

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM

RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quema) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA COMERCIAL
2	TÍTULO DEL PROYECTO	ANÁLISIS DE VIABILIDAD PARA EL MONTAJE DE UN HOSTEL EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ
3	AUTOR(es)	BARRETO DUEÑAS CLAUDIA PATRICIA
4	AÑO Y MES	2014-09
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	TORRES JAIME
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	<p>Evaluar la viabilidad de crear un hostel de bajo costo en la ciudad de Bogotá, específicamente en Corferias, sitio donde se identifica un nicho de mercado que podría estar interesado en la oferta de valor. Para ello diseñamos una propuesta, basada en ventajas competitivas que diferencien el producto en el sector y permitan ganar participación en el mercado y posicionamiento.</p> <p>La propuesta se apalanca en la creación de un plan de mercadeo donde se desarrollen estrategias de marketing mix que permitan diferenciar la propuesta de valor y un modelo de rentabilidad atractivo para los inversionistas</p>
7	PALABRAS CLAVES	Turismo/hostel/hotel/viajero/turista
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Sector Comercio - Turismo
9	TIPO DE ESTUDIO	Plan de negocios
10	OBJETIVO GENERAL	Desarrollar un plan de negocios para evaluar la viabilidad de montar un hostel en la ciudad de Bogotá

11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Analizar el mercado del turismo en la ciudad de Bogotá, en especial su entorno cultural y turístico para determinar la viabilidad de éxito de crear un hostel ▫ Identificar el perfil del cliente para diseñar una propuesta, basada en ventajas competitivas que diferencien el producto en el sector y permitan ganar participación en el mercado y posicionamiento de la marca, el cual se dará a largo plazo. ▫ Diseñar el plan de mercadeo y comunicación, las estrategias de servicio, la estructura operativa y el modelo financiero, aspectos a valorar en el proyecto con el fin de establecer la viabilidad de su implementación. ▫ Identificar los canales de interacción con los clientes, creando estrategias que le permitan vivir nuevas experiencias de servicio y el diseño del ciclo de vida del servicio ▫ Evaluar los costos de diseño e implementación del hostel y hacer un pronóstico de las ventas, para evaluar si el proyecto es rentable en el tiempo y cumple las expectativas de rentabilidad de los socios
12	RESUMEN GENERAL	<p>El proyecto nace como una idea de trabajo de grado de la especialización comercial, cuyo objetivo es desarrollar el concepto de "Hostel", de tal manera que se desarrolla el análisis de viabilidad para el montaje de un hostel en la ciudad de Bogotá, donde se pretende crear una marca que sea reconocida nacional e internacionalmente por su calidad, excelente servicio y buen precio.</p> <p>Esta evaluación de viabilidad, se enfoca a un análisis de mercado y en una proyección de estados financieros y análisis de costos y rentabilidad, indispensable para tomar la decisión de implementar o suspender el proyecto.</p> <p>El desarrollo del estudio de mercados contempla la evaluación de la micro-localización del hostel, segmento de cliente, precio, estrategia de comunicación, canales de distribución y demás variables del marketing mix necesarias para evaluar la viabilidad del proyecto</p>

13	CONCLUSIONES.	<p>1. Al finalizar el estudio concluyo que el proyecto sería viable si se cumplen las siguientes premias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar el proyecto en la ubicación propuesta • Mantener un nivel de ocupación del hostel mínimo del 75% para que sea un negocio rentable y sostenible en el tiempo • Controlar los gastos de la operación, para ello se plantea una mano de obra de bajo costo, donde se propone contratar una planta flotante de personal que labore por horas • Constituir una empresa SAS que brinde servicios diferenciales con enfoque de servicio al cliente y con el desarrollo de un plan de marketing mix y una estrategia de comunicación digital que sea de bajo costo y alto impacto <p>Si en el proyecto no se controlan las anteriores premisas, este no sería rentable y por lo tanto no sería recomendable su implementación</p> <p>2. La mayor dificultad que afrontaría el proyecto en su inicio será el tema cultural debido a que los viajeros nacionales pueden relacionar el bajo costo con bajos niveles de servicio y no entender el concepto de un hotel de bajo precio.</p> <p>Para contra restar esta posible situación el equipo estratégico de la compañía debe tener la capacidad de generar tácticas educativas y de divulgación que permitan dar a conocer el concepto y sus características a través de una experiencia de servicio vivencial (presencial ó virtual)</p> <p>3. Con el desarrollo de este trabajo practique los conocimientos teóricos aprendidos en la especialización permitiéndome desarrollar competencias administrativas para la formulación, aplicación, evaluación y control de proyectos orientados a la Gerencia Comercial</p>
----	---------------	--

14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>actualicese.com. (9 de Septiembre de 2012). actualicese.com. Información Contable y Tributaria al Día . Obtenido de http://actualicese.com/actualidad/2009/09/09/requisitos-que-se-exigen-para-abrir-establecimientos-de-comercio/</p> <p>Departamento Administrativo Nacional de Estadística D.A.N.E. (30 de Septiembre de 2013). Departamento Administrativo Nacional de Estadística D.A.N.E. Obtenido de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ENH/pre_ENH_nov12.pdf</p> <p>Departamento Administrativo Nacional de Estadística D.A.N.E. (30 de Diciembre de 2013). Departamento Administrativo Nacional de Estadística D.A.N.E. Obtenido de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/EVI/pres_EVI_sep_12_ago13.pdf</p> <p>Departamento Administrativo Nacional de Estadística D.A.N.E. (19 de Febrero de 2014). Departamento Administrativo Nacional de Estadística D.A.N.E. Obtenido de http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/files/investigaciones/boletines/mts/bp_MTSB_III2013.pdf</p> <p>Departamento Administrativo Nacional de Estadística D.A.N.E. (18 de Marzo de 2014). Departamento Administrativo Nacional de Estadística D.A.N.E. Obtenido de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/agen_viajes/bol_mtav_IVtrim13.pdf</p> <p>Departamento Administrativo Nacional de Estadística D.A.N.E. (5 de Marzo de 2014). Departamento Administrativo Nacional de Estadística D.A.N.E. Obtenido de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/ipc_prese_feb14.pdf</p> <p>Metodología de la Investigación. (26 de Octubre de 2011). Obtenido de http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html</p> <p>Ministerio de Comercio, Industria, Cultura y Turismo MinCIT. (31 de Diciembre de 2013). Ministerio de Comercio, Industria, Cultura y Turismo MinCIT, Informe Diciembre 2013. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=15833</p> <p>Ministerio de Comercio, Industria, Cultura y Turismo MinCIT. (31 de Diciembre de 2013). Ministerio de Comercio, Industria, Cultura y Turismo MinCIT, Informe Diciembre 2013. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=15815</p> <p>Ministerio de Comercio, Industria, Cultura y Turismo MinCIT. (30 de Diciembre de 2013). Ministerio de Comercio, Industria, Cultura y Turismo MinCIT, Informe Diciembre 2013. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=16590</p> <p>Ministerio de Comercio, Industria, Cultura y Turismo MinCIT. (31 de Diciembre de 2013). Ministerio de Comercio, Industria, Cultura y Turismo MinCIT, Informe Economico IV Trimestre. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=15870</p> <p>Organización Mundial del Turismo OMT. (1 de Enero de 2014). Obtenido de http://www2.unwto.org/es</p>
----	------------------------	--