POR LA CIUDAD	
7. CUEL FUE LA RAZON POR LA QUE ESCOGIO EL HOSTAL ?					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
PRECIO	COMENTARIOS / CALIFICACION	UBICACIÓN	SERVICIOS OFRECIDOS	INSTALACIONES	
8. CUANTO DINERO PRESUPUESTA PARA EL HOSPEDAJE?					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
MENOS DE 15,000 COP	DE 15,000 A 30,000 COP	DE 30,000 A 45,000 COP	DE 45,000 A 60,000 COP	MAS DE 60,000	
9. EN CUANTO A UBICACIÓN, CUAL FUE EL CRITERIO PARA ESCOGER EL HOSTAL ?					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
CERCANIA A SITIOS TURISTICOS	CERCANIA AL CENTRO	CERCANIA AL AEROPUERTO	SECTOR SEGURO		
10. USTED CUANDO VIAJA SE HOSPEDA EN UN HOSTAL:					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
SIEMPRE	CASI SIEMPRE	POCAS VECES		NUNCA	
12. QUE SERVICIO UTILIZA CUANDO ESTA HOSPEDADO EN UN HOSTAL ? PUEDE ELEGIR VARIAS OPCIONE					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
AIRE ACONDICIONADO	INTERNET GRATIS	LAVANDERIA	DESAYUNO INCLUIDO	HABITACIONES PRIVADAS	ESPACIO PARA FUMAR
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ESPACIO PARA MASCOTAS	ALQUILER DE VEHICULOS	PARQUEADERO	COCINA COMUNITARIA	BAR	TERRAZA

## 5.3 Resultados de la investigación

Pregunta No. 1 Edad

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

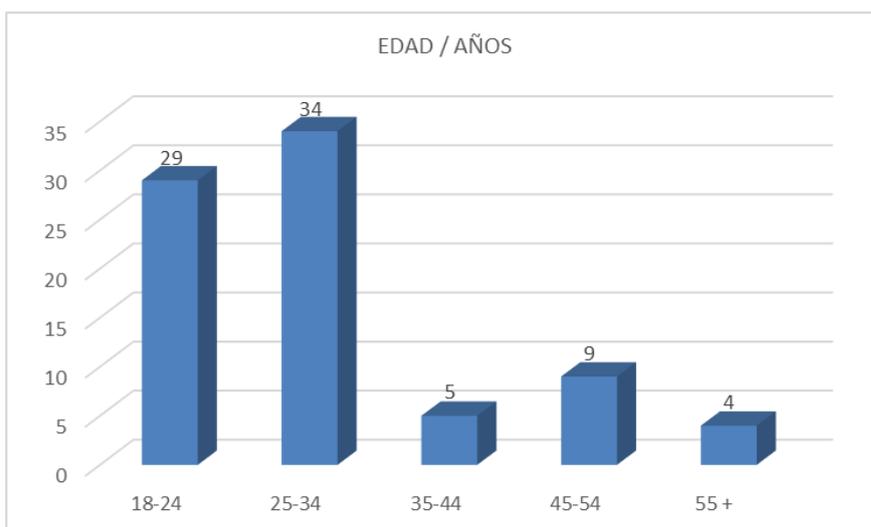


Figura 3. Edad de Encuestado

Fuente. Elaboración propia con la información suministrada por turistas encuestados.

Los resultados nos muestran que de los 81 encuestados, 34 corresponden a la edad de 25 a 34 años de edad, seguida de 29 turistas que tienen edades entre 18 y 24 años. Lo anterior nos confirma los rangos de edades de quienes visitan y se hospedan en hostales de la ciudad.

## Pregunta No. 2. Genero de Encuestado

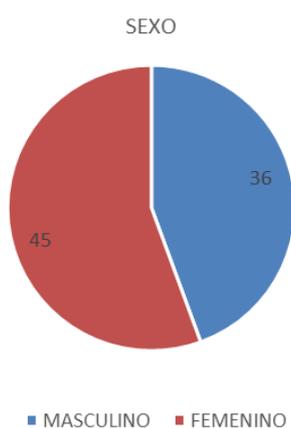


Figura 4. Genero de Encuestado

Fuente. Elaboración propia con la información suministrada por turistas encuestados.

Podemos evidenciar que de los 81 encuestados 45 son de género femenino, no muy lejano del género masculino el cual corresponde a la cantidad 36 encuestados.

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

## Pregunta No. 3. País de Origen de Encuestado

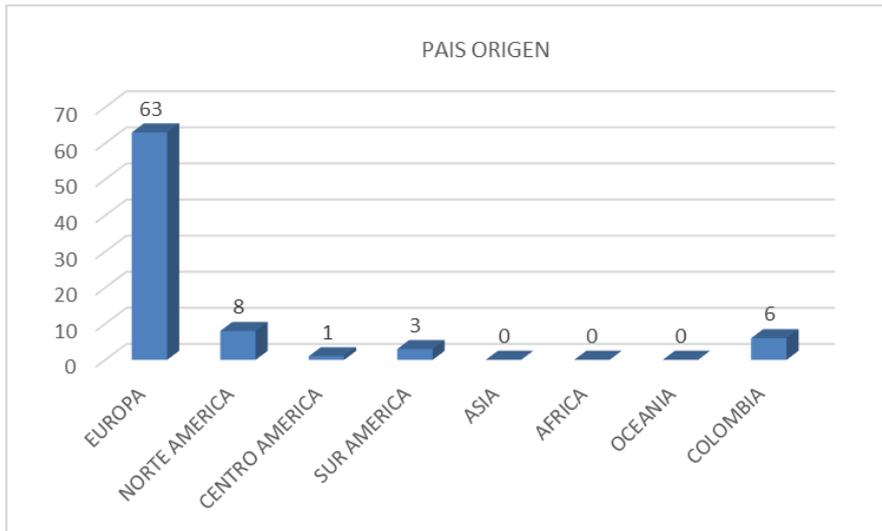


Figura 5. País de Origen de Encuestado

Fuente. Elaboración propia con la información suministrada por turistas encuestados.

Se evidencia que la gran mayoría de las personas encuestadas llegan a la ciudad de Riohacha y se hospedan en hostales provienen del exterior, especialmente de Europa, seguida por colombianos.

## Pregunta No. 4. ¿Para usted que tan importante es que el staff del hostel hable inglés?

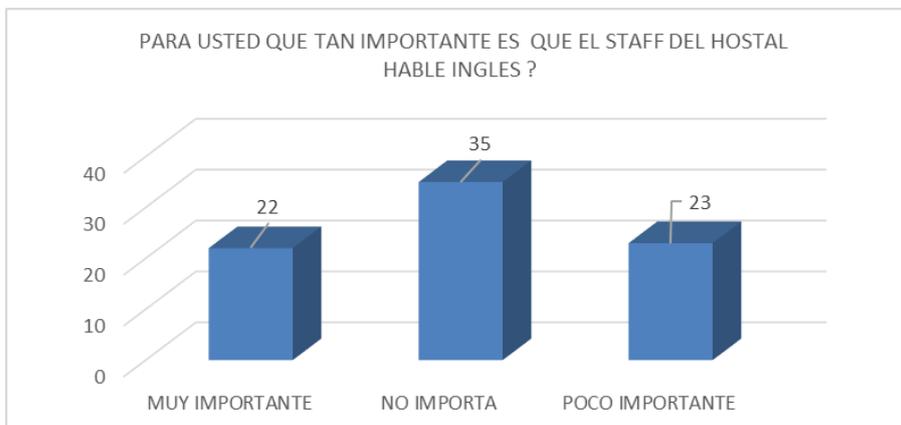


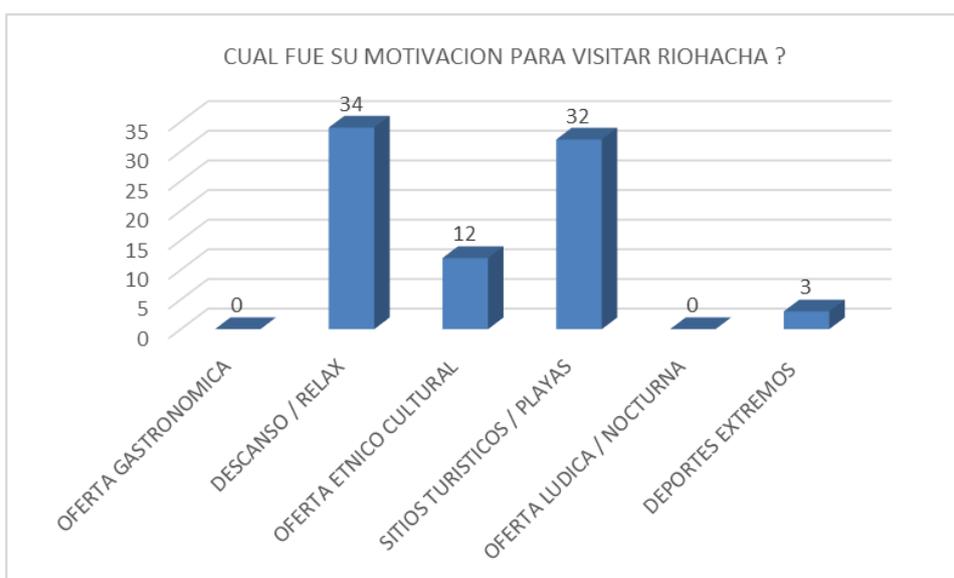
Figura 6. Es importante es el Manejo del Idioma Ingles de Staff del Hostal

Fuente. Elaboración propia con la información suministrada por turistas encuestados.

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

El resultado nos demuestra que 35 personas de las 81 personas indican que no es muy importante el manejo de idioma Inglés en los colaboradores del Hostal, sin embargo es necesario tener en cuenta que 22 indican que si es muy importante, es una cantidad que indican que se debe evaluar contratación de personal que trabajará en el proyecto.

### Pregunta No. 5 ¿Cuál fue su motivación para visitar Riohacha?



*Figura 7.* Motivo de Visita a Riohacha

Fuente. Elaboración propia con la información suministrada por turistas encuestados.

De las opciones entregadas, podemos evidenciar que el motivo más relevante por el cual visitan la Ciudad es por turismo y descanso; 34 personas indican que su visita se debe al descanso mientras que 32 personas consideran por su turismo y playas.

### Pregunta No. 6 ¿Cuántas noches se va a hospedar en Riohacha?

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

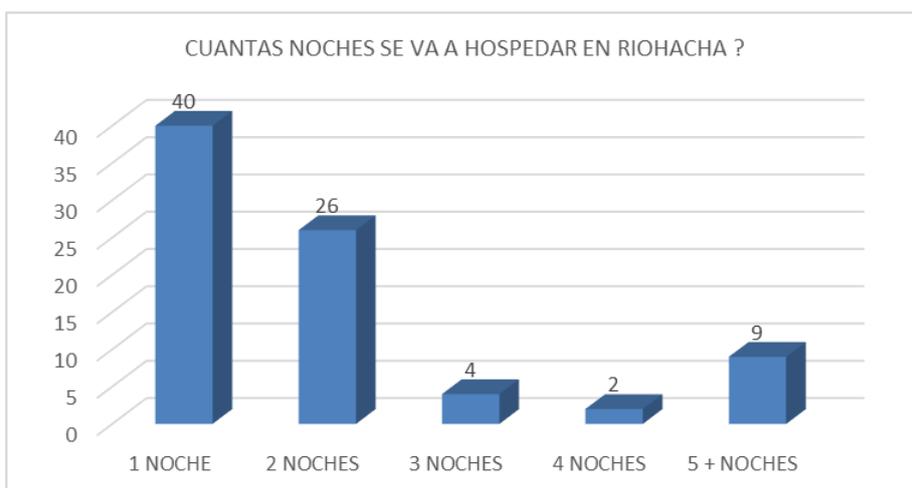


Figura 8. Noches de Hospedaje en Riohacha

Fuente. Elaboración propia con la información suministrada por turistas encuestados.

De una muestra de 81 personas encuestadas, 40 de ellos indican que solo pasan una noche en la ciudad, 26 personas responden que 2 noches, esto no permite relacionar que son estadías de paso.

Pregunta No. 7. ¿Usted normalmente viaja con?

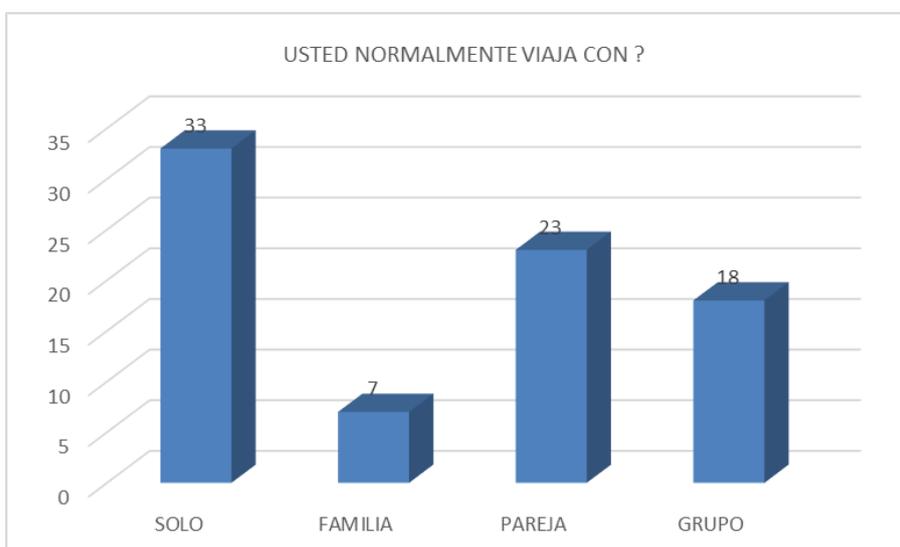


Figura 9. ¿Usted normalmente viaja con?

Fuente. Elaboración propia con la información suministrada por turistas encuestados.

La respuesta de las 33 personas que indican viajar solas y de las 23 que responde que viajan en pareja, nos indican que el hostal es una excelente opción para su estadía en la ciudad.

Pregunta No. 8 ¿Por cuál medio se enteró usted de Riohacha como destino turístico?

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

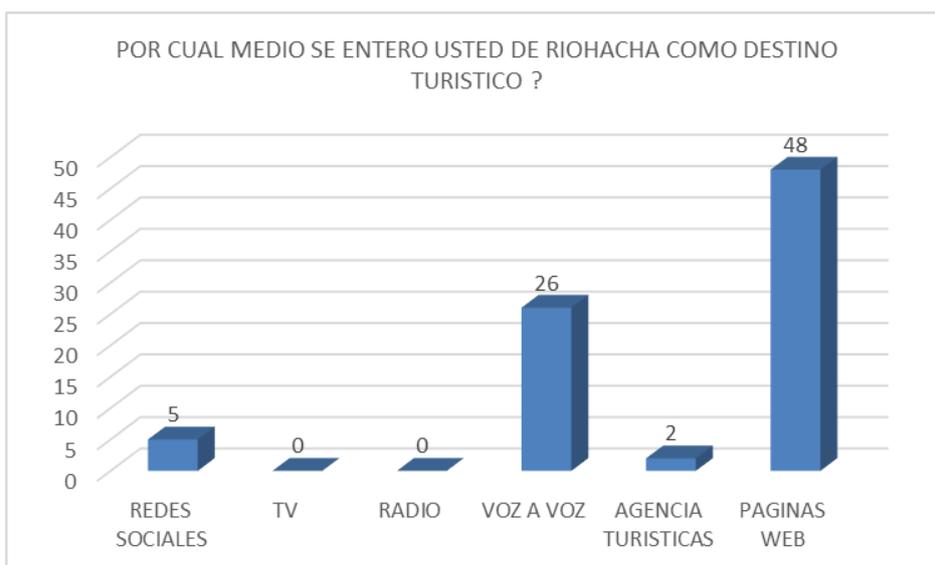


Figura 10. ¿Medio de Comunicación por el que se Enteró de Riohacha?

Fuente. Elaboración propia con la información suministrada por turistas encuestados.

De los 81 encuestados, 48 mencionan las páginas Web como el medio por donde se enteraron de la ciudad como sitio turístico, mientras que ninguno de los encuestados mencionó los medios de comunicación tradicionales.

Pregunta No. 9 ¿Qué medio utilizo para hacer la reserva?

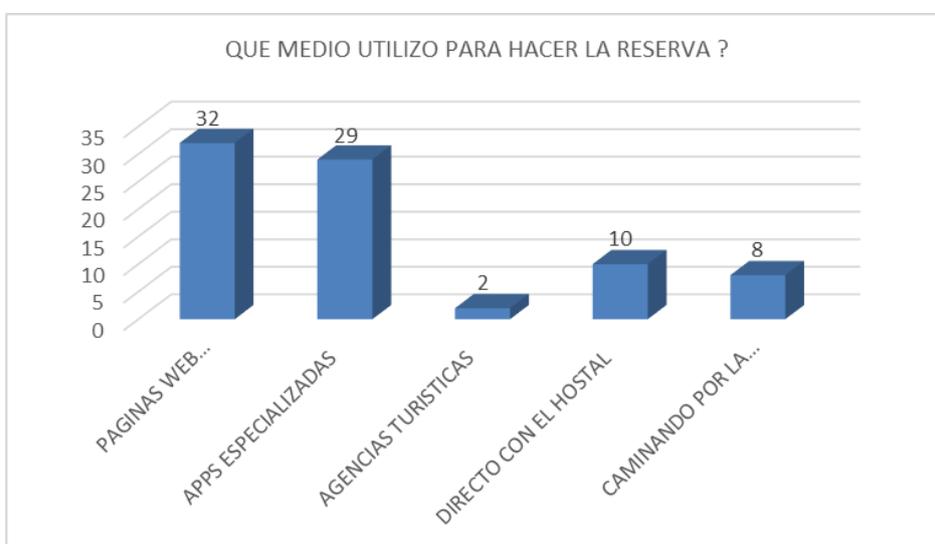


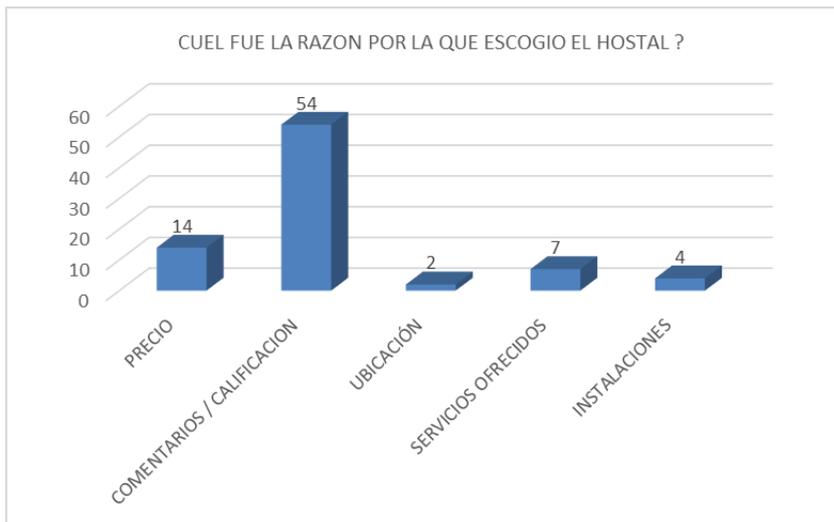
Figura 11. Medios que Utilizó para Hacer la Reserva

Fuente. Elaboración propia con la información suministrada por turistas encuestados.

Se evidencia que los medios de reserva en su mayoría son las páginas web y las aplicaciones especializadas.

Pregunta No. 10 ¿Cuál fue la razón por la que escogió el hostal?

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

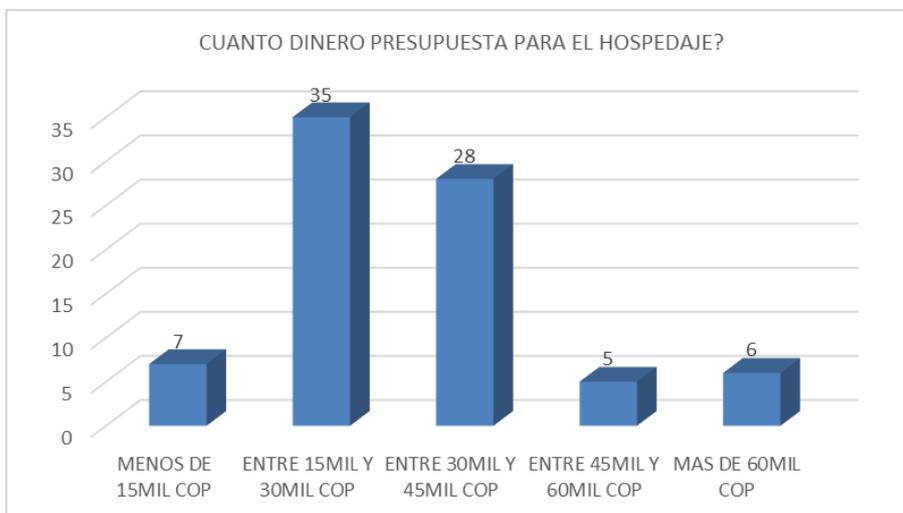


*Figura 12.* Razón por la que Escogió el Hostal

Fuente. Elaboración propia con la información suministrada por turistas encuestados.

Con la respuesta entregada por los encuestados, podemos analizar que el voz a voz y los comentarios de otros usuarios son importantes para escoger el hostel dejando el precio en un segundo lugar.

### Pregunta No. 12 ¿Cuánto dinero presupuesto para el hospedaje?



*Figura 13.* Dinero Presupuestado para el Hospedaje

Fuente. Elaboración propia con la información suministrada por turistas encuestados.

Evidenciamos que el valor por día que están dispuesto a pagar los usuarios, según los encuestado esta entre \$ 15.000 y 30.000 moneda Colombiana.

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

Pregunta No. 13. ¿En cuanto a ubicación, cual fue el criterio para escoger el hostel?

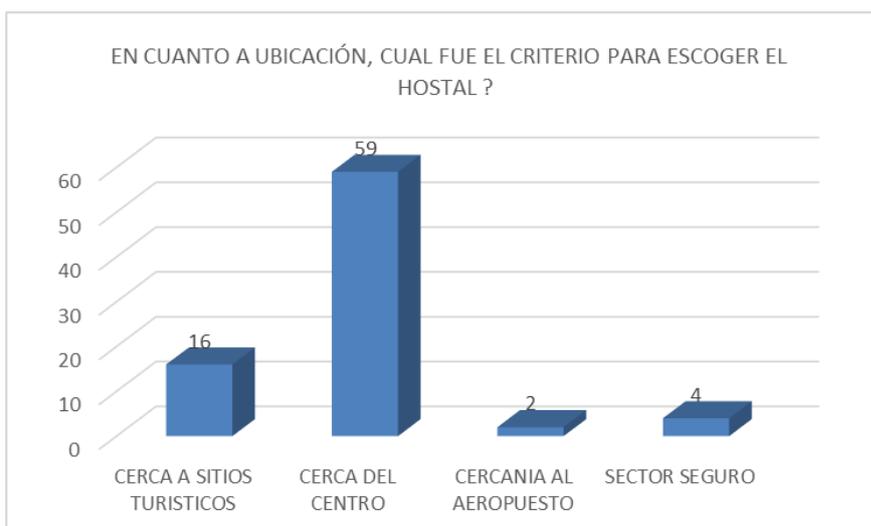


Figura 14. Criterios para Escoger el Hostel por Ubicación

Fuente. Elaboración propia con la información suministrada por turistas encuestados.

La mayoría de los encuestados escogieron el hostel por encontrarse cerca al centro de la ciudad, posterior por encontrarse cerca a sitios turísticos.

Pregunta No. 14. ¿Usted cuando viaja se hospeda en un hostel?

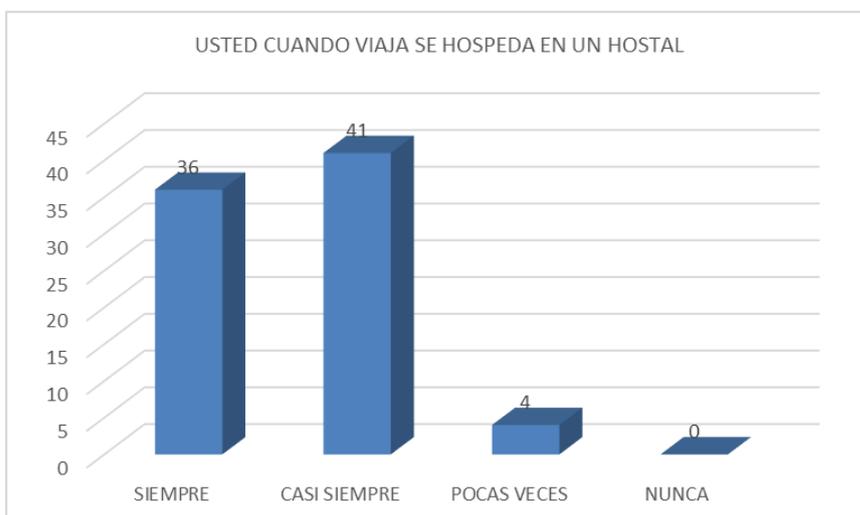


Figura 15. ¿Cuándo Viaja se Hospeda en un Hostel?

Fuente. Elaboración propia con la información suministrada por turistas encuestados.

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

Pregunta No. 15. ¿Qué servicio utiliza cuando esta hospedado en un hostel? Puede elegir varias opciones.



Figura 16. ¿Qué Servicios Utiliza cuando se Hospeda en un Hostel?

Fuente. Elaboración propia con la información suministrada por turistas encuestados.

Esta pregunta nos da la guía para conocer las necesidades de los turistas, evidenciando que es indispensable el aire acondicionado, el servicio de desayuno y de una terraza.

## 6. Definición del segmento

La investigación realizada, nos otorgó información importante para tener en cuenta al momento de seleccionar el segmento al cual dirigir el proyecto de crear un hostel en la ciudad de Riohacha; la encuesta nos permitió conocer el Público que visita la ciudad, el tiempo de estadía, sus necesidades y medios de comunicación utilizados.

Al analizar los resultados observamos que las personas que llegan a Riohacha lo hacen por turismo y descanso pero su estadía en promedio es de uno a dos días, lo que nos indica que su destino final son zonas aledañas.

Iniciando la segmentación del mercado podemos definir el público objetivo del proyecto como extranjeros en especial europeos y colombianos.

### **6.1 Características del Segmento**

Clasificando nuestro segmento como extranjeros en especial europeos y colombianos, ambos manejan una diversidad cultural pero todos buscan en el destino de la guajira conocer nuevas culturas (indígenas), paisajes y playas con el objetivo de descansar y cambiar la rutina que cada uno maneja en sus países y ciudades de origen, buscan un lugar turístico que les permita vivir nuevas experiencias.

### **6.2 Género**

El análisis del mercado realizado a través de una investigación cuantitativa, nos demostró que tanto mujeres como hombres visitan la ciudad como lugar turístico, por lo tanto nuestro segmento no tendrá distinción de género, nuestro producto estará destinado para hombres como para mujeres, sin dejar a un lado a los grupos LGBT, quienes se han convertido en un símbolo de inclusión y un público potencial.

### **6.3 Edad**

Nuestra audiencia se verá reflejada desde tempranas edades desde los 5 o 6 años en adelante, lo anterior teniendo en cuenta que ser un hostel que permitirá el ingreso de familias, pero público objetivo en el cual enfocaremos todo nuestros esfuerzos será personas mayores de edad desde los 18 años hasta los 35 años.

### **6.4 Estrato**

El segmento seleccionado está ligado al estrato socioeconómico 3, 4 y 5, lo anterior si hablamos del público colombiano, cuando nos referimos a extranjeros podemos hacer referencia a estratos bajo-medio y medio.

## 6.5 Segmentación Geográfica

Se ha seleccionado segmentación geográfica en dos, uno de ellos son extranjeros europeos y el otro son colombianos, los dos con las necesidad de un espacio en el cual le brinden comodidad a un precio asequible.

## 7. Análisis de la competencia

La infraestructura hotelera en Riohacha aún se encuentra en desarrollo, en la actualidad no hace presencia ninguna cadena hotelera importante de gran influencia nacional o internacional, esta infraestructura en su mayoría son iniciativas de pequeñas sociedades comerciales o familiares, la oferta hotelera incluye hoteles, aparta hoteles, hostales, pensionados y rancherías o fincas turísticas. Para el análisis de la competencia se estudiaron diferentes aspectos, el primero de ellos fue la ubicación, se escogieron los establecimientos ubicados dentro de un área específica delimitada desde la calle 1 hasta la 15 y desde la carrera 1 hasta la 20, esta área es la más importante de la ciudad en ella se encuentran la mayoría de establecimientos comerciales, instituciones estatales, entidades gubernamentales e infraestructura hotelera.

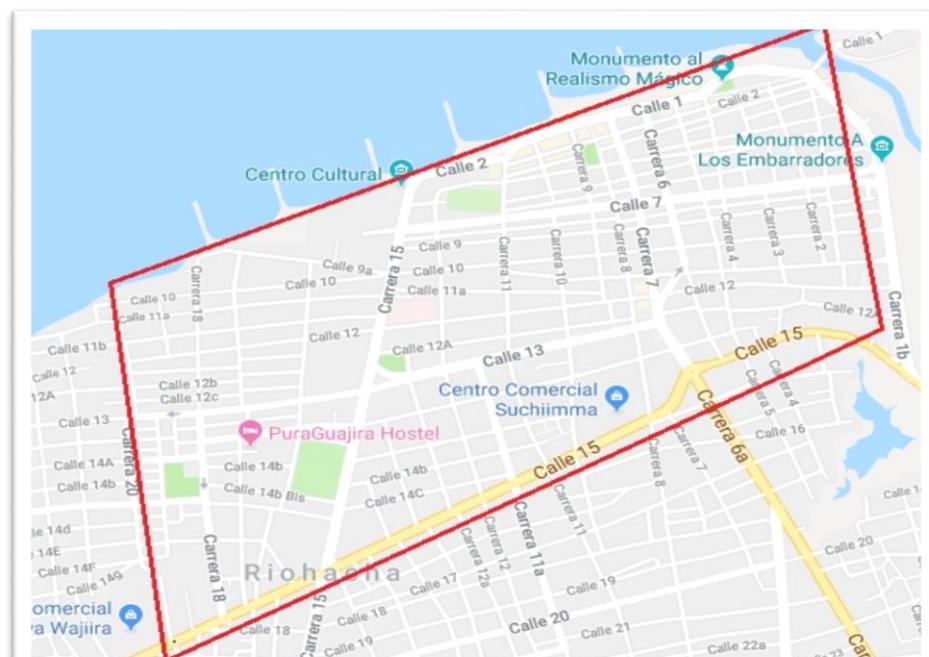


Ilustración 3. Mapa delimitado de Riohacha entre la calle 1 hasta la 15

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

El segundo factor fue el precio, se realizó una investigación de la tarifa que cobran los diferentes establecimientos hoteleros por una acomodación sencilla en el área seleccionada, la investigación determinó que el precio promedio de una habitación de hotel es casi del doble del valor una cama en un hostel, y que la tarifa de un aparta hotel es casi el triple. En cuanto a los pensionados, se evidenció que el precio es similar o menor al de un hostel, además no se encontraron fincas o rancherías turísticas en esa zona. De esta forma se descartaron los hoteles y los apartahoteles que estén por encima del precio máximo de una cama en un hostel.

Tabla 6

*Precios del sector hotelero*

PRECIOS SECTOR HOTELERO RIOHACHA X ACOMODACION SENCILLA		
CLASE	PRECIO MINIMO	PRECIO MAXIMO
APARTAHOTEL	\$ 90.000	\$ 200.000
HOTEL	\$ 65.000	\$ 220.000
HOSTAL	\$ 28.000	\$ 38.000
PENSIONADO	\$ 10.000	\$ 30.000
RANCHERIA TURISTICA	N/A	N/A

El tercer concepto que se tomó en cuenta para el análisis, fueron las calificaciones que tienen los respectivos establecimientos en las páginas especializadas booking.com y tripadvisor.com. Dentro del proceso, se evidencio que la mayoría de los pensionados no se encuentran en dichas páginas y los que se encuentran no tienen calificaciones razón por la cual se descartaron, la metodología para elegir los establecimientos con las mejores calificaciones consistió en dividir la puntuación que tienen entre el número de comentarios, procedimiento se realiza en cada una de las páginas, dichos coeficientes resultantes se suman y nos da el dato definitivo, entre más cerca de cero se encuentre el valor definitivo mejor es la calificación obtenida.

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

Tabla 7  
Calificación hotelera

ANÁLISIS DE CALIFICACIONES, PUNTUACION / COMENTARIOS						
ESTABLECIMIENTO	TRIPAVISOR		BOOKING	TOTAL		
				COEFICIENTE		
BONA VIDA HOSTEL 3RA	5/161	0,0311	9,2/435	0,0211	0,0522	
HAPPINES HOSTEL	5/263	0,0190	8,9/59	0,1508	0,1699	
PURA GUAJIRA HOSTEL	5/108	0,0463	9,8/47	0,2085	0,2548	
BONA VIDA HOSTEL 5TA	4,5/22	0,2045	9,4/130	0,0723	0,2769	
HOSTEL NINA KITE	5/53	0,0943	8,4/27	0,3111	0,4055	
CARIBBEAN HOSTEL	4,5/11	0,4091	8,7/30	0,2900	0,6991	
GOA HOSTEL	5/22	0,2273	9,4/7	1,3429	1,5701	
CASA PROFUNDA HOSTEL	5/5	1,0000	9,9/13	0,7615	1,7615	
HOSTAL LIWA KASHI	5/2	2,5000	8,8/7	1,2571	3,7571	

Después de realizar el análisis de las calificaciones, se tomaron los cinco mejores establecimientos, los cuales resultaron ser todos hostales. A continuación se muestra una tabla comparativa sobre los establecimientos competencia, teniendo en cuenta, precio y servicios básicos ofrecidos.

Tabla 8  
Análisis de la competencia

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA						
ESTABLECIMIENTO	UBICACIÓN	PRECIO X	DESAYUNO	AC	WIFI	PARKING
		CAMA				
BONA VIDA HOSTEL 3RA	CALLE 3 # 10-10	30.000	SI	SI	SI	NO
HAPPINES HOSTEL	CARRERA 15 # 14-51	33.000	SI	SI	SI	NO
PURA GUAJIRA HOSTEL	CALLE 14A # 16-105	28.000	NO	NO	SI	NO
BONA VIDA HOSTEL 5TA	CALLE 5 # 8-20	30.000	SI	SI	SI	NO
HOSTEL NINA KITE	CARRERA 5 ESTE 36	34.000	NO	SI	SI	SI

Según la tabla, en el primer lugar se encuentra el Hostal Bonavida La Tercera, una de sus principales ventajas es la ubicación, está a solo dos calles del sector turístico de la ciudad, tiene desayuno incluido y habitaciones con aire, según los comentarios recomiendan el ambiente

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

relajado del hostel y los servicios adicionales, los visitantes comentaron que su principal desventaja es el espacio reducido que tiene y que no cuenta con parqueadero.

El Hostel Happiness es el segundo mejor calificado, cuenta con un gran espacio, tiene un bar y una terraza lo que le generan buenas calificaciones por los usuarios, entre sus desventajas se encuentran el precio, es el segundo más caro de la ciudad, también es poco favorable la ubicación ya que está lejos del centro histórico de la ciudad. Pura Guajira Hostel es el hostel con el precio más bajo, lo cual lo hace muy popular entre los viajeros con poco presupuesto, los comentarios desfavorables están relacionados con la falta de aire acondicionado y por la ubicación un poco alejada de los sitios turísticos, tampoco tiene parqueadero y el acceso a su ubicación es difícil por ser esta zona netamente residencial.

El Hostel Bonavida la Quinta es el más reciente de los cinco establecimientos finales, tiene una excelente ubicación a una calle del centro histórico y turístico de la ciudad, los comentarios favorables están relacionados con su política de atención al cliente, tampoco cuenta con parqueadero situación que se repite en todos los establecimientos que se ubican cerca del centro histórico.

El Hostel NinaKite es el que tiene el precio más alto, es el único de los cinco finalistas que tiene parqueadero, es el único que tiene un nicho específico ya que se especializa en las actividades náuticas ofreciéndolas en el establecimiento, una de su mayor desventaja después del precio es la ubicación esto debido a que se encuentra en un sector solitario que puede resultar peligroso.

En conclusión, la competencia directa para el proyecto en la ciudad de Riohacha, es el segmento de los Hostales ya que entraríamos a competir directamente con ellos, en general este segmento está equilibrado, las tarifas son en promedio las mismas y los servicios básicos casi no varían de uno a otro, queda en evidencia que la ubicación es un factor importante y determinante a la hora de competir, también es bastante influyente la reputación online.

### **8. Estrategia de distribución**

La estrategia de distribución del hostel será de dos formas, directa con la creación de la página web propia donde estará disponible toda la información de ubicación, servicios y precios del hostel, también indirecta apoyándonos principalmente en páginas especializadas como Booking.com o Tripadvisor.com y en menor medida en agencias de turismo. La oferta indirecta se limitará solo hasta el 60% de la oferta total de camas del hostel, dejando un 40% exclusivo para la distribución directa que es la que genera más ingresos ya que no genera costos por la intermediación.

### **9. Estrategia de precio**

Utilizaremos el precio similar a la competencia como estrategia, es decir irá de acuerdo a lo establecido por el mercado manteniéndolo lo más competitivo posible, no serán precios fijos ya que se fluctuarán dependiendo de las llamadas temporadas altas y bajas que se presentan en el sector Turismo en Colombia, así como de los eventos religiosos, culturales y comerciales de la ciudad. Con nuestra estrategia de precio, no buscamos competir teniendo el precio más bajo, sino ofreciendo más y mejores cosas por el mismo precio, nuestro precio base estará desde los \$30.000 moneda colombiana.

### **10. Estrategia de promoción**

La principal forma de promoción será internet, ya que es la herramienta más utilizada por los turistas para organizar sus viajes, se colocará el hostel en los diferentes portales especializados en ofrecer servicios de hospedaje. También se utilizarán las redes sociales para complementar la presencia web, mostrando la continua actividad del hostel a través de fotos, videos y comentarios de los huéspedes.

Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

Se realizará promoción en la ciudades vecinas que son punto de partida hacia la ciudad de Riohacha, más específicamente en Cartagena, Santa Marta y Palomino; se realizará un trueque publicitario con los hostales de esas ciudades donde dejaremos nuestra información a cambio de mostrar la de ellos en nuestro hostal.

En Riohacha también se realizarán actividades de promoción para llegarle a los huéspedes que hacen su elección caminando por la ciudad o por recomendaciones, es importante dar a conocer el hostal en la ciudad: se hará publicidad en aeropuertos y terminales de transporte de buses y estaciones privadas de taxis y colectivos, también en agencias, restaurantes, centros comerciales, bares y discotecas.

Para promocionar el hostal, creamos la imagen corporativa para crear un posicionamiento en el mercado y frente al público objetivo. El logotipo creado será la imagen que se verá en los medios publicitarios a pautar y en nuestras páginas web, esto ayudará a la credibilidad del Hostal.

Nombre del Hostal: Sol Guajiro

Logotipo:



*Ilustración 4.* Logotipo para Hostal Sol Guajiro

Página Web:

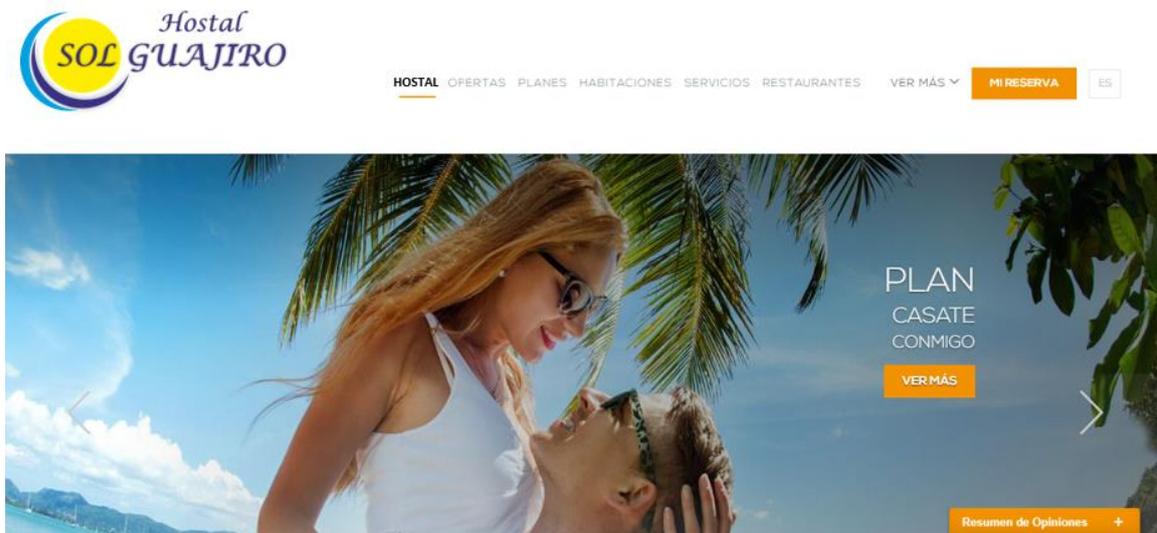


Ilustración 5. Página Web para el Hostal

## 11. Proyección de Ventas

Para realizar la proyección de las ventas mensuales se tuvo en cuenta el porcentaje de ocupación hotelera en Riohacha con el objetivo de determinar el nivel de afluencia de turistas según la época del año, para así realizar la proyección mediante el ingreso por ventas.

En principio se intentó utilizar el Análisis Histórico del método cuantitativo, para esto se buscó información histórica de la ocupación hotelera en Riohacha tanto en los entes oficiales y privados, pero desafortunadamente no se consiguieron datos congruentes, por esta razón se optó por el método Delphi cualitativo. Para esto, se realizaron entrevistas orales de forma individual a los encargados de los Hostales donde se realizaron las encuestas escritas, las preguntas se realizaron con el fin y orientadas a determinar la ocupación estimada del Hostal durante el año y los periodos de mayor afluencia de turistas.

Mediante las entrevistas, se logró determinar que la dinámica de afluencia de turistas se clasifican en dos tipos de temporadas, el sector turístico las denominan temporada alta que es el periodo de tiempo donde se refleja un mayor número de visitantes y temporada media o baja que son los meses donde la afluencia de turistas es menor. Como se evidenció en las encuestas realizadas, son los turistas extranjeros en su mayoría de Europa quienes tienen más afluencia

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

en los hostales de la ciudad, es por esta razón que la temporada alta está relacionada con los periodos que los visitantes extranjeros tienen sus vacaciones en sus países de origen, en este orden de ideas los periodos de temporada alta serían:

*Vacaciones de Verano:* Son las que van desde mitad del mes de junio hasta finales de agosto, generalmente son las más largas.

*Vacaciones de Otoño:* Generalmente son dos semanas entre los meses de septiembre y octubre, dependiendo de la región y solo son para estudiantes.

*Vacaciones de Invierno:* Son las que van desde mediados de diciembre hasta finales del mes de enero.

*Semana Santa y Half Term:* Son las que van entre los meses de febrero y mayo, generalmente son dos semanas pero varían según el país de Europa.

Para nuestro ejercicio y con ayuda de la experiencia de los entrevistados, se establecieron como temporada alta las vacaciones de verano, las vacaciones de invierno y las de otoño, las cuales coinciden con las vacaciones escolares de nuestro país, además de las fiestas locales del 2 de febrero en honor a La Virgen de los Remedios y la Semana Santa.

También se determinó mediante este ejercicio, que el promedio de ocupación en temporada alta es del 75% y en temporada Media o Baja es del 40%, cabe aclarar que son datos aproximados. También es importante mencionar que la ocupación en los Hostales es mayor que en los hoteles tradicionales, esto se apoya en el aumento de visitantes extranjeros que ha tenido la región y que ya se ha expuesto a lo largo de este proyecto.

Para la proyección de los próximos 5-10 años se determinó de forma autónoma un crecimiento estimado del 10% anual durante todos los años, también se ajustó el precio por cama a la inflación, con un 4.5% anual, este valor se determinó promediando la inflación anual de los últimos 5 periodos.

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

Tabla 9  
Proyección de ventas mensuales

PROYECCION VENTA MENSUALES 2019													
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL 2019
DIAS TEMPORADA ALTA	16	2	0	10	16	15	31	31	0	9	0	31	161
DIAS TEMPORADA BAJA	15	26	31	20	15	15	0	0	30	22	30	0	204
<b>TOTAL DIAS</b>	<b>31</b>	<b>28</b>	<b>31</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>365</b>
NUMERO DE CAMAS POR DIA	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
<b>TOTAL CAMAS DISPONIBLES</b>	<b>620</b>	<b>560</b>	<b>620</b>	<b>600</b>	<b>620</b>	<b>600</b>	<b>620</b>	<b>620</b>	<b>600</b>	<b>620</b>	<b>600</b>	<b>620</b>	<b>7300</b>
PORCENTAJE DE OCUPACION	58,06%	42,50%	40,00%	51,67%	58,06%	57,50%	75,00%	75,00%	40,00%	50,16%	40,00%	75,00%	55,44%
<b>TOTAL CAMAS OCUPADAS</b>	<b>360</b>	<b>238</b>	<b>248</b>	<b>310</b>	<b>360</b>	<b>345</b>	<b>465</b>	<b>465</b>	<b>240</b>	<b>311</b>	<b>240</b>	<b>465</b>	<b>4.047</b>
PRECIO POR CAMA	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
<b>TOTAL INGRESO</b>	<b>10.800.000</b>	<b>7.140.000</b>	<b>7.440.000</b>	<b>9.300.000</b>	<b>10.800.000</b>	<b>10.350.000</b>	<b>13.950.000</b>	<b>13.950.000</b>	<b>7.200.000</b>	<b>9.330.000</b>	<b>7.200.000</b>	<b>13.950.000</b>	<b>121.410.000</b>

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

Tabla 10  
*Proyección de ventas anuales*

<b>PROYECCION VENTAS ANUALES</b>					
	2019/AÑO 1	2020/AÑO 2	2021/AÑO 3	2022/AÑO 4	2023/AÑO 5
TOTAL DIAS	365	366	365	365	365
NUMERO DE CAMA POR DIA	20	20	20	20	20
<b>TOTAL CAMAS DISPONIBLES</b>	<b>7300</b>	<b>7320</b>	<b>7300</b>	<b>7300</b>	<b>7300</b>
RECIMIENTO ESTIMADO ANUAL	N/A	10%	10%	10%	10%
PORCENTAJE DE OCUPACION	55,44%	60,98%	67,08%	73,79%	81,17%
ESTIMADO ANUAL					
<b>TOTAL CAMAS OCUPADAS</b>	<b>4.047</b>	<b>4.464</b>	<b>4.897</b>	<b>5.387</b>	<b>5.925</b>
PRECIO + ajuste por inflación 4,5% anual	30.000	31.350	32.761	34.235	35.776
<b>TOTAL INGRESO ESTIMADO</b>	<b>121.413.600</b>	<b>139.947.303</b>	<b>160.429.891</b>	<b>184.414.159</b>	<b>211.984.076</b>

Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

## 12. Costos del Proyecto

Para la elaboración de los costos del proyecto se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos:

Costos de nómina la cual contempla todo el personal que se requiere para iniciar la actividad y prestar un excelente servicio. Entre los cuales se tuvo en cuenta recepcionistas, gerente (contador), empleada doméstica y practicante para ayuda en la recepción en horarios diurnos.

Costos de equipos de cómputo, es este punto relacionamos software web el cual incluye la página de promoción y software contable y un computador para el manejo de recepción.

Costos de insumos: en este apartado hacemos referencia a todo el insumo de higiene que se requiere para la manutención del hostal.

Tabla 11  
*Costos de nomina*

COSTOS DE NOMINA						
CARGO	SALARIO BASICO	ADICI. NOCTUR	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL	DESCRIPCION	
1 recepcionista	\$ 781.242	\$ 351.520	\$ 1.087.452	\$ 13.049.424	1 salario mínimo más hora adicional por turno nocturno, descuento 4% por seguridad social	
Practicante	\$ 781.242	\$ -	\$ 749.992	\$ 8.999.908	1 salario mínimo, no tiene turnos nocturnos descuento 4% por seguridad social	
Gerente	\$ 2.343.726	\$ -	\$ 2.249.977	\$ 26.999.724	3 salarios mínimos, descuento 4% seguridad social	
Empleada doméstica	\$ 781.242	\$ -	\$ 749.992	\$ 8.999.908	1 salario mínimo, no tiene turnos nocturnos descuento 4% por seguridad social	
<b>TOTAL NOMINA</b>			<b>\$ 4.837.414</b>	<b>\$ 58.048.963</b>		

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

Tabla 12  
*Costos de equipos*

<b>COSTOS DE EQUIPOS DE COMPUTO</b>		
<b>EQUIPOS/SOFTWARE</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
SOFTWARE WEB	\$ 200.000	\$ 2.400.000
SOFTWARE CONTABLE	\$ 200.000	\$ 2.400.000
COMPUTADORES 1	\$1.500.000	\$ 1.500.000
<b>TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO</b>		<b>\$ 6.300.000</b>

Tabla 13  
*Costos de insumos y materiales*

<b>COSTO DE INSUMOS Y MATERIALES</b>			
<b>MATERIALES Y SUMINISTRO</b>	<b>CANTIDAD/ANUAL</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL ANUAL</b>
Escoba	6	\$ 7.000	\$ 42.000
Trapeador	6	\$ 7.000	\$ 42.000
Recogedor	3	\$ 10.900	\$ 32.700
Límpido (1galón)	7	\$ 33.000	\$ 231.000
jabón líquido (1 galón)	7	\$ 50.000	\$ 350.000
trapos	6	\$ 2.000	\$ 12.000
ambientador (galón)	7	\$ 20.000	\$ 140.000
sabra	12	\$ 2.000	\$ 24.000
limpiavidrios(galón)	5	\$ 18.700	\$ 93.500
escurridor	1	\$ 200.000	\$ 200.000
guantes	6	\$ 6.000	\$ 36.000
toallas cuerpo	60	\$ 16.000	\$ 960.000
toallas de mano	14	\$ 5.000	\$ 70.000
papel higiénico 250 mts	300	\$ 8.225	\$ 2.467.500
kit de aseo para hospedaje	3000	\$ 2.000	\$ 6.000.000
<b>TOTAL INSUMOS</b>			<b>\$ 10.700.700</b>

Tabla 14  
*Costos Anuales*

<b>COSTOS ANUALES</b>	
Nomina	\$ 58.048.963
Equipos de Computo	\$ 6.300.000
Insumos	\$ 10.700.700
Arrendamiento	\$ 24.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 99.049.663</b>

## 12. Organización

### 12.1 Análisis DOFA

Como parte del análisis empresarial, se evalúan las amenazas y oportunidades del entorno donde vamos a desarrollar nuestro negocio y se valoran las fortalezas y debilidades.

Esta evaluación general constituye el análisis DOFA, cuyo objetivo principal es potenciar los factores fuertes y minimizar los débiles que harán que nuestro negocio sea exitoso.

Seleccionaremos los factores que permitan la supervivencia en el mercado y propondremos estrategias para minimizar las amenazas que puedan perjudicar al desarrollo de nuestro negocio.

Tabla 15

*Matriz Dofa Análisis Interno*

<b>ANALISIS INTERNO</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<p>F1. Sector en alza y desarrollo, debido al gran aumento de turismo en la Guajira. Gran conocimiento de la zona donde se desarrollará el negocio.</p> <p>F2. Su ubicación, ya que se encuentra en una zona central y cerca de hermosas playas con amplio potencial, reservas naturales, paisajes.</p> <p>F3. Ofrecer servicios adicionales a los que ofrece la competencia, evidenciando la actitud y valores del personal: tolerancia, honradez y respeto.</p> <p>F4. Carácter creativo e innovador, conociendo las nuevas tecnologías de información y comunicación para el sector de nuestra empresa</p> <p>F5. Diseño y equipamiento de las instalaciones, es decir, tecnología y comodidad.</p>	<p>D1. Falta de experiencia en el sector de hostales; desconocimiento de productos y servicios.</p> <p>D2. Ser un negocio relativamente nuevo en el mercado.</p> <p>D3. Limitación de recursos económicos; no teniendo el total de la inversión necesaria para el proyecto total.</p> <p>D4. Posibilidad de alta rotación del personal.</p> <p>D5. Limitantes por percepción de inseguridad del país y la región.</p>

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

Tabla 16  
*Matriz Dofa Análisis Externo*

<b>ANALISIS EXTERNO</b>	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1. Alianzas estratégicas con COTELCO.</p> <p>O2. Participación del fondo de promoción turística para la exención de impuestos.</p> <p>O3. Relativamente poca competencia en la zona de Riohacha.</p> <p>O4. Clima favorable para realizar las actividades.</p> <p>O5. Potencializarían de la oferta gastronómica.</p> <p>O6. Existencia de un atractivo cultural intrínseco en la región.</p> <p>O7. Ayudas y subvenciones que podemos aprovechar debido al autoempleo y emprendimiento de jóvenes, así como por fomentar el turismo en Riohacha y el departamento en general al ser sitio de entrada por vía aérea al departamento de la Guajira.</p>	<p>A1. Dependencia del turismo, ya que nuestro negocio consiste básicamente del alojamiento de clientes, un turismo deficiente puede afectar mucho a nuestra empresa</p> <p>A2. Entrada de nuevos competidores en el sector.</p> <p>A2. Servicios sustitutos.</p>

## 12.2 Organismos de Apoyo

Los principales organismos de apoyo son la asociación Hotelera Colombiana – COTELCO, quien es actualmente el principal ente de la hotelería a nivel nacional, se tiene planeado hacer el trámite para afiliarse a COTELCO capítulo La Guajira. Esto garantiza lograr una mayor calidad de certificación de servicio debido a que COTELCO es un ente de talla mundial con unas exigencias y estándares de calidad, que lo convierten en el ente que da distinción de ofrecimiento de servicios de turismo de clase mundial en Colombia para los turistas extranjeros y nacionales.

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

El otro organismo de apoyo con importancia es el fondo de promoción turística (del MinTIC) el cual destina recursos para la ejecución de los planes de promoción y mercadeo turístico para el fortalecimiento y mejoramiento de la competitividad del sector turístico, con el fin de incrementar el turismo receptivo y el turismo doméstico con base en los programas y planes que para el efecto presente la entidad administradora al comité directivo del fondo. La Estrategia Nacional de Turismo 2020 impulsa 4 pilares y 5 habilitadores estratégicos reflejados en 103 iniciativas dentro de la cual en cultura, tiene previsto establecer a la Guajira y San Agustín como destinos complementarios. En sol y playa, tiene previsto crear oferta de escala y competitiva con Punta Cana en San Andrés, Barú y Alta Guajira. En Naturaleza, extender la oferta de Zona Cafetera y Guajira con activos de naturaleza

El hostel Sol Guajiro puede acceder a obtener este tipo de recursos y beneficios ofrecidos por el fondo al ser una empresa relacionada directamente con el turismo.

### 12.3 Estructura Organizacional

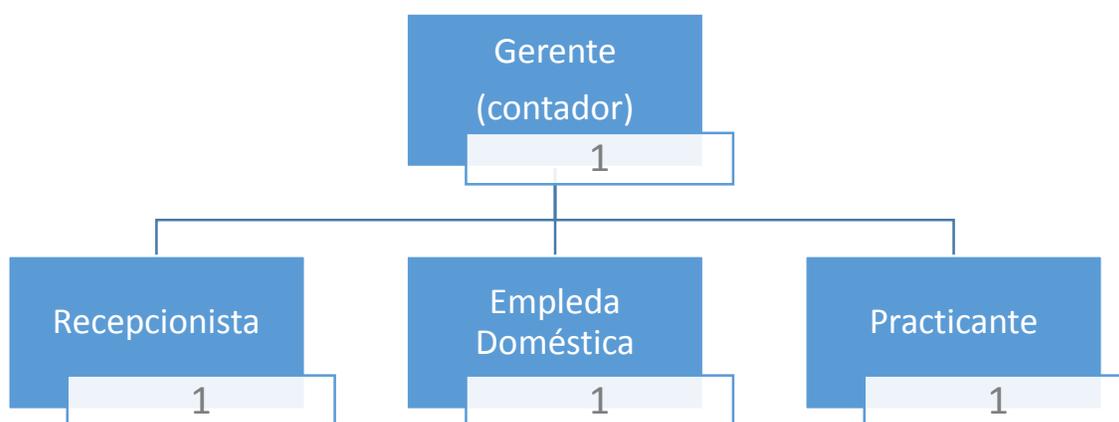


Ilustración 6. Organigrama

Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

### 13. Finanzas

#### 13.1 Ingresos

Para el ejercicio, se tomó un crecimiento estimado anual de ocupación del 5% (siendo un poco conservadores). Entre el año 2015 al 2017 se incrementó la afluencia de turistas extranjeros en más de 100% para cada año.

Tabla 17  
*Estado de Resultados*

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Total días	365	366	365	365	365	366	365	365	365	366
Camas x día	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Camas Disponibles Año	7.300	7.320	7.300	7.300	7.300	7.320	7.300	7.300	7.300	7.320
% de ocupación	<b>55,44%</b>	<b>58,21%</b>	<b>61,12%</b>	<b>64,18%</b>	<b>67,39%</b>	<b>70,76%</b>	<b>74,29%</b>	<b>78,01%</b>	<b>81,91%</b>	<b>86,01%</b>
Total camas ocupadas	4.047	4.261	4.462	4.685	4.919	5.179	5.424	5.695	5.979	6.296
Precio	30.000	31.350	32.761	34.235	35.776	37.385	39.068	40.826	42.663	44.583
Ingresos de actividades ordinarias	<b>121.413.600</b>	<b>133.586.062</b>	<b>146.176.822</b>	<b>160.392.518</b>	<b>175.990.690</b>	<b>193.634.842</b>	<b>211.885.322</b>	<b>232.491.170</b>	<b>255.100.936</b>	<b>280.676.378</b>

Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

### 13.1.1 Fuentes de Financiación

Los recursos iniciales se hacen en efectivo por parte de los socios en partes iguales para dotación del inmueble tomado en arriendo. No se adquieren pasivos financieros para compra del inmueble ya que se requiere que el negocio genere rentabilidad por parte de la empresa después de pagar las deudas.

### 13.1.2 Formatos Financieros

Balance inicial y proyectado, Estado de Resultados y Flujo de Caja. Tener en cuenta que los periodos de proyección están dados en función de la naturaleza del negocio.

Tabla 18  
*Estado de Situación Financiera*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Activo</b>											
Efectivo y equivalentes al efectivo	0	1.272.874	-1.890.814	-151.596	8.183.717	22.862.048	44.210.095	71.833.055	107.541.820	152.199.172	207.725.033
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar corrientes		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventarios corrientes		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total de Activo Corriente</b>	<b>0</b>	<b>1.272.874</b>	<b>-1.890.814</b>	<b>-151.596</b>	<b>8.183.717</b>	<b>22.862.048</b>	<b>44.210.095</b>	<b>71.833.055</b>	<b>107.541.820</b>	<b>152.199.172</b>	<b>207.725.033</b>
Propiedad, Planta y Equipo	40.000.000	36.000.000	32.000.000	28.000.000	24.000.000	20.000.000	16.000.000	12.000.000	8.000.000	4.000.000	0
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar no corrientes											
Otros activos no financieros no corrientes											
<b>Total de Activo No Corriente</b>	<b>40.000.000</b>	<b>36.000.000</b>	<b>32.000.000</b>	<b>28.000.000</b>	<b>24.000.000</b>	<b>20.000.000</b>	<b>16.000.000</b>	<b>12.000.000</b>	<b>8.000.000</b>	<b>4.000.000</b>	<b>0</b>
<b>Total Activo</b>	<b>40.000.000</b>	<b>37.272.874</b>	<b>30.109.186</b>	<b>27.848.404</b>	<b>32.183.717</b>	<b>42.862.048</b>	<b>60.210.095</b>	<b>83.833.055</b>	<b>115.541.820</b>	<b>156.199.172</b>	<b>207.725.033</b>

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

<b>Pasivo</b>											
Otros pasivos financieros corrientes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	8.436.591	9.391.924	9.946.047	10.532.864	11.154.303	11.812.407	12.509.339	13.247.390	14.028.986	14.856.696	
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	1.203.623	1.316.051	1.393.698	1.475.926	1.563.006	1.655.223	1.752.882	1.856.302	1.965.823	2.081.807	
Pasivos por impuestos corrientes, corriente	0	0	0	1.209.868	3.689.295	6.694.717	9.742.619	13.401.271	17.545.277	22.482.057	
<b>Total de Pasivo Corriente</b>	<b>0</b>	<b>9.640.213</b>	<b>10.707.975</b>	<b>11.339.746</b>	<b>13.218.659</b>	<b>16.406.604</b>	<b>20.162.347</b>	<b>24.004.839</b>	<b>28.504.963</b>	<b>33.540.086</b>	<b>39.420.560</b>
Otros pasivos financieros no corrientes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Pasivo por Impuesto Diferido											
<b>Total de Pasivo no Corriente</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>								
<b>Total de Pasivo</b>	<b>0</b>	<b>9.640.213</b>	<b>10.707.975</b>	<b>11.339.746</b>	<b>13.218.659</b>	<b>16.406.604</b>	<b>20.162.347</b>	<b>24.004.839</b>	<b>28.504.963</b>	<b>33.540.086</b>	<b>39.420.560</b>
<b>Patrimonio</b>											
Capital social	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000
Reservas Obligatorias											
Ganancia (Perdida )	-	-8.231.450	-2.892.552	2.456.399	7.490.386	13.592.303	19.780.468	27.208.642	35.622.228	45.645.388	
	12.367.339										
Utilidades (Perdida) Acumuladas		-	-	-	-	-	47.748	19.828.216	47.036.857	82.659.086	
		12.367.339	20.598.789	23.491.341	21.034.942	13.544.556					
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>40.000.000</b>	<b>37.272.874</b>	<b>30.109.186</b>	<b>27.848.404</b>	<b>32.183.717</b>	<b>42.862.048</b>	<b>60.210.095</b>	<b>83.833.055</b>	<b>115.541.820</b>	<b>156.199.172</b>	<b>207.725.033</b>
<b>DIFERENCIA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>								

Con los gastos de nómina y costos asociados, el valor de equilibrio que permite que el negocio sea rentable es de una ocupación cercana al 64%.

## Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

Tabla 19  
Estado de Resultados – Margen de Contribución

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Costos</b>										
Insumos y Materiales	10.700.700	11.182.231,50	11.685.431,92	12.211.276,35	12.760.783,79	13.335.019,06	13.935.094,92	14.562.174,19	15.217.472,03	15.902.258,27
Sueldos										
Recepcionista y Serv Generales	25.085.112	26.565.133,61	28.132.476,49	29.792.292,60	31.550.037,87	33.411.490,10	35.382.768,02	37.470.351,33	39.681.102,06	42.022.287,08
Aux Transporte										
Recepcionista y Serv Generales	2.117.064	2.241.970,78	2.374.247,05	2.514.327,63	2.662.672,96	2.819.770,66	2.986.137,13	3.162.319,22	3.348.896,06	3.546.480,92
Seguridad Social										
Recepcionista y Serv Generales	3.384.326	4.211.488,78	4.459.966,62	4.723.104,65	5.001.767,82	5.296.872,13	5.609.387,58	5.940.341,45	6.290.821,59	6.661.980,07
Prestaciones										
Recepcionista y Serv Generales	5.474.725	6.289.551,12	6.660.634,64	7.053.612,08	7.469.775,20	7.910.491,93	8.377.210,96	8.871.466,40	9.394.882,92	9.949.181,01
Costos Directos	24.000.000	25.080.000	26.208.600	27.387.987	28.620.446	29.908.367	31.254.243	32.660.684	34.130.415	35.666.283
	<b>70.761.927</b>	<b>75.570.376</b>	<b>79.521.357</b>	<b>83.682.600</b>	<b>88.065.484</b>	<b>92.682.010</b>	<b>97.544.842</b>	<b>102.667.337</b>	<b>108.063.589</b>	<b>113.748.471</b>
<b>Margen de Contribución</b>	50.651.673	58.015.686	66.655.465	76.709.918	87.925.206	100.952.831	114.340.481	129.823.833	147.037.347	166.927.907
	<b>42%</b>	<b>43%</b>	<b>46%</b>	<b>48%</b>	<b>50%</b>	<b>52%</b>	<b>54%</b>	<b>56%</b>	<b>58%</b>	<b>59%</b>





## 14. Conclusiones

La investigación y el estudio al mercado turístico de la región realizada, determina que el proyecto es viable. El Hostal Sol Guajiro entraría al mercado con un segmento específico y un público objetivo el cual estaría enfocado en turistas europeos y colombianos de edades entre 18 y 35 años.

Identificado el público y sus factores socioeconómicos de estratos 3, 4, y 5, se deben crear estrategias de comunicación que lleven el mensaje de una manera clara e impactante y que logre cautivar y captar estos clientes.

El proyecto de creación de un Hostal en la Ciudad de Riohacha puede sonar ambicioso, pero la investigación a los turistas y el análisis realizado, nos otorga un panorama alentador ya que no se estaría tan lejos de tener un lugar con un valor diferenciador en el servicio, adicional abarcando un nuevo segmento, que nos permitirá competir en el mercado del turismo especialmente con los hostales.

Con el costo por cama de \$30.000 y conservando la plantilla de personal presupuestada (4 personas), se empieza a obtener una utilidad positiva solamente hasta el 4° año. Porcentaje de ocupación del 64% (13 camas). Punto de equilibrio. TIR=18%.

## 15. Recomendaciones

Enfocar y direccionar esfuerzos de mercadeo al público objetivo identificado y buscando satisfacer las necesidades validadas en la encuesta. Y no menos relevante utilizar los medios de comunicación utilizados por el público.

Al iniciar el proyecto, se recomienda buscar apoyo financiero con el gobierno, dado que la creación de un hostel apuesta al plan de desarrollo municipal del departamento, fomenta el empleo e incrementa el turismo en la región.

Comprar y/o construir la propiedad (cerca de \$250.000.000) no resulta rentable aunque ya no se pague arriendo. TIR=1%. Asumiendo una deuda de cerca del 80% de la inversión (\$232.000.000). Pérdidas hasta el año 5 y pérdida acumulada durante más de 10 años.

Para obtener utilidad positiva desde el primer año conservando la plantilla de personal presupuestada y costo de \$30.000 por cama, se debe enfocar esfuerzos y mercadeo para lograr una ocupación de 61.1%. (12.22 camas/día). TIR=54%.

Financiera y contablemente, se puede realizar un análisis de sensibilidad que contemple algunos ajustes de nómina, costos de alojamiento, % de ocupación, ajuste crecimiento estimado (más optimista), entre otros, en el archivo Excel anexo a fin de realizar fácilmente los cálculos y visualizar las mejores o más convenientes opciones



Flujo de  
caja\_Hostal\_VF\_1302

## 16. Referencia Bibliográfica

(s.f.). Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807>

(s.f.). Obtenido de <http://www.camaraguajira.org/publicaciones/informes/informe-socio-economico-turismo-la-guajira-2017.pdf>

(s.f.). Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/14123/Tesis%20-%20Laura%20Mun%CC%83oz%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

*as divisas por turismo registraron récord en 2017.* (8 de 3 de 2018). Obtenido de [http://mincit.gov.co/publicaciones/40099/las\\_divisas\\_por\\_turismo\\_registraron\\_record\\_en\\_2017](http://mincit.gov.co/publicaciones/40099/las_divisas_por_turismo_registraron_record_en_2017)

Bruger, E. (s.f.). *Lugares mas Representativos del Departamento.* Obtenido de [http://conlupa.co/mochilear\\_guajira/bruges\\_plata.html](http://conlupa.co/mochilear_guajira/bruges_plata.html)

*informe de turismo.* (s.f.). Obtenido de Centro de Información Turística: [http://www.mincit.gov.co/publicaciones/16590/informes\\_de\\_turismo](http://www.mincit.gov.co/publicaciones/16590/informes_de_turismo)

*Iniciativa del miniterio de industria, comercio y turismo.* (s.f.). Obtenido de <http://citur.linktic.com/>

*Muestra mensual de hoteles.* (s.f.). Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/muestra-mensual-de-hoteles-mmh>

*Razones de porque viajar a Colombia,.* (s.f.). Obtenido de <http://www.procolombia.co/especial-colombia-ny-2012/visite-colombia/razones-de-por-qu%C3%A9-viajar-colombia>

Encabezado: CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CIUDAD DE RIOHACHA

*Récord de visitantes extranjeros en Colombia: más de 6,5 millones llegaron al país en 2017.* (s.f.).

Obtenido de

[http://www.mincit.gov.co/publicaciones/imprimir/39881/record\\_de\\_visitantes\\_extranjeros\\_en\\_colombia\\_mas\\_de\\_65\\_millones\\_llegaron\\_al\\_pais\\_en\\_2017](http://www.mincit.gov.co/publicaciones/imprimir/39881/record_de_visitantes_extranjeros_en_colombia_mas_de_65_millones_llegaron_al_pais_en_2017)

*Riohacha.* (s.f.). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Riohacha>

Rissi, M. (05 de 01 de 2018). *Resultado del turismo internacional en el 2017.* Obtenido de los más altos en siete años.: <http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>

Taleb, R. (15 de 8 de 2017). *Turismo: el crecimiento no es el enemigo sino la gestión insostenible.* Obtenido de <http://media.unwto.org/es/press-release/2017-08-18/turismo-el-crecimiento-no-es-el-enemigo-sino-la-gestion-insostenible>