

**MANUAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD
EMPRESARIAL DE MICRO, PEQUEÑOS Y MEDIANOS HOTELES DEL
MUNICIPIO DE GIRARDOT- CUNDINAMARCA**

Katherine Rocio Matiz Avila

Sandra Milena Barbosa Bello



UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

PROGRAMA DE TURISMO

BOGOTÁ, D.C., 13, Mayo, 2014

**MANUAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD
EMPRESARIAL DE MICRO, PEQUEÑOS Y MEDIANOS HOTELES DEL
MUNICIPIO DE GIRARDOT- CUNDINAMARCA**

Katherine Rocio Matiz Avila

Sandra Milena Barbosa Bello

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO PARA OPTAR AL TITULO DE:
PROFESIONAL EN TURISMO**

**MODALIDAD:
INVESTIGACIÓN**

TUTOR: ALBERTO CARVAJALINO

ASESOR TEMÁTICO: ESPERANZA BRICEÑO SÁNCHEZ

**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE TURISMO**

BOGOTÁ, D.C., 13, Mayo, 2014

NOTA DE ACEPTACIÓN

PRESIDENTE DEL JURADO

JURADO 1

JURADO 2

DEDICATORIA

Quiero agradecer en primera instancia a Dios, creador de todas las maravillas que a diario me permite ver, a mis padres: Alba Cecilia Bello y Uriel Barbosa Melo quienes con su sacrificio, tesón, y amor han sacado adelante esta hermosa familia ellos son quienes hacen posible que yo me encuentre en este lugar, porque gracias a ustedes soy quien soy, por la disciplina, la constancia y las responsabilidades que me inculcan a diario. El traspasar no es en vano. A mis hermanos gracias... A mi compañera de tesis: gracias Katherine, por el embarque en esta locura llamado trabajo de grado y por la paciencia que me tienes.

Sandra Milena Barbosa Bello

Agradezco inmensamente a Dios por darme la oportunidad de culminar un ciclo más de mi vida, a mi madre y a mi hermana, que son mi ejemplo a seguir, les doy gracias por el apoyo que me brindaron durante este proceso.

A Dios le doy gracias por haberme permitido trabajar con Sandra, porque a pesar de las diferencias logramos culminar este trabajo que hoy nos permite marcar un alto en nuestras vidas y abrir nuevas puertas a futuro. ¡Gracias Sandra!, este camino lo iniciamos juntas y hoy lo culminamos con éxito, sabiendo que esta experiencia nos permitió entender nuestro rol como futuras profesionales.

Katherine Rocio MatizAvila

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia agradecemos a Dios por darnos el conocimiento y la sabiduría necesaria para cumplir a cabalidad éste proceso de formación, agradecemos a la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca por permitirnos formarnos como seres humanos íntegros, con capacidades, habilidades y destrezas para aplicar en las diferentes situaciones del quehacer profesional, forjándonos como futuros profesionales en Turismo. De igual forma agradecemos a la Alcaldía municipal y al Instituto de Turismo, Cultura y Fomento por abrirnos las puertas para el desarrollo de esta investigación.

De ante mano agradecemos a los gerentes, administradores y conserjes de los hoteles del municipio de Girardot, quienes participaron de forma autónoma durante el proceso investigación que se llevó a cabo en el municipio.

“El turismo, más que un simple descanso o una especie de evasión, es para el hombre una actividad compensadora y libre que debe ayudarlo a ‘recrearse’ a través de nuevas experiencias derivadas de opciones rectas y libres”. (Juan Pablo II)

Contenido

INTRODUCCIÓN	10
CAPITULO I	11
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	11
1. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	13
2 JUSTIFICACIÓN.....	14
3 GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE GIRARDOT	16
3.1 UBICACIÓN DEL MUNICIPIO	17
CAPÍTULO II	18
2. MARCO REFERENCIAL	18
2.1 MARCO CONCEPTUAL.....	18
2.1.2 COMPETITIVIDAD	18
2.1.3 PLANTA TURÍSTICA.....	22
2.1.4 HOTEL.....	23
2.1.5 DEFINICIÓN DE LA EMPRESA SEGÚN SU TAMAÑO	24
2.2 MARCO LEGAL.....	25
2.2.1 POLÍTICA NACIONAL DE COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD- CONPES 3527 25	
2.2.2 PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL	27
2.2.3 PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE GIRARDOT.....	28
2.2.4 PLAN DE COMPETITIVIDAD DE GIRARDOT 2007 – 2019	30
2.3 ESTADO DEL ARTE	33
CAPITULO III	38
3. MARCO METODOLOGICO.....	38
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	38

CAPITULO IV.....	42
<i>4. EVALUACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD</i>	<i>42</i>
CAPITULO V.....	78
<i>5. MANUAL</i>	<i>78</i>
5.1 OBJETIVO GENERAL	78
5.2 JUSTIFICACIÓN.....	78
5.3 DESARROLLO DEL MANUAL	79
5.4 ESQUEMA DEL MANUAL.....	79
5.4 PÁGINA WEB.....	82
5.5 PRODUCTOS TURÍSTICOS.....	86
CONCLUSIONES.....	88
BIBLIOGRAFÍA.....	89
ANEXO 1. Formato del Cuestionario aplicado a los hoteles.....	92
ANEXO 2. Fichas Técnicas propuestas para los hoteles del sector	95
<i>ANEXO 2.1. Hotel Peñalisa</i>	<i>95</i>
<i>ANEXO 2.2. Hotel Los Puentes Comfacundi</i>	<i>95</i>
<i>ANEXO 2.3. Hotel Tisquesusa.....</i>	<i>96</i>
<i>ANEXO 2.5. Hotel Tocarema</i>	<i>97</i>
<i>ANEXO 2.6. Hotel Galeón Inn</i>	<i>97</i>
<i>ANEXO 2.7. Hotel Palmetto.....</i>	<i>98</i>
<i>ANEXO 2.8. Hotel Lago Mar el Peñón</i>	<i>98</i>
<i>ANEXO 2.9. Hotel Casa Blanca.....</i>	<i>99</i>
<i>ANEXO 2.10. Hotel y Restaurante Donal.....</i>	<i>99</i>
<i>ANEXO 2.11. Hotel el Terminal</i>	<i>100</i>

<i>ANEXO 2.12. Hotel Sucre.....</i>	<i>100</i>
<i>ANEXO 2.13. Hotel Selecto</i>	<i>101</i>
<i>ANEXO 2.14. Hotel Los Robles</i>	<i>101</i>
<i>ANEXO 2.15. Hotel El Cid</i>	<i>102</i>
<i>ANEXO 2.16. Hotel El Cedro</i>	<i>102</i>
<i>ANEXO 2.17. Hotel Zamba Resort</i>	<i>103</i>
<i>ANEXO 2.18. Hotel Girardot.....</i>	<i>103</i>
<i>ANEXO 2.19. Hotel Girardot Resort.....</i>	<i>104</i>
<i>ANEXO 2.20. Hotel Bachué.....</i>	<i>104</i>
<i>ANEXO 2.21. Hotel El León.....</i>	<i>105</i>
<i>ANEXO 3. Diarios de campo</i>	<i>106</i>
<i>ANEXO 3.1 Diario de campo 1</i>	<i>106</i>
<i>ANEXO 3.2 Diario de campo 2</i>	<i>107</i>
<i>ANEXO 3.3 Diario de campo 3</i>	<i>108</i>
<i>ANEXO 4. REGISTRO FOTOGRÁFICO COMPLEMENTARIO</i>	<i>109</i>

Lista de Mapas

MAPA 1. Mapa Turístico de Girardot

Lista de Tablas

TABLA 1. Categorías de los productos e industria

TABLA 2. Planes de Acción

INTRODUCCIÓN

La competitividad turística, es un factor fundamental para el posicionamiento de un destino o una región determinada, donde se reúnen una serie de elementos tangibles en los cuales ciertos lugares la desarrollan más que otros, de igual manera se permite caracterizarla como: el conjunto de capacidades que tiene una empresa de industria turística, para alcanzar sus objetivos por encima de sus competidores de forma sostenible, haciendo que se mantenga a lo largo del tiempo, reflejando una imagen favorable para el destino en materia de atractivos turísticos, infraestructura, sostenibilidad, recurso humano y gestión empresarial en dado caso que se cumpla a cabalidad cada uno de estos elementos que giran en torno a la actividad turística con el ánimo de fortalecer el sector empresarial.

En la actualidad el tema de competitividad se orienta a las empresas, permitiéndoles mediante programas establecidos como la Política Nacional de Competitividad y Productividad ,mejorar las condiciones de empleo y de desigualdad social, donde se evidencia la intención de formalizar las condiciones laborales y productivas del sector empresarial en Colombia.

De igual forma existen normativas en las cuales el proceso se desarrolla mediante regulaciones provistas en el área técnica sectorial, planes de desarrollo y planes de ordenamiento territorial. Para este caso, se abordan los elementos normativos para el municipio de Girardot Cundinamarca, municipio en el cual se desarrolla este trabajo de investigación, se realiza la caracterización del sector empresarial (hoteles) micro, pequeños y medianos que se encuentran en el municipio y algunos que se encuentran conurbados. De esta manera, se permite hacer la recopilación de los elementos de la competitividad que sobresalen, pero también se identifican las falencias que se presentan a nivel empresarial y municipal, es por esto que se elabora un manual, como estrategia pedagógica que permitirá fortalecer el desarrollo competitivo de los hoteles en materia turística.

CAPITULO I

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo se logra fortalecer la competitividad empresarial en los hoteles micro, pequeños y medianos del municipio de Girardot?

El turismo, como nueva economía corresponde al tercer sector denominado bienes y servicios, en el que es indispensable tener en cuenta las herramientas que posibilitan el desarrollo productivo de una región. En el caso del municipio de Girardot, la competitividad es un tema relacionado con el turismo a nivel empresarial, al margen del Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MinCIT), entidad a cargo del desarrollo económico y empresarial a nivel nacional.

El Ministerio como actor ligado al sector, promueve un programa llamado “*Convenios Regionales de Competitividad turística*” en el cual se establecen estrategias para detectar e identificar los problemas y las falencias que se presentan en las empresas a nivel de prestadores de servicios turísticos.

Este programa se ve impedido debido a: la falta de recurso humano capacitado (pequeños empresarios y empleados) para prestar el servicio de alojamiento turístico con calidad; la carencia de estrategias que regulen o guíen el desarrollo competitivo de las empresas del sector hotelero, factor que le permite a cada establecimiento desarrollar sus acciones de forma independiente, individual y a corto plazo, por lo cual se presenta una falta de cultura en la cooperación e integración del sector empresarial, que impide el desarrollo productivo y exitoso de cada unidad económica. De esta manera el trabajo desleal se debe a la falta de acuerdos concretos en períodos de tiempo determinados. Este comportamiento evidencia la deficiente cultura empresarial que se presenta en el sector, seguida de la para-hotelería como economía informal que se da ante la necesidad de trabajar y subsistir a nivel familiar dentro del mercado empresarial.

La creación de propuestas y estrategias para este sector, es limitado debido a la falta de cooperación entre las instituciones y los pequeños empresarios, pues este no sólo es un tema que le compete a los prestadores de servicios turísticos, debido a que existen más hoteles de tipo familiar que no tienen la opción de recibir capacitación en cuanto a turismo se refiere.

A pesar de la problemática que se presenta en el gremio y ante el desconocimiento de las normas básicas para la prestación del servicio de alojamiento por parte del pequeño empresario, existe una oportunidad establecida en el Plan de competitividad de Girardot que busca vincular a los micro, pequeños y medianos empresarios en las actividades del desarrollo turístico, para el fortalecimiento, la creación y la organización de la sociedad hotelera. Razón por la cual, se evidencian mecanismos para la prestación del servicio con calidad y visión competitiva, aspecto en el que quedan cortos en la aplicación de herramientas empresariales, factor primordial para el buen desarrollo de la actividad económica.

1. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.1.1 OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la competitividad empresarial en micro, pequeños y medianos hoteles del municipio de Girardot.

1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Identificar las entidades involucradas en el desarrollo de la competitividad turística, a partir de la contextualización empresarial hotelera del municipio de Girardot.
- ❖ Describir la situación actual de competitividad turística de 18 establecimientos de alojamiento y hospedaje con Registro Nacional de Turismo, para conocer los criterios bajo los cuales se presenta la competitividad.
- ❖ Determinar los factores que inciden en la competitividad de los hoteles de Girardot, para darlos a conocer a la comunidad de empresarios de micro, pequeña y mediana empresa.
- ❖ Diseñar un manual dirigido a los empresarios que se benefician del desarrollo de la actividad hotelera, para fortalecer y mejorar el desarrollo de sus actividades.

2 JUSTIFICACIÓN

El turismo como economía dinamizadora de un lugar, es también una industria que contempla el papel de actores relacionados con el diseño, promoción, divulgación y comercialización de productos turísticos, procesos en los cuales se ven involucradas empresas prestadoras de servicios turísticos que hacen parte del sector, pueden ser de carácter público o privado e intervienen en el fortalecimiento de la dinámica natural del mercado. La poca integración de actores y la falta de alianzas estratégicas del municipio de Girardot convierten estas actividades en trabajos individualistas y egoístas por parte de los micro, pequeños y medianos empresarios del sector turístico hotelero, por ende, existe deficiencia en la cultura empresarial y falencias frente al tema de competitividad.

En este caso, la competitividad turística es una alternativa que mejora las relaciones entre empresas, contribuye con el desarrollo de alianzas en el sector turístico para mejorar las dinámicas de comportamiento que se dan entre actores, permitiendo formar una cultura empresarial. De esta manera, la competencia se da con el ánimo de que una organización cree y/o mantenga una ventaja competitiva que le permita marcar la diferencia, alcanzar, mejorar y sostener su posición en el ámbito empresarial.

El motivo por el cual se diseña esta investigación, es proponer un manual para el fortalecimiento de la competitividad en micro, pequeños y medianos hoteles del municipio de Girardot, que conforman el sector hotelero. Por medio de este, se pretende dar a conocer a los gerentes de los establecimientos un glosario de términos relacionados con alojamiento, hospedaje y competitividad, a fin de promover el conocimiento de estos en el desarrollo de sus funciones diarias. Seguido a esto, se evalúa la competitividad de 18 establecimientos de alojamiento y hospedaje, con base en los resultados obtenidos a partir de los instrumentos aplicados. De esta manera, se procura explicar de forma sencilla 4 experiencias vividas por los hoteles que lideran el mercado turístico en el municipio, a partir de ello, brindar a los micro, pequeños y medianos hoteles del municipio

recomendaciones técnicas como estrategias y herramientas que impulsen el desarrollo empresarial del sector turístico y respondan a las falencias encontradas en los hoteles.

De igual manera, la propuesta de investigación, está diseñada con el ánimo de fortalecer la competitividad empresarial en micro, pequeños y medianos hoteles del municipio de Girardot. Además, sirve de sustento para futuras investigaciones que se pretendan realizar en el municipio en temas relacionados, pues contempla información precisa y real de la gestión que llevan los prestadores de servicios turísticos (hoteles de Girardot) en la actualidad.

3 GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE GIRARDOT

Para acercarse un poco más al lector sobre el objeto de estudio, es importante mencionar que el municipio de Girardot, está ubicado en el departamento de Cundinamarca (lugar donde se lleva a cabo el estudio), donde limita al norte con el municipio de Nariño y Tocaima, al sur con el municipio de Flandes y el Río Magdalena, al oeste con el municipio de Nariño, el Río Magdalena y el municipio de Coello y al este con el municipio de Ricaurte y el Río Bogotá.

Es un destino que es atractivo tanto para los turistas como por los visitantes que buscan un lugar con condiciones climáticas favorables para el descanso y la realización de actividades propias de ocio, recreación y deporte, es por esto que el objeto de estudio se realiza en este municipio, específicamente en el área urbana, y esta acoge también una sección de conurbación¹ con los municipios de Flandes y Ricaurte; por otro lado el municipio cuenta con una extensión total de 129 Km², de los cuales 20 Km² son urbanos y 109 Km² rurales, entre sus principales vías de comunicación están consideradas de tipo aéreas como el Aeropuerto Santiago Vila en Flandes – Tolima, terrestres (Vía Panamericana) y fluvial (puerto del Río Magdalena), y las vías de acceso para su fácil ubicación y desplazamiento se encuentra la vía de Tocaima, Bogotá, Flandes, Melgar, la Mesa.

Por otro lado, dentro de su equipamiento la plaza de mercado del municipio recibió el premio nacional de arquitectura, por Leopoldo Rother² pero que con el paso del tiempo esta plaza tiene un abandono total y las condiciones de salubridad del lugar no son aceptables, de igual forma la seguridad alrededor es un factor importante para mejorar ya que en esa zona se presentan continuamente robos y atracos por parte de la delincuencia civil.

¹ La conurbación es un fenómeno mediante el cual dos o más ciudades se integran territorialmente, independientemente de su tamaño, de sus características propias y de la adscripción administrativa que posean. Término citado en: Moreno Jaramillo Cecilia Inés, "La conurbación: Rizoma urbano y hecho ambiental y complejo ". Pág 2, 2008.

² Arquitecto, alemán encargado del diseño y la arquitectura de la Plaza de Mercado de Girardot. Revista ESCALA. No. 20. Centro de abastos. Casa Editorial Escala. Bogotá, D.C. Colombia.

3.1 UBICACIÓN DEL MUNICIPIO

Mapa Turístico



Mapa 1: Mapa Turístico Zona Urbana de Girardot³

³ Mapa Turístico de Girardot. Sitio web del municipio de Girardot. Disponible en: <http://www.girardot-cundinamarca.gov.co/index.shtml?x=1998712>

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

A continuación, se abordarán conceptos y definiciones relevantes para el análisis y el estudio de la competitividad en el sector turístico hotelero del municipio de Girardot. La primera parte se basa en el trabajo realizado por Michael Porter⁴, quien permite evidenciar que la competitividad se da con base en actividades organizacionales y empresariales. También se hace referencia a las definiciones de la planta turística donde se refiere a la actividad empresarial y a los lugares que facilitan la permanencia y estancia de los visitantes o turistas en un lugar determinado.

2.1 MARCO CONCEPTUAL

2.1.2 COMPETITIVIDAD

De acuerdo con Michael Porter, el término "Competitividad" es *" la capacidad que tiene una organización, pública o privada, lucrativa o no, de obtener y mantener ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico"*⁵.

Esta definición se puede entender como: *"la capacidad que tiene una empresa para mantener sus ventajas a nivel individual, generando determinados atributos-beneficios con el desarrollo normal de sus actividades, siendo diferente e impactando en el mercado, pero también manteniéndose y siendo sostenible en el tiempo"*⁶.

⁴ Padre de la competitividad y autoridad mundial de competitividad, estrategia empresarial y valor compartido.

⁵ PORTER, Michael. The Competitive Advantage of Nations. The Free Press. 1990.

⁶Fuente: elaboración propia de la definición de competitividad con base en Michael Porter.

Este enunciado puede aplicarse al sector empresarial, pues son las empresas quienes eligen el segmento que desean impactar en el mercado, mostrando sus aspectos diferenciadores frente a otras empresas del mismo. Cabe resaltar que el punto de vista del usuario frente a la ventaja competitiva responde a la adquisición de un servicio o producto determinado, su calidad, su bajo costo, su fácil ubicación. Pero esto, se logra cuando la misma empresa es quien hace la diferencia con el insumo que ofrece.

Con base en lo anterior, se puede decir que la ventaja competitiva es la diferencia que hace una empresa al transformar los bienes y servicios al máximo, de modo que obtenga una utilidad o beneficio económico a medida que se mantiene en el tiempo, con el óptimo aprovechamiento de los recursos que posee⁷.

Por otro lado, la productividad es un elemento que juega un papel importante dentro de la competitividad empresarial, ya que interviene en los procesos de satisfacción del cliente final. Pues, hace parte de la eficiencia (uso óptimo de los recursos, menor tiempo de producción, sin disminuir la calidad), la eficacia (lograr de forma exitosa objetivos establecidos, teniendo presente el grado de satisfacción del cliente), generando un valor agregado que cumpla los requerimientos del cliente. A su vez, engloba la calidad desde el punto de vista de manejo de esfuerzos colectivos, para ahorrar tiempo, recursos y corregir errores en los procesos de producción, con el ánimo de mejorar la prestación del servicio en general⁸.

Siendo así, la calidad según Williams Edward Deming⁹ es el elemento que aumenta la productividad de la empresa, debido a que hay mayor

⁷ MURILLO, Romo David. MUSIK, Abdel Guillermo. Sobre el concepto de competitividad. CEPAL. Comercio Exterior. Volumen 5, No. 3. Marzo 2005. Disponible en:
<http://www.cepal.org/dmah/noticias/paginas/1/27731/26845597.pdf>

⁸ DEMING, Williams Edward. "Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis". Ediciones Díaz de Santos, S.A. Madrid, España.

⁹ Estadístico estadounidense, profesor universitario, autor, consultor y difusor del concepto de calidad total.

aprovechamiento de recursos empresariales y de tiempo, menor cantidad de errores en los procedimientos y menores costos.

De esta manera, la competitividad como estrategia empresarial, sirve alcanzar esa calidad y productividad, compitiendo en el mercado de bienes y servicios, desde cada área funcional de la empresa.

A continuación, se va a referenciar otras definiciones que aportan en la construcción del marco conceptual, sobre el cual se estructura este trabajo de investigación.

“Es un proceso de creación de ventajas competitivas, donde es importante la capacidad de innovar para obtener avances tecnológicos y además anticiparse a las necesidades de los consumidores; se logra obtener la capacidad de organización, infraestructura y marco jurídico. No sólo es un problema de tipo tecnológico y económico, sino involucra una gran variedad de aspectos como: territorio, elementos sociales, ambientales y políticas gubernamentales. Por lo tanto debe de integrar la tecnología, con los aspectos ecológicos, esto con la finalidad de equilibrar la rentabilidad económica con los objetivos de bienestar social; todo esto con base en el buen uso de los recursos naturales”¹⁰.

Es importante, la creación de ventajas competitivas a través de un marco jurídico de la infraestructura en la organización empresarial, ya que son los pilares fundamentales con los que cuenta el municipio, y generan un ambiente propicio de alianzas estratégicas que permiten caracterizar al municipio como un lugar líder en la optimización de los recursos y con capacidad de innovación. Para el caso de Girardot, se necesita construir, formular y aplicar diferentes herramientas que

¹⁰ Definición citada en: ESPINOSA, Ayala Enrique. La Competitividad del sistema agroalimentario localizado productor de quesos tradicionales. Toluca, Estado de México. Agosto 2009. Pág. 34. Trabajo de grado. Universidad Autónoma del Estado de México. Facultad de Ciencias Agrícolas. Disponible en: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/eea/Competitividad.html>

impulsen las actividades realizadas por las empresas, en la cual se puede utilizar apropiadamente la siguiente definición:

“Una empresa es competitiva si es capaz de formular y aplicar estrategias que la lleven a una posición de mercado sostenida o ampliada en el segmento de la industria donde opera. Las estrategias, las capacidades y el desempeño de una empresa deben ser coherentes con los patrones de competencia prevalecidos en la actividad realizada, es decir, se define sobre la base de las empresas, es posible considerar, por extensión que un sector es competitivo si una proporción alta de valor de producción se origina de empresas que son y deben presentar cuatro elementos”¹¹.

El término de competitividad es aplicable a nivel empresarial (para el sector de micro, pequeños y medianos empresarios en Girardot), pues no necesita ser de carácter internacional, para llamar la atención en materia de productividad, y no solo implica saber actuar en el medio con estrategias que hagan la diferencia, sino que permitan el desarrollo integral de las empresas del sector, por lo que es necesario generar una mejor calidad de vida a las personas que intervienen en el medio.

Es así, que las condiciones propias de la competitividad, se establecen mediante las siguientes variables: la calidad del destino, recursos disponibles, infraestructura, superestructura, recursos humanos, servicio al cliente y soporte tecnológico, entre otros. En este sentido, se aplica bajo los siguientes factores de competitividad: Infraestructura, recurso humano, sensibilización, sostenibilidad, planta turística, tecnología e innovación y gestión empresarial, los cuales permiten medir y evaluar el nivel de competitividad entre los establecimientos de hospedaje.

¹¹ ESPINOSA, Ayala Enrique. Op. Cit., p. 34.

2.1.3 PLANTA TURÍSTICA

Según Boullón, la planta turística se refiere a las empresas que *“le facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.)”*¹². Estos servicios suelen darse en el destino a excepción de las agencias de viajes emisoras, que actúan en el lugar de origen.

*“La Planta turística es un subsistema que elabora los servicios que se venden a los turistas, los cuales son administrados por la actividad pública o privada que se dedica a prestar los servicios turísticos básicos”*¹³. Es decir, las empresas.

El equipamiento, hace parte del servicio de alojamiento, alimentación, esparcimiento, entre otros, como guías, agencias de viajes, cambios de moneda, las instalaciones, carpas, miradores, circuitos, senderos, refugios, funiculares, piscinas, vestuarios, juegos infantiles, entre otros. Es en esta parte del equipamiento es donde se ubican los hoteles pequeños y medianos del municipio de Girardot, en el cual está enfocado el estudio y la elaboración de las estrategias para el fortalecimiento de la competitividad en la planta turística.

La Industria turística, conocida también como actividad turística, es aquella que genera productos característicos del turismo. (Véase tabla 1). Para ello se estudia la industria hotelera de los anteriormente mencionados pequeños y medianos hoteles del sector empresarial de Girardot, por este motivo se abordará el concepto de Hotel según la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 006, difundida por Fondo Nacional de Turismo (Fontur).

¹² BOULLÓN, Roberto. Planificación del espacio turístico. Capítulo 2. El sistema turístico. Pág. 40. Editorial Trillas. Disponible en: http://www.unida.org.ar/Bibliografia/documentos/Desarrollo_Sustentable/GST/docs%20modulo%207/EISis_temaTuristico.pdf

¹³ Ibid., p. 40.

Productos	Industrias
1. Servicios de alojamiento para visitantes	1. Alojamiento para visitantes
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas	2. Actividades de provisión de alimentos y bebidas
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril	3. Transporte de pasajeros por ferrocarril
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera	4. Transporte de pasajeros por carretera
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua	5. Transporte de pasajeros por agua
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros	6. Transporte aéreo de pasajeros
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte	7. Alquiler de equipos de transporte
8. Agencias de viajes y otros servicios de reservas	8. Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas
9. Servicios culturales	9. Actividades culturales
10. Servicios deportivos y recreativos	10. Actividades deportivas y recreativas
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país	11. Comercio al por menor de bienes característicos del turismo, específicos de cada país
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país	12. Otras actividades características del turismo, específicas de cada país

Tabla 1. Lista de categorías de productos característicos del turismo y de industrias turísticas.¹⁴

2.1.4 HOTEL

*Es un “establecimiento en el que se presta el servicio de alojamiento en habitaciones y otro tipo de unidades habitacionales en menor cantidad, privadas, en un edificio o parte independiente del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo y con entrada de uso exclusivo. Además, dispone como mínimo del servicio de recepción, servicio de desayuno y salón de estar para la permanencia de los huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios”.*¹⁵

¹⁴ Organización Mundial del Turismo. Entender el turismo: Glosario Básico. Industrias Turísticas. Lista de categorías de productos característicos del turismo y de industrias turísticas. Disponible en: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

¹⁵ COLOMBIA. Icontec. Cotelco. Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 006. (27, agosto, 2009). Por medio de la cual se clasifican los establecimientos de alojamiento y hospedaje por estrellas de hoteles. Disponible en: http://www.fontur.com.co/aymsite/aym_document/aym_normatividad/2009/NTSH006-09.pdf

Pero, específicamente un hotel pequeño y/o mediano cumple los mismos requisitos con el fin de que el huésped tome el servicio, la gran diferencia que existe es la formalidad de los establecimientos de alojamiento y hospedaje, que en su gran mayoría se da ante la informalidad del prestador turístico (para- hotelería), la cantidad de recurso humano, la calidad en el servicio, la atención del usuario, la infraestructura, entre otros.

2.1.5 DEFINICIÓN DE LA EMPRESA SEGÚN SU TAMAÑO

Las empresas se clasifican según su tamaño como: micro, pequeñas y medianas, según la ley 905 de Agosto 2 de 2004¹⁶, la cual estipula las diferencias entre sí, y se denomina de la siguiente manera:

- La micro empresa se caracteriza por tener un máximo de 10 empleados.
- La pequeña empresa posee entre 11 y 50 trabajadores.
- La mediana empresa requiere como mínimo 51 y máximo 200.

¹⁶ COLOMBIA. Congreso de la República de Colombia. Ley 905 de 2004. Por medio de la cual se modifica la ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana. Disponible en: <http://web.presidencia.gov.co/leyes/2004/agosto/Ley%20No.%20905.pdf>

2.2 MARCO LEGAL

El turismo a nivel Nacional, Local y Regional está regido por los planes de desarrollo, planes de competitividad, normas técnicas y normas de calidad. Estas políticas se encuentran presentes en la legislación del municipio, por lo tanto es necesario aplicarlas al trabajo de competitividad turística en Girardot, pues además de caracterizar y generalizar las actividades que se desarrollan en el sector turístico, se encuentran vigentes para su disposición.

2.2.1 POLÍTICA NACIONAL DE COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD- CONPES 3527

Este documento, rige el desarrollo de la competitividad a nivel nacional¹⁷, pues impulsa el Sistema Nacional de competitividad, tiene como propósito volver al país más competitivo, permitiendo la mejora de esta. Pues el hecho de aumentarla genera oportunidades de empleo formal y combate la pobreza, la desigualdad en pro del desarrollo socio- económico colectivo.

En este sentido, El Conpes plantea 15 planes de acción¹⁸, con el fin de desarrollar dicha política, dentro de los cuales se encuentra la *formalización laboral*, que promueve el desarrollo de estrategias para lograr la formalización laboral, garantizando condiciones de trabajo dignas en las empresas.

Además, la política promueve el desarrollo empresarial privado, incluyéndolo en la participación activa, en acciones de comunicación adecuada y continua con el gobierno, a partir de la elaboración de planes (Véase tabla de planes de acción) y proyectos mediante compromisos acordados. En este ámbito, la responsabilidad social empresarial es uno de los mecanismos por los cuales las empresas ejecutan planes de acción, para mitigar impactos generados por el desarrollo de estas actividades, en las que intervienen actores como: los proveedores,

¹⁷ COLOMBIA. Departamento Nacional de Planeación. Congreso de la república. Política Nacional de Competitividad y productividad- CONPES 3527 (23, junio, 2008). Por medio del cual funciona el Sistema Nacional de competitividad y se plantean 15 planes de acción. Disponible en: <https://www.dnp.gov.co/portals/0/archivos/documentos/subdireccion/conpes/3527.pdf>

¹⁸ Ibid.

trabajadores y clientes que frecuentan los establecimientos, por lo cual las empresas crean iniciativas que les permita tener rentabilidad en sus negocios, teniendo presente el desarrollo de acuerdos de responsabilidades frente a los impactos que se generen a nivel ambiental, social, y económico.

2.2.2 NORMAS DE CALIDAD ISO

2.2.2.1 ISO 9000: 2001

Es una herramienta de aplicación universal, que define los aspectos a tener en cuenta para realizar la gestión de calidad en las empresas. Las ISO, a través de la Serie 9000, se ha establecido en elementos que conforman los sistemas de gestión de la calidad, cuya aplicación, en dichas empresas, es la de garantizar el control de todas las actividades administrativas, técnicas y humanas de su organización en las que inciden en la calidad de los productos y servicios. Así mismo, la verificación de la aplicación de los diferentes modelos establecidos en dicha Serie, por medio de las auditorías de calidad, para generar una certificación, estas se constituyen en la base de confianza orientada tanto para la Dirección como para el cliente y de la aptitud de la empresa para proveer productos y servicios de calidad¹⁹

2.2.3 NORMAS TÉCNICAS SECTORIALES

Estas normas describen y establecen lineamientos sobre los cuales los prestadores de servicios turísticos deben regirse para desarrollar sus labores, con el fin de implementar sistemas de calidad, buenas practicas, ambientales, atención de calidad en el servicio al cliente. Motivo por el cual se hace referencia, a la norma que incluye el segmento hotelero del país.

¹⁹ COLOMBIA. Instituto Colombiano de Normas Técnicas- ICONTEC. NTC ISO 9001. Sistemas de Gestión de la Calidad. Requisitos. (Diciembre, 2001)

2.2.3.1 NORMA TÉCNICA SECTORIAL COLOMBIANA NTSH 006

Esta norma colombiana²⁰ comprende las características de calidad en infraestructura y los servicios ofrecidos que deben cumplir los hoteles para obtener su certificado de calidad turística. A su vez define la clasificación de los establecimientos de alojamiento y hospedaje a través de una categorización aplicada a todos los hoteles. Para este caso, el uso de categorías es imprescindible debido a que la población objeto de investigación hace parte de esta categorización por estrellas.

En la norma, *la categorización por estrellas*, es un mecanismo que expone las características de calidad con las que debe contar cada hotel desde la escala de 1 estrella hasta la de 5. Cabe decir que la categorización se da entorno a los factores de planta, accesibilidad, servicio y normatividad.

2.2.2 PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL

Este lineamiento planteado con el fin de orientar las acciones públicas y privadas del sector turístico y de planear la ciudad conforme a un beneficio social, económico y cultural de los habitantes de Girardot. Pues siendo el turismo una actividad productiva, requiere una propuesta para el ordenamiento del espacio del municipio que tenga en cuenta la ubicación de la infraestructura, los servicios centrales y de apoyo, para el logro del ordenamiento eficiente y eficaz, con el fin de generar ventajas de competitividad en el desarrollo de la actividad turística. De igual manera, se prevé consolidar el municipio como espacio social, cultural, económico para los visitantes.

Al analizar el territorio y la ciudad, el plan de ordenamiento territorial relaciona áreas de interés, infraestructura, espacios públicos, inmueble patrimonial, actividades culturales, ambientales y equipamientos. Este establece el uso del suelo conforme a usos turísticos y recreacionales para visualizar a futuro, motivo

²⁰ COLOMBIA. Instituto Colombiano de Normas Técnicas- ICONTEC. Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 006. Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles. Requisitos. (27, Agosto, 2009).

por el cual se habla de que el turismo no se percibe como elemento articulador entre la misma actividad y los lineamientos que permitan la consolidación de un sistema ordenado y eficiente, que garantice el fortalecimiento del área rural y urbana a nivel turístico.

XIX.	Sectores De Clase Mundial	XX.	Infraestructura De Logística Y Transporte
XXI.	Salto De La Productividad Y Empleo	XXII.	Profundización Financiera.
XXIV. XXIII.	Competitividad En El Sector Agropecuario	XXV.	Simplificación Tributaria
XXVI.	Formalización Empresarial	XXVII.	Tic
XXVIII.	Formalización Laboral	XXIX.	Cumplimiento De Contratos
XXX.	Ciencia, Tecnología E Innovación	XXXI. XXXII.	Sostenibilidad Ambiental Como Factor De Competitividad
XXXIV.	Educación Y Competencias Laborales	XXXIII. XXXIV.	Fortalecimiento Institucional De La Competitividad
XXVI.	Infraestructura De Minas Y Energía		

Tabla 2. Planes de acción²¹

2.2.3 PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE GIRARDOT

La Alcaldía Municipal de Girardot, dentro del *PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO “PRIMER MUELLE TURÍSTICO DE COLOMBIA”*, desarrolla el diagnóstico turístico del municipio basado en el diamante de la competitividad de Michael Porter, sobre el cual se tienen presente los factores que condicionan el desarrollo de este fenómeno.

Allí se hace una mirada profunda teórica y aplicada sobre la condición de los factores básicos y avanzados (que dan soporte a la actividad y que generan conocimiento alguno) como por ejemplo: la infraestructura, la seguridad, el aseo, el capital, los recursos naturales, culturales y por otro lado, los centros de formación, bibliotecas y centros de investigación. Otro aspecto nombrado es la estrategia, estructura y rivalidad empresarial, sección en la cual se mencionan las

²¹ Op cit

empresas del municipio (prestadores de servicios turísticos de establecimientos de alojamiento y hospedaje, agencias, guías, operadores y otros) mencionados en la ley general de turismo de 1996.

Se ve como estrategia empresarial la fuerte vocación turística del municipio, unida a la oferta de micro, pequeñas y medianas empresas, grandes empresas que por falta de cooperación se llega a trabajar de manera desarticulada, sin tener alianzas estratégicas que beneficien la competitividad del sector. Conforme a lo anterior, se plantea minimizar la rivalidad, una problemática actual relacionada con la integridad de los empresarios y gerentes de los establecimientos, la deslealtad en la prestación del servicio, pensando solo en el beneficio propio, la diferencia entre precios y la calidad del servicio prestado, elementos de los cuales nace la iniciativa competitiva para trabajar de forma innovadora y haciendo la diferencia.

Otro capítulo importante, son las condiciones de la demanda donde se caracteriza el turista que visita y pernocta en el municipio, haciendo la diferencia entre el turista de los años 90, el turista actual de alto nivel, de cajas de compensación y de masas. Aspectos que permiten la creación de un perfil más específico y detallado del turista actual, con base en encuestas aplicadas a 100 turistas mayores de edad.

Finalmente, el papel del gobierno enmarcado en un plan de acción para el cumplimiento y puesta en marcha del plan de desarrollo turístico del municipio, en el cual se establecen varios programas, los cuales corresponden a un eje específico de trabajo. Por ejemplo, el programa llamado “Formalización empresarial del sector turístico”, enmarcado en el eje de desarrollo empresarial turístico sostenible, en el cual se plantean estrategias su cumplimiento. Dentro de estas, se encuentra: la organización de jornadas informativas de formalización turística con la participación de entidades públicas y privadas competentes,

estrategia medida con el indicador número de eventos realizados al año y meta de cada uno.

Otra estrategia, llamada “Diseño y distribución de material físico de apoyo en la divulgación de normatividad turística”, medido por el número de cartillas entregadas a empresarios por año, con meta de 400. Por otro lado, el mismo eje contribuye con el desarrollo de otro programa llamado “Fortalecimiento de la calidad en la oferta de productos turísticos” mediante la estrategia de definición de los parámetros de normatividad mínimos a exigir a cada uno de los subsectores de acuerdo a las normas técnicas sectoriales que apliquen según el tipo de servicio prestado.

2.2.4 PLAN DE COMPETITIVIDAD DE GIRARDOT 2007 – 2019

Este referencia tanto a las entidades que participan en las actividades dinamizadoras del municipio, como los documentos elaborados por la alcaldía, tales como el plan de ordenamiento territorial (POT), El Plan de Competitividad, entre otros lineamientos que engloban y colocan en contexto la situación actual del municipio para que las entidades que aportan al tema de competitividad en el sector empresarial, acojan sus estrategias y las apliquen en el sector turístico.

Para el turismo una actividad económica ubicada dentro del sector de bienes y servicios, la cual genera una de las principales actividades que dinamizan y que mueven la economía del municipio, siendo esta la actividad que más predomina debido a que genera beneficios a sus habitantes, los cuales contribuyen con otros sectores de la economía, permite en el ámbito económico la diversificación de la base económica del municipio con la cual se sustenta, de esta manera que el municipio brinda un gran portafolio de servicios dotados con la infraestructura necesaria y por la que es reconocido por sus visitantes y turistas.

Girardot cuenta con un plan de competitividad estimado entre el 2007 y 2019, este documento elaborado por la cámara de comercio de Bogotá y la cámara de

comercio de Girardot, presenta las acciones y las herramientas a partir de estrategias que posibilitan el desarrollo competitivo del municipio. Este plan está construido con proyectos empresariales para generar un aporte colectivo mediante la acción y la cooperación tanto de la comunidad como de los sectores empresariales; contiene además una valiosa metodología realizada con la colaboración de la Universidad Nacional de Colombia, y el centro de investigaciones para el desarrollo (CID).

¿Qué contiene el plan?

El plan de competitividad incluye cuatro estrategias vitales para el desarrollo de la competitividad regional, es decir, que dinamizan el sector económico y empresarial con el que cuenta y se proponen 4 ítems específicos enmarcados previamente dentro de un estudio y un diagnóstico previo, con el fin de tener presente el inventario turístico y el análisis de los elementos que caracterizan la industria turística, con el resultado obtenido se proponen dos líneas fundamentales: la primera en la que indexa dos propuestas ajustadas a la creación de productos turísticos y la creación de iniciativas de comercialización que complemente lo presente para el fortalecimiento apoyo y capacitación en materia turística.

Adicional a este plan se tuvo varios elementos en consideración para los criterios del plan en las que se contó con los siguientes requerimientos para entender la complejidad del reto de cambio, aprovechar las diversas iniciativas existentes y estructurar la estrategia alrededor de la transformación de los factores internos, de tipo organizacional y sociocultural, relacionados con el desempeño empresarial y las interrelaciones sectoriales que al mismo tiempo enfatiza en la competitividad empresarial, para esto se realiza una concertación entre lo público y lo privado, por lo cual el trabajo se dirige a actividades estratégicas con acciones desarrolladas proactivamente a fin de que las instituciones permitan una transformar a medida de que brinden estabilidad, mejoras y alternativas productivas.

Criterios de su elaboración

- I. Reconocimiento de los ejercicios de planificación y diagnóstico estratégico elaborado para Girardot, su área de influencia y el entorno de la región Bogotá-Cundinamarca.
- II. Planeación estratégica como parte del acercamiento conceptual y metodológico idóneo para pensar en Girardot, reconociendo el importante valor para incorporar a un conjunto de actores sociales en el proceso.
- III. Reconocimiento de que Girardot no es un territorio aislado para el análisis de competitividad, pues genera fuertes niveles de relación en toda la subregión del Alto Magdalena, intensificando su importancia como polo de desarrollo económico y social.
- IV. Consideración del desarrollo regional como una construcción de capacidades endógenas (propias) al territorio con nivel de gobernabilidad de Girardot, y desde esta perspectiva, entendiendo que la competitividad de un territorio busca atraer y retener la inversión productiva, realizando tejidos empresariales de tipo productivo, clúster o sistemas territoriales de producción.
- V. El “Plan de Competitividad de Girardot” es el punto de partida para consolidar la visión estratégica del territorio.

2.3 ESTADO DEL ARTE

Dentro del turismo existen varios estudios y experiencias realizadas en el área del sector empresarial que buscan describir la realidad del fenómeno de la competitividad, pues no solo existen modelos de tipo teórico, sino también casos donde se aplican de manera exitosa.

2.3.1 ASPECTOS MICRO- ORGANIZATIVOS DE LA COMPETITIVIDAD

La intención del autor es examinar de manera detallada los procesos por los cuales se da la competitividad en rasgos empresariales, el tipo de análisis que se hace dentro de este documento de la Universidad Autónoma de Barcelona²² en el cual aborda la escuela de avances de competitividad de Michel Porter, para lo cual la competitividad esta aplicada a la empresa a partir de un modelo alternativo de empresa, esto quiere decir que se habla de componentes de diferenciación, contemplados como mecanismo de acción de los recursos con los que cuenta la misma.

Su estudio se realiza en dos partes en las que se complementa el mercado y la empresa evidentemente, estos modelos empresariales están denotados hacia la competitividad estructural partiendo de la base de las producciones internacionales e industriales. Seguido del punto de vista empresarial, lo cual contribuye al estudio que se realiza en el contexto del sector empresarial en Girardot, ya que se hace énfasis en la importancia de las buenas practicas dirigidas a mejorar la preparación de los trabajadores y la prioridad de la calidad en la producción y la responsabilidad de los trabajadores de igual manera la respuesta por parte de agentes como lo son las Políticas públicas.

Vicente Salas, el autor de esta investigación publicada en el año 1992, propone un el trabajo con modelos empresariales que justifican el fenómeno de competitividad y los factores que determinan el concepto de empresa y dinámica competitiva,

²² SALAS FUMÁS, Vicente. Aspectos Micro- organizativos de la competitividad. Barcelona, 1992, 94p. Trabajo de grado (Investigaciones Económicas). Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en catálogo de la Universidad: <<ftp://ftp.funep.es/pie/dt9205.pdf>>

dentro de los que se destacan específicamente: en iniciativas dirigidas a mejorar la formación y la preparación de los trabajadores y la prioridad que recibe la calidad en la producción y la responsabilidad de los trabajadores. El autor plantea un modelo basado en un estilo neoclásico.

El primer modelo de empresa, llamado modelo neoclásico de empresa, estudia el fenómeno de competitividad empresarial a partir de modelos de competencia imperfecta, donde las empresas venden sus productos y se ven enfrentadas a competir entre sí. Según el autor los factores que determinan la competitividad son “los costos de producción y de acuerdo a su variación” con respecto al de las otras empresas varía también la posición competitiva. Pues, depende de la tecnología de producción utilizada, la organización, y la calidad dada conforme al uso de recursos utilizados.

Desde la aplicación de estos modelos se ven aspectos que confrontan el desarrollo de la misma competitividad como fenómeno, hasta consolidar el papel de la empresa como un factor dinamizador de la economía.

Conforme a lo mencionado anteriormente, es propicio tomar el referente de este estudio, sobre el cual se logra identificar el fenómeno de la competitividad en las empresas, para dar mayor claridad sobre el motivo por el cual se presenta este diferenciador en cualquier empresa turística, que devenga cambios a nivel local, territorial, local teniendo una participación clara en el territorio para tomar decisiones que beneficien a todo el sector en general.

2.3.2 COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE LA CIUDAD DE VALDIVIA, REGIÓN DE LOS LAGOS

Para el estudio desarrollado en la Universidad de Chile se pudo rescatar la información obtenida de manera sistemática, logrando evaluar las condiciones de la planta turística que pretende dar un beneficio a la región de los Lagos en Valdivia,²³ para lo cual los investigadores tomaron una muestra representativa de la planta turística conformada por hoteles, restaurantes y agencias de viajes.

Este objetivo tuvo como fin evaluar el accionar competitivo en la región de Chile, dentro de la cual se elaboró una recopilación de información, reuniones y trabajos de concertación, elaboración de herramientas, análisis de resultados, planteamiento de estrategias, como parte metodológica. Y es de esta manera, que se pretende orientar y proyectar el proceso de investigación en el municipio de Girardot, ya que la muestra corresponde a los hoteles categorizados por estrellas.

Para el caso de Valdivia, se observó que dentro de su oferta se encuentra la tipología de turismo de negocios y los clientes más notables son los de la tercera edad. Población dentro de la cual se encuentran familias, quienes utilizan espacios como: cabañas, hostales, moteles, aparta hoteles, pensiones y bed and breakfast para el desarrollo del turismo. Son clasificados por estrellas, teniendo en cuenta la calidad en la prestación de los servicios y que los negocios familiares en su mayoría se encuentran bien distribuidos.

En este estudio los investigadores toman tres establecimientos como base para el desarrollo de su propuesta investigativa. Un elemento relevante sobre el cual se facilita el trabajo de campo y aplicación para el municipio de Girardot, Cundinamarca, comparando aspectos relacionados en la investigación, se permite llevar a cabo un estudio elaborado a la hora de realizar el levantamiento de la

²³ GUARDA, María Elena et al. Competitividad en las empresas turísticas de la ciudad de Valdivia, región de los Lagos. Valdivia, 2006, 78p. Trabajo de grado (Licenciado en Turismo). Universidad Austral de Chile. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Disponible en: <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2006/feg914c/doc/feg914c.pdf>

información y de la entrega de resultados con miras a la elaboración de estrategias que permitan vincular a los pequeños empresarios del sector hotelero.

Ahora bien, para aterrizar de manera analítica la competitividad con los casos que previamente se han revisado, se verá la forma rigurosa en qué se aplican. Es por esto, que el próximo documento podrá ejemplificar de manera técnica los estudios teóricos y la investigación para el caso empresarial en Colombia en el año 2008, para lo cual se toma la actividad empresarial y se resaltan las cualidades de la competitividad a nivel regional haciendo un análisis sobre la teoría de Michael Porter.

2.3.3 MARCO ANALÍTICO DE LA COMPETITIVIDAD FUNDAMENTOS PARA EL ESTUDIO DE LA COMPETITIVIDAD REGIONAL

Para el marco analítico de la competitividad elaborada por la Universidad del Norte,²⁴ los fundamentos de la economía son objeto de investigación para el desarrollo de los negocios internacionales, pero también sirven para determinar en la institucionalidad de la competitividad en el caso de Colombia.

De esta forma el estudio de los autores se compila con datos los datos teóricos y aplicativos sobre los nodos regionales, para la futura aproximación de la región cundinamarquesa y el municipio permita generar los factores principales que influyen en el desarrollo del sector empresarial, y las acciones que permiten el mejoramiento de la competitividad.

La teoría de Michael Porter una vez se aplica para los estudios de la competitividad empresarial enfatizando en la mejora de este fenómeno como lo es la economía en las empresas, Es así como Porter entrega 10 estrategias sobre el estudio realizado previamente y con este estudio pretende que se aplique para

²⁴ LOMBANA, Jahir y ROZAS, GUTIÉRREZ, Silvia. Marco Analítico de la competitividad: Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. Bogotá. 2008. 38p. Disponible en: <<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/854/499>>

Colombia, las cuales serían pensadas a nivel micro (empresas) desde los establecimientos hoteleros del municipio, dentro de estas se encuentran:

- Desarrollo del centro de innovación
- Mejora de la demanda local
- Educación o capacitación en estrategia comercial
- Formación de nuevas empresas
- Incentivar las relaciones compradores - oferentes
- Crear el Consejo de Competitividad (investigación)
- Prensa económica, información económica adecuada para los empresarios
- Incentivar los recursos humanos especializados
- Vender o promocionar la imagen país

Estos elementos que brinda el catedrático, como lo son las estrategias dinamizadoras pueden ser aplicadas dentro del contexto de los pequeños y medianos empresarios del sector turístico en Girardot, como lo son los hoteles del municipio, con el fin de dinamizar la economía regional y brindar un factor de diferenciación sobre la calidad en la prestación de los servicios turísticos y de las cuales también se orienta en que estas herramientas generen productividad, y calidad de vida para el municipio y para sus habitantes.

CAPITULO III

3. MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación de tipo exploratoria, examina y trata el fenómeno de competitividad que se desarrolla en los hoteles micro, pequeños y medianos del municipio de Girardot; según Roberto Hernández Sampieri²⁵ los estudios exploratorios examinan el tema de investigación y aumentan el grado de conocimiento del fenómeno a estudiar. En este caso, la competitividad que se presenta entre los hoteles en temporada alta, es un tema que no ha sido estudiado, aunque se han realizado recopilaciones del tema, no se han enfocado en este sentido.

3.1.2 MÉTODO

Esta investigación corresponde al enfoque cualitativo y cuantitativo, es decir, al método mixto. Cualitativo, porque responde al acercamiento de la experiencia de competitividad que se da entre los hoteles del municipio de Girardot, la cual deja ver las características y los factores por los cuales se da este fenómeno en el municipio. Y cuantitativo, porque amplía el argumento que se obtiene del sector empresarial, con base en elementos lineales que permiten establecer lo que prima en la competitividad.

²⁵ HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto, BAPTISTA LUCIO, Pilar y FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. Metodología de la investigación. Quinta edición. México, Mc Graw Hill, 2010. Capítulo 5. Definición y alcance de la investigación a realizar: exploratoria. Pág. 76- 89. Disponible en: <http://carmonje.wikispaces.com/file/view/Monje+Carlos+Arturo+-+Gu%C3%ADa+did%C3%A1ctica+Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n.pdf>

3.1.3 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la investigación se tuvo en cuenta:

- ❖ Cuestionarios
- ❖ Diarios de campo
- ❖ Fichas de inventario turístico

Se aplicaron 17 cuestionarios, cada uno con un total de 28 preguntas, fueron aplicados a los gerentes, administradores y/o dueños de los hoteles del sector hotelero, con el fin de conocer la situación actual de competitividad que se presenta en el municipio.

Seguido de esto, se realizaron 3 diarios de campo, los cuales se llenaron conforme a las salidas de trabajo de campo en el municipio de Girardot, para analizar y describir las actividades que se realizaron durante el proceso de recolección de información.

Por último, las fichas de inventario turístico fueron realizadas para los 17 establecimientos en los que basamos nuestro trabajo de investigación (micro, pequeños y medianos hoteles), en estas se llevó el registro de la actividad teniendo en cuenta los servicios que ofrece cada hotel y se brindó información detallada sobre ubicación e infraestructura.

3.1.4 POBLACIÓN

La población objeto de estudio para esta investigación son los establecimientos de alojamiento y hospedaje del municipio de Girardot, este segmento poblacional se caracteriza por hacer parte de la oferta de prestadores de servicios turísticos de tamaño: Mipyme (micro, pequeña y mediana empresa).

3.1.5 PRUEBA PILOTO

Se propuso desarrollar la prueba piloto teniendo como filtro la pregunta **1.2.3** del cuestionario dirigido a los hoteles del municipio, para lo cual se eligió al azar cuatro hoteles como población (N). Estos son: Los Puentes Comfacundi, Girardot, Unión Girardot, Hotel Peñalisa.

Con base en la pregunta filtro que es cualitativa, se pretende observar el atributo cualitativo de infraestructura y saber si el municipio ofrece condiciones competitivas para atender el flujo de turistas y visitantes que llegan al municipio.

$$P = \frac{\sum di}{n} = \frac{3}{4}$$

$$P = 0,75 \approx 75 \%$$

Teniendo en cuenta que la población es finita (34 hoteles) con respecto a la proporción, el número de respuestas afirmativas tuvo mayor predominio frente al total de hoteles a los que se les aplicó la prueba piloto (4).

Donde,

N = tamaño de la población (34 hoteles)

P = proporción (0,75) 75%

E = margen de error (0,1) 10%

Q = complemento de la proporción $1 - p = 1 - 0,75 = 0,25 \approx 25\%$

Z= nivel de confianza (85%) 1,40

Nivel de confianza 85% $\approx 0,85$

$$(1 - \infty) = \frac{0,85}{2} = 0,42$$

$$Z = 1,40$$

(Basado en la tabla del área de la curva normal)

Margen de error = 10%

$$N = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}{(N - 1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$N = \frac{34 \cdot (1,40)^2 \cdot 0,75 \cdot (0,25)}{33 \cdot (0,1)^2 + (1,40)^2 \cdot 0,75 \cdot (0,25)}$$

$$N = \frac{12,4}{0,33 + 0,36}$$

$$N = \frac{12,4}{0,69}$$

$$N = 17,9 \approx 18$$

3.1.6 MUESTRA

Según el Plan de desarrollo turístico del municipio de Girardot, para el año 2011 había 54 establecimientos de alojamiento y hospedaje. En la actualidad existen 128 establecimientos en total, de los cuales aparecen 34 hoteles de Girardot registrados en la página del RUES²⁶ con Registro Nacional de Turismo activo. También se tomaron como referente algunos hoteles afiliados a Cotelco²⁷, entre ellos: el Hotel los Puentes Comfacundi, el Hotel Lago Mar el Peñon Compensar, el Hotel Palmetto y el Hotel Tocarema.

Posteriormente, se aplican 18 cuestionarios conforme a la muestra obtenida anteriormente.

²⁶ RUES, Registro único Empresarial y Social. Total de establecimientos de alojamiento y hospedaje de Girardot. [Online] Girardot: [Citado, Noviembre, 04, 2013]. Disponible en:

<http://rntgirardot.confecamaras.co/establecimientos?pagina=1>

²⁷ COTELCO, Asociación Hotelera de Colombia. Directorio de hoteles afiliados. [Online] Girardot: [Citado, Noviembre, 04, 2013]. Disponible en: <http://www.cotelco.org/index.php/hoteles-y-reservas/hoteles-por-ciudad.html?ciudad=382>

CAPITULO IV

4. EVALUACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD

FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR EMPRESARIAL

El desempeño competitivo de una empresa depende de factores relacionados con el ambiente organizacional en que se encuentre. Se puede decir que algunos de estos factores se dan a nivel interno en la empresa, pero también otros externos, que a su vez, inciden en el desarrollo normal de esta. Vale la pena decir que estos cambios a los que se ven enfrentadas las empresas, la mayoría de veces deben ser atacadas, con el fin de minimizar peligros y dificultades, pues deben atacar directamente al competidor. Es de esta manera, que cualquier empresa, depende significativamente de las acciones y gestiones que se realicen.

De igual manera, se prevé como factores:

- La producción: abarca los procesos productivos de la empresa y la revisión de procesos, con el fin de brindar servicios que satisfagan al cliente.
- El Marketing: relacionado con las ventas, la publicidad y las estrategias de promoción y comunicación, para llegar al público final.
- Administración: gestión interna de la empresa, conforme a su personal.
- Finanzas: aspectos contables que una empresa utiliza.
- Tecnología: adopción de nuevos sistemas de información y tecnología, en producción, gestión, atención al cliente, entre otros.
- La calidad: toma en cuenta el producto que mueve a la empresa y lo lleva hasta lograr su aceptación en el mercado y retroalimentación.
- Infraestructura: permite que las condiciones del servicios sean optimas y de calidad para el visitante.
- Sostenibilidad: tiene en cuenta la normatividad para certificarse y para mitigar el impacto ambiental que genera la actividad turística, de forma responsable y sin perjudicar las generaciones futuras.

- Gestión empresarial: permite el desarrollo de alianzas entre empresas del sector privado y entidades en el área pública, de manera que son estas quienes interactúan entre sí de forma autónoma.
- Sensibilización: se orienta a la capacitación de turistas y del personal hotelero en materia de aprovechamiento de recursos, de forma que se construya una conciencia ambiental.
- Gobierno: apoyo de las entidades gubernamentales del municipio frente al desarrollo turístico planificado.
- Recurso humano: hace la diferencia en la prestación del servicio y permite que el hotel sea reconocido en otros lugares.

DINÁMICA DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO

De acuerdo con la vocación turística que tiene el municipio de Girardot y la organización que se ha dado en este, se puede decir que el municipio cuenta con una amplia oferta de prestadores de servicios turísticos en tamaño: pyme (pequeña y mediana empresa), Mipyme (micro, pequeña y mediana empresa) y grandes empresas, cada una de estas enfocadas en un segmento del mercado para brindar sus servicios con eficacia, eficiencia y calidad.

El municipio, cuenta con diferentes modalidades de alojamiento y hospedaje que abarcan una parte de las microempresas activas laboralmente. Estas se caracterizan por ser de tipo familiar, trabajar con un promedio de empleados, dentro de estas se encuentran hostales y posadas ubicadas en el centro del municipio, que funcionan en casas familiares, dotadas con su respectivo mobiliario para atender a sus huéspedes y son los propietarios quienes administran y gestionan la estadía de estos, los costos oscilan entre \$20.000 y \$30.000 pesos noche por persona, ofrece el servicio de hospedaje, casi ninguno cuenta con servicios adicionales a la estadía. Por lo que se puede decir que no cuentan con procesos de planeación de sus actividades a largo plazo, sino más bien actúan en pro del momento y trabajan solo de forma inmediata, conformándose solo con los clientes que llegan día tras día.

Los hoteles de mayor tamaño, pequeñas y medianas empresas, se encuentran ubicados en los perímetros urbanos y zonas rurales del municipio, estos se diferencian en prestar mayores facilidades al usuario que llega a usar sus instalaciones, por lo que existe un mayor confort.

La predominancia de las microempresas y pequeñas empresas en la dinámica empresarial del municipio a nivel de prestadores de servicios turísticos de alojamiento y hospedaje, se da conforme a la vocación turística que se ha desarrollado en Girardot, debido a que gran parte de los prestadores no tienen un perfil identificado, al cual llegar; hoy día el visitante o turista es más exigente, ha cambiado radicalmente a tal punto de querer descubrir otras alternativas de turismo que le satisfagan plenamente.

Cabe resaltar que el papel de los grandes hoteles y de las cajas de compensación es importante debido a que ofrecen alternativas de recreación y facilidades como la conexión inalámbrica y televisión por cable en el interior de las habitaciones. Pero, por otro lado el papel de los hoteles pequeños y medianos prestan sus servicios con una oferta primaria hacia sus visitantes, sin tener en cuenta que al aumentar los servicios puede aumentar el consumo del turista y la demanda en el establecimiento.

CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE²⁸

Las micro y pequeñas empresas del municipio se pueden catalogar como:

Empresas familiares: lideradas por núcleos familiares, quienes las conforman, en su mayoría padres o abuelos son quienes están al mando, toman las decisiones pertinentes, sus hijos son los encargados aspectos operativos, servicio al cliente. Las labores que desempeñan se dan de forma empírica, se enfocan en atender a la persona que llega y no se preocupan por brindar un servicio mejor cada día, sino ofrecer lo que ellos poseen como servicio.

Empresas delegadas a terceros: se da debido a la estacionalidad que hay en el municipio, pues muchos de los propietarios son de ciudades aledañas como Bogotá e Ibagué y en temporadas de baja ocupación hotelera entregan su administración a personas de confianza, que pueda que tenga o no la experiencia suficiente para cumplir a cabalidad la función encargada. Muchas veces las acciones no son planeadas, sino improvisadas, carecen de una planeación estratégica de roles y funciones.

Quizá son las que tiene mayor éxito en la dinámica turística del municipio, puesto que representan el gremio de hoteles medianos los grandes hoteles privados y las cajas de compensación de Girardot como por ejemplo: Comfacundi, Compensar y Colsubsidio. Estas manejan una estructura a nivel organizacional que permite el adecuado manejo de las funciones operativas y/o administrativas del mismo establecimiento de forma coherente y complementaria mediante la prestación de servicios.

Una vez analizada la situación actual de competitividad turística²⁹ de los hoteles que conforman el sector empresarial (micro, pequeñas y medianas empresas) del

²⁸ ALCALDIA MUNICIPAL DE GIRARDOT. Departamento de Cundinamarca, Fondo de Promoción Turística de Colombia y Consulting hotelero, turístico y trabajo estratégico. Plan de Desarrollo Turístico “Primer Muelle Turístico de Colombia”. 2011.

municipio de Girardot- Cundinamarca, se procederá a analizar cada pregunta propuesta en los cuestionarios aplicados a los 18 hoteles del municipio. Además, se pretende conocer los valores correspondientes a cada criterio evaluado, mediante datos porcentuales que permitan comparar los resultados obtenidos entre los diferentes hoteles encuestados.

Partiendo del cuestionario aplicado, se procederá a decir que la muestra correspondiente fueron 18 hoteles de tamaño micro, pequeños y medianos del municipio de Girardot, registrados en el RUES y con Registro Nacional de Turismo activo. Cabe resaltar la participación de administradores con un 39%, seguido de gerentes y recepcionistas que representan cada uno el 17% y jefes de recepción y/o empleados con un 11%.



Centrándonos ahora en el análisis de los resultados obtenidos en los cuestionarios conforme a los elementos bajo los cuales se presenta el fenómeno de competitividad en el sector de micro, pequeños y medianos empresarios, se llega al conocimiento de la situación actual competitiva de cada establecimiento

²⁹“Entendida como los elementos tangibles (infraestructura, recurso humano, tecnología, planta turística, sostenibilidad) que generan factores diferenciadores en la empresa turística, que la hacen sobresalir en entorno en que se encuentra”. Definición propia.

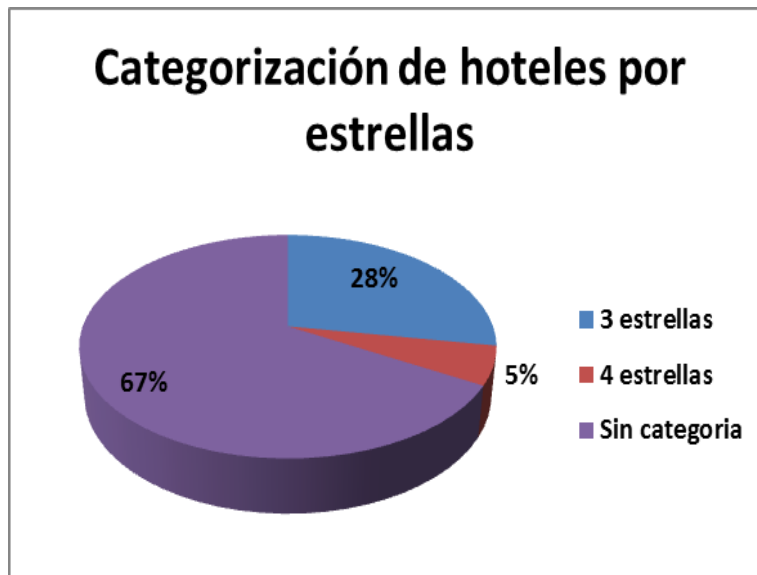
hotelero y se logra evidenciar la problemática general que desglosa este fenómeno en el municipio, a partir de soluciones viables que impacten y lleguen a fortalecer el desarrollo empresarial turístico de Girardot.

Con base en la hipótesis planteada para estudiar el fenómeno de competitividad empresarial en los hoteles, se pretende explicar los criterios sobre los cuales se desglosa este fenómeno. En este orden, se tomó el tema de infraestructura, innovación & tecnología, sostenibilidad & medio ambiente, sensibilización, gestión empresarial, recurso humano y finalmente la competitividad turística. A continuación, se abordará cada uno de estos aplicado al desarrollo empresarial.

Infraestructura

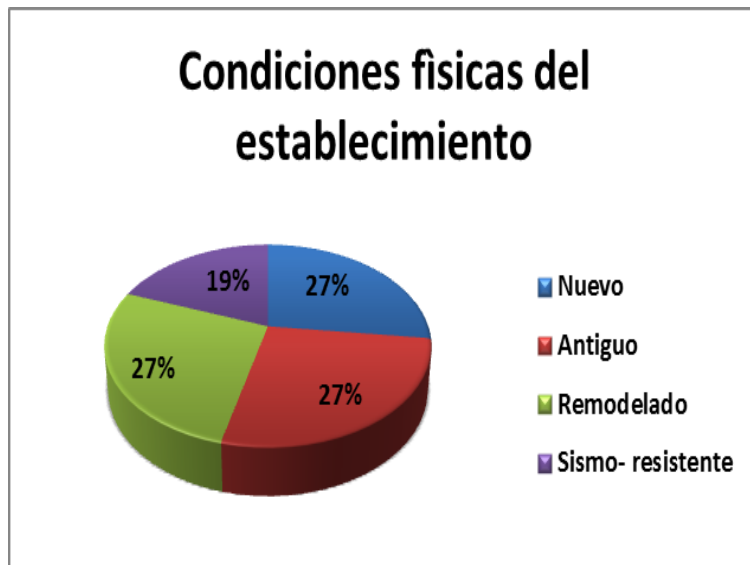
En el municipio de Girardot se encuentran edificaciones que cuentan con planta turística, a fin de satisfacer las necesidades del visitante. La infraestructura como tal, permite el uso adecuado y el funcionamiento de los servicios que presta el mismo establecimiento, dentro de esta se encuentran las vías de acceso, comunicación, servicio de alcantarillado, residuos, entre otros.

Vale la pena tener presente la modalidad de alojamiento que conforman los hoteles de 3 y 4 estrellas, pues la diferencia entre estos es radicalmente notoria. El 5% de los hoteles es de 4 estrellas, el 28% es de 3 estrellas y el 67% de establecimientos no están categorizados por estrellas.



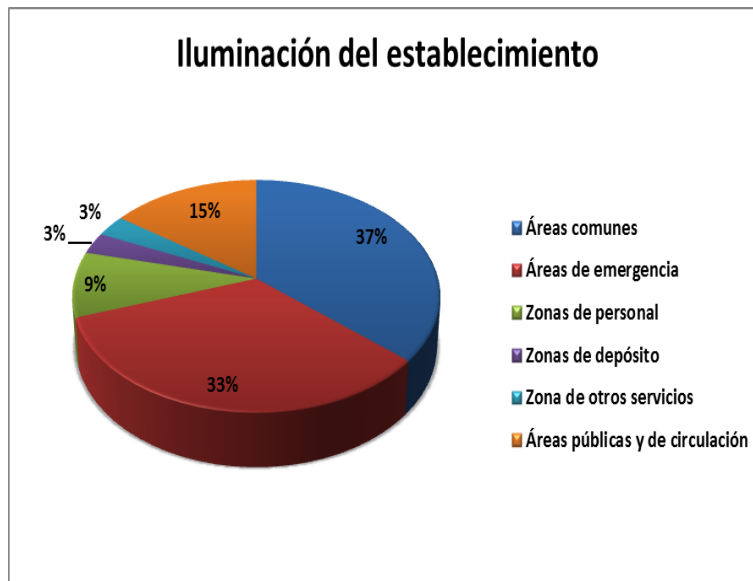
La primera pregunta del cuestionario planteada con el fin de conocer las características de una infraestructura competitiva, permite ver que el 27% de los hoteles son antiguos y remodelados, han sido construidos hace más de 20, 30 y 50 años. Las estructuras en general, han sido remodeladas y las más recientes tienen en promedio 5 años de funcionamiento; muchas de estas remodelaciones se ajustan a la construcción de nuevas habitaciones, nuevos pisos, ampliación de espacios como parqueaderos, piscinas, restaurantes, salas de spa, gimnasios y zonas de esparcimiento, que le permiten al hotel brindar un mejor servicio.

También se puede decir que las estructuras son sismo resistentes, de manera que son más seguros los espacios ante cualquier eventualidad que se presente. La mayoría de los hoteles son de tipo familiar, las instalaciones han sido acondicionadas para brindar el servicio de alojamiento.

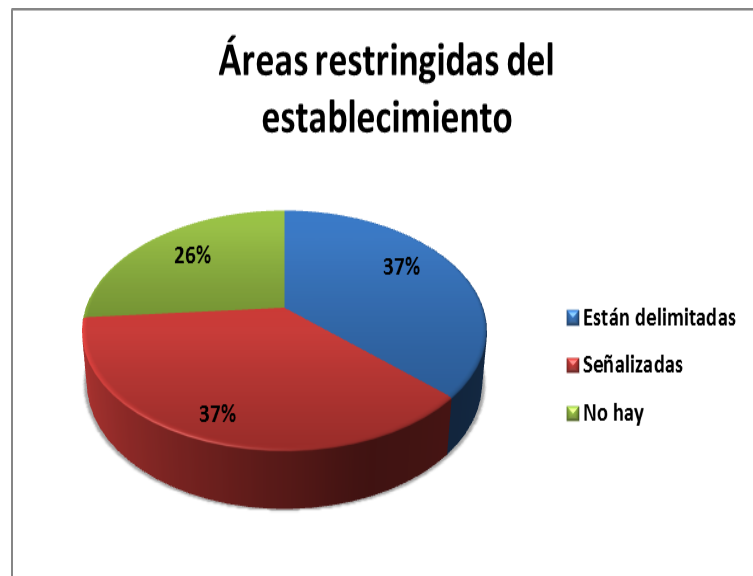


Un primer criterio que se tuvo en cuenta en los hoteles que respondieron el cuestionario fue la iluminación, ítem mencionado en la norma técnica sectorial colombiana 006 de alojamiento y hospedaje que los mismos establecimientos disponen para el desarrollo de sus actividades diarias; se pudo ver que estas instalaciones se encuentran en mayor proporción en las áreas comunes como recepción, restaurante, habitaciones, piscinas, baños y zonas verdes, seguido de las áreas de emergencia (sistema de detección de incendios, salidas de emergencia, vías de escape señalizadas y ventanillas de seguridad).

Las áreas de circulación como piscinas, escaleras y las de acceso al personal como vestieres, recepción, oficinas también se encuentran iluminadas. Cabe mencionar que algunos hoteles proveen iluminación con bombillos ahorradores y otros incandescentes.



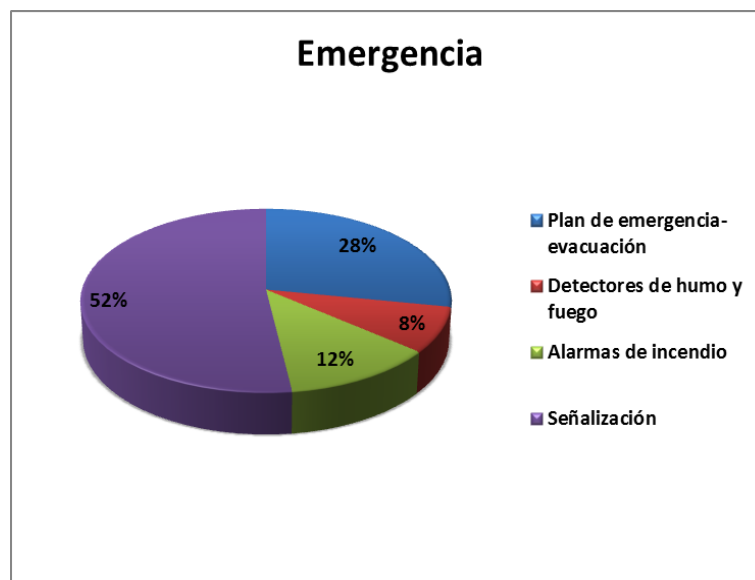
Es preciso resaltar que el 37% de las áreas de los hoteles son restringidas para los huéspedes y visitantes, las cuales se encuentran delimitadas por señalización específica que les impide acceder a estas. De igual manera, el 26% de los hoteles respondieron que no hay restricción alguna para los visitantes.



Frente a este ítem, el Hotel Lago Mar el Peñón especificó que: dentro de sus áreas restringidas y por seguridad está el área del lago, ya que por su profundidad es un área que debe estar señalizada y con vigilancia, para evitar accidentes. Por otra parte el hotel Los Puentes de Comfacundi responde que las áreas

señalizadas y delimitadas están sujetas a las plantas eléctricas, plantas de agua, cocinas, lavanderías y talleres de mantenimiento. De la misma manera, las piscinas son áreas que deben estar señalizadas conforme a la norma de piscinas, pero solo unos cuantos cumplen con estos requerimientos.

En la línea de emergencia, sólo el 28% de los hoteles cuenta con plan de evacuación y/o plan de emergencia, el 12% maneja alarmas de incendio, las cuales generan en el visitante seguridad a la hora de ocurrir cualquier emergencia. Por otro lado, el 8% tiene detectores de humo y fuego que corresponden a los hoteles medianos, pues los demás no cuentan con este servicio y el 52% posee señalización de emergencia en los diferentes espacios del hotel.

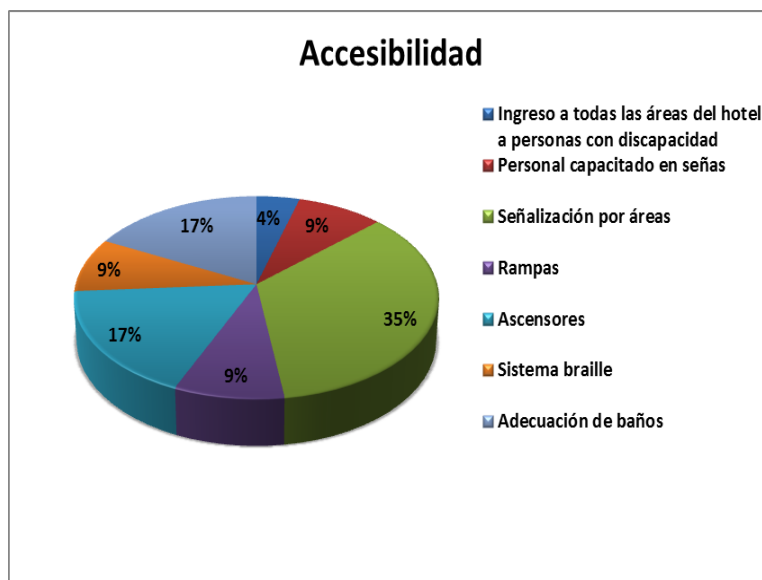


La accesibilidad dentro de la infraestructura es otro factor que hace parte de la evaluación competitiva de un hotel, por este motivo se deben tener en cuenta los diferentes segmentos poblacionales que pueden llegar a un establecimiento de alojamiento, como por ejemplo, personas con algún tipo de discapacidad (física, cognitiva, sensorial e intelectual), que en su mayoría se ven limitadas a acceder al servicio debido a que hoy día son pocos los lugares que cuentan con espacios amplios para su acceso y disfrute.

La accesibilidad, es un factor importante que en la actualidad debe tenerse en cuenta a la hora de construir cualquier infraestructura, por lo cual es preciso afirmar que el 35% de las áreas de los hoteles se encuentran respectivamente señalizadas como áreas accesibles al público, la adecuación de baños representa un 17%, al igual que el uso de ascensores. Aunque esta adecuación se realiza conforme a la norma técnica colombiana NTC 5017 “Accesibilidad de las personas al medio físico. Edificios. Servicios sanitarios accesibles”³⁰.

Algunos de los hoteles cuentan con pisos demarcados y pintados para las personas que utilizan sillas de ruedas, la señalización se presenta en escaleras y áreas comunes, sólo el Hotel Peñalisa, Los Puentes Comfacundi, Unión y Lago Mar el Peñón son quienes cuentan con esta ayuda.

Existe deficiencia en la utilización del sistema braille para personas invidentes, solamente es utilizado en los hoteles que cuentan con ascensor, el personal capacitado en señas (personas sordas y mudas) es mínimo y el uso de rampas (personas con discapacidad física) es poco.



³⁰ COLOMBIA. Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación- ICONTEC. Norma Técnica Colombiana NTC 5017. Accesibilidad de las personas al medio físico. Edificios. Servicios sanitarios accesibles. (28, Noviembre, 2001). Disponible en: <http://tienda.icontec.org/brief/NTC5017.pdf>

La señalización de los establecimientos se encuentra actualizada, responde a un margen del 26% el cual constituye la modalidad preventiva, informativa y de emergencia. Las señales distribuidas en cuartos y plantas de mantenimiento, de agua y luz, son precisas para hacer esta indicación.

La señalización preventiva indica la situación o clase de riesgo a considerar, motivo por el cual es imprescindible que los usuarios determinen la existencia de riesgos, prohibiciones y obligaciones al encontrarse al interior del establecimiento. Por otro lado, la señalización de emergencia permite identificar medidas de evacuación y protección, los medios e instalaciones de emergencia o primeros auxilios. Dentro de las cuales se evidenció que ninguno de los hoteles tiene señalizado el punto de encuentro a utilizar en cualquier eventualidad.

Y la señalización informativa con un 24% se destaca por ser la más utilizada dentro de los hoteles, pues se refiere a los espacios y zonas con las que cuenta un hotel en general (recepción, cocina, lavandería), sistema de redes inalámbricas, horas de chek in y check out, planes y tarifas vigentes.



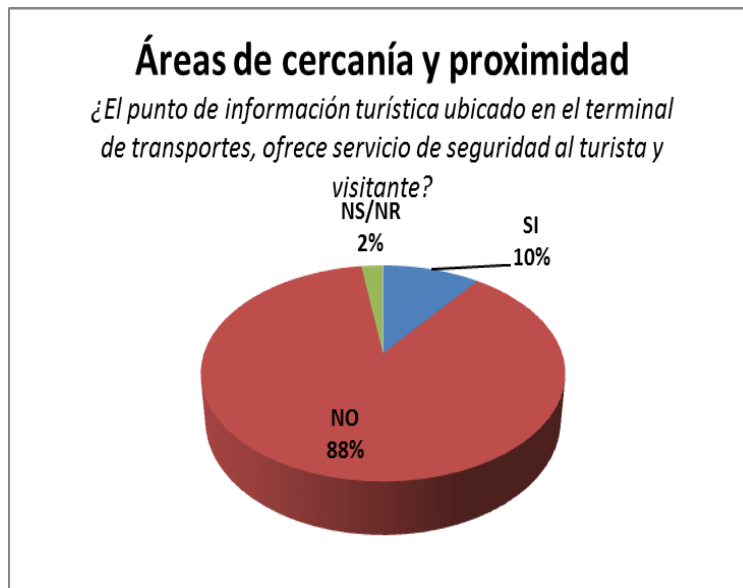
Para la pregunta *¿Considera que la red vial del municipio de Girardot es amplia y se encuentra en condiciones favorables para el visitante?*, sólo el 28% de los

encuestados respondió afirmativamente dando a entender que el municipio se encuentra en buenas condiciones viales para recibir visitantes, y el 72% respondió que la red vial no es buena, tiene falencias para la prestación del servicio turístico, por lo cual la imagen de la ciudad es negativa debido a la poca pavimentación de las vías y la accesibilidad.

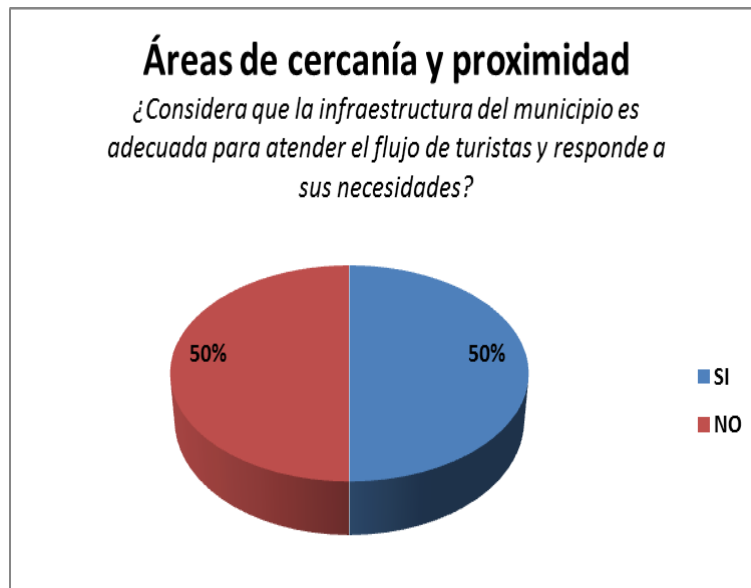


En el siguiente ítem se ha querido preguntar sobre el servicio de seguridad e información turística que brinda el punto de información turística ubicado en el terminal de transporte de Girardot, para lo cual se busca saber los servicios que ofrece este lugar al visitante que llega a conocer Girardot. Aunque el 10% respondieron diciendo que si brinda ayuda e información, el 88% de los encargados respondieron que no lo brinda ninguna ayuda pertinente.

Para corroborar esta información, nosotras como investigadoras nos acercamos al punto de información turística del terminal y pudimos evidenciar que no hay personal con conocimiento en turismo, aunque fue remodelado, es preciso decir que se están realizando cambios en los turnos de los policías de turismo, que son quienes orientan y dirigen este punto; tampoco se cuenta con un directorio turístico al cual pueda remitirse el visitante, para ubicarse fácilmente en el municipio. A este ítem el 2% no sabe, ni da respuesta alguna.

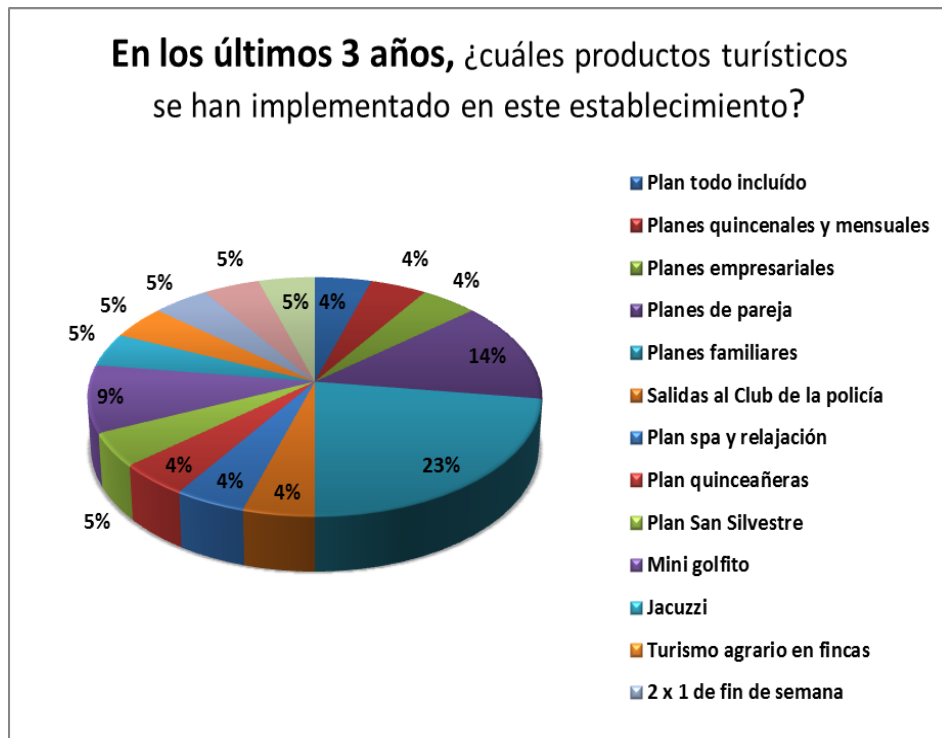


Por otro lado, el 50% de los encuestados respondió que la infraestructura del municipio es adecuada para atender el flujo de turistas y visitantes que llega en temporada y el 50% lo negó. Para justificar sus respuestas, se puede decir que el número de visitantes aumenta en temporadas, por esto Girardot conurbado con Ricaurte, atiende a los visitantes para llenar su capacidad hotelera. Por ejemplo: los hoteles de Lago Mar El Peñón, Peñalisa cuentan con capacidad considerable para recibir y atender las necesidades del turista que viaja en una fecha determinada. De esta manera, se mantiene un concepto positivo sobre la infraestructura y la capacidad del municipio para recibir, alojar y atender las necesidades del visitante que elige Girardot como destino turístico, esperando una buena atención con servicios de calidad.



Tecnología e Innovación

Un segundo factor que mide la competitividad entre hoteles es la innovación y el uso de tecnologías. Allí se planteó la siguiente pregunta: En los últimos 3 años, ¿cuáles productos turísticos se han implementado en este establecimiento?. Con respecto a esta se observó que existen diversas modalidades que ofrecen los hoteles a sus huéspedes, dentro de las cuales se encuentran los planes familiares representados por el 23%, seguido de los planes de pareja con un 14%, esto se debe a que el público que más frecuenta Girardot, son las familias y las parejas. Por otro lado, se pueden ver opciones como: planes para la práctica de golf (9%), plan San silvestre en temporada navideña y plan de turismo agrario en fincas (cada ítem representa un 5%), con descuentos al 2 x 1 y al 50% de descuento. Plan de spa y relajación, planes quinceañeros, plan todo incluido y planes empresariales, cada uno con 4%.

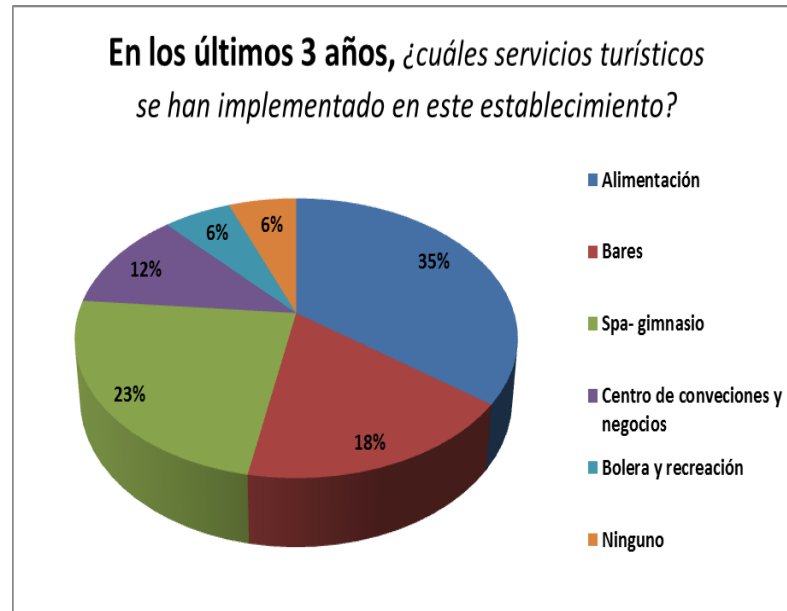


Otra de las preguntas planteadas fue: *En los últimos 3 años, ¿cuáles servicios turísticos se han implementado en este establecimiento?*. Y es preciso mencionar que los encuestados no conocen la diferencia que hay entre el producto y el servicio turístico, de ahí la confusión y las respuestas intercaladas.

Tras el esfuerzo por captar nuevos clientes y mantener la fidelidad de los usuarios, los hoteles saben que se deben implementar nuevos servicios para el disfrute pleno y la estancia de sus anfitriones. Estos servicios contemplan el tema de alimentación que ocupa el 35%, como fuente adicional de ingresos que permite hacer la diferencia entre ellos y los hostales, los cuales no ofrecen servicio en las instalaciones.

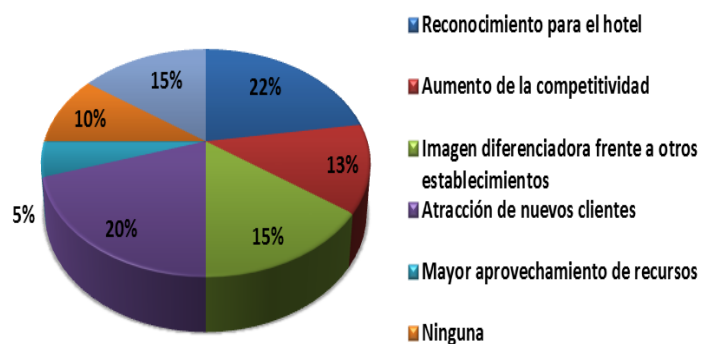
Spa y gimnasio como formas de descanso y relajación representan el 23%; bares (18%) como zonas de esparcimiento, forma de captar público y mantener al turista en el hotel; congresos y convenciones (12%) como centro base para el desarrollo de eventos, negocios empresariales y lanzamiento de marcas; recreación en zonas deportivas, zonas verdes y piscinas que se aplica en el Hotel Peñalisa, el

Hotel Unión, el Hotel Los Puentes Comfacundi y el Hotel Lago Mar El Peñón. Aunque algunos hoteles del municipio consideran que así están bien y por esta razón no han implementado algún servicio adicional.



La siguiente pregunta enfocada en saber las ventajas que les ha generado a los hoteles la implementación de productos y servicios turísticos nuevos, permite saber que reconocimiento del hotel es lo primordial (22%), seguido de la atracción de nuevos clientes con la prestación de novedosos servicios, teniendo así una imagen diferenciadora (15%) frente a los demás establecimientos que prestan el mismo servicio, de manera que se dinamiza la competencia en el gremio hotelero. El aumento de la productividad (13%) es un factor primordial en la empresa, ante la ganancia de utilidades que le permitan al hotel ser innovador y brindar una amplia oferta de productos y servicios a los turistas.

¿Qué ventajas le ha generado a este establecimiento la implementación de nuevos productos y servicios turísticos?



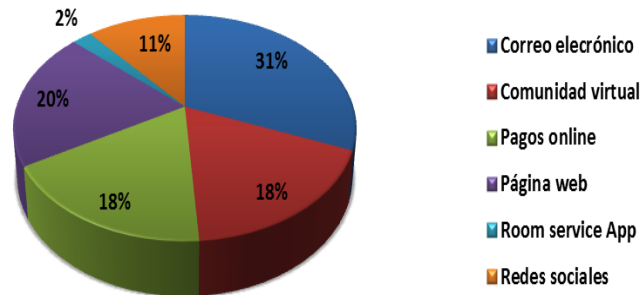
El uso de tecnologías de la información y las comunicaciones en los establecimientos de alojamiento de Girardot es predominante, el 29% de los hoteles encuestados utilizan correo electrónico para realizar reservas en línea, brindar información sobre la oferta disponible. A su vez, el uso de comunidades virtuales, y sistemas de banca online para el pago por internet es utilizado para provecho propio. La radio con un 14% de representatividad en el hotel, es la que promociona y divulga los servicios a nivel municipal, que se ofrecen en temporada (semana santa, fines de semana, semana santa, vacaciones de mitad y fin de año, Reinado Nacional del Turismo, receso escolar, entre otras). El 8% restante utiliza comunicación interna por medio de aparatos avante y radioteléfonos para estar en constante comunicación con los empleados del hotel.



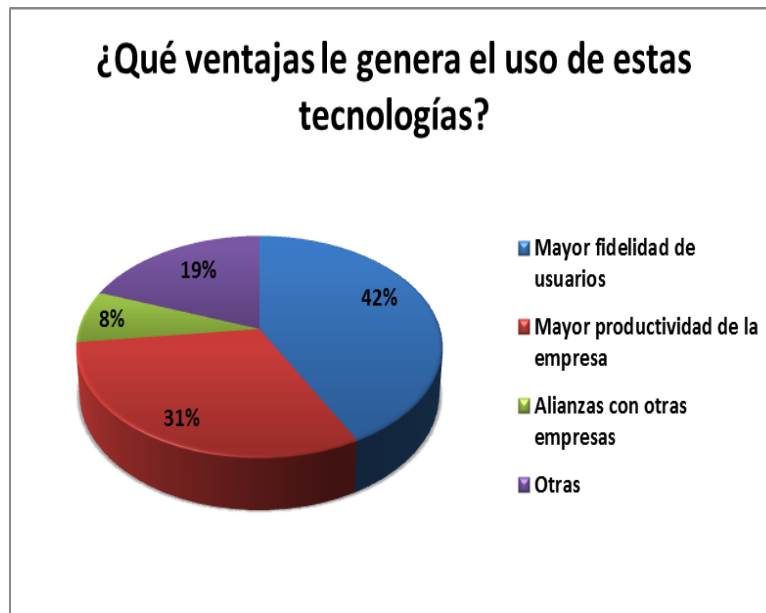
Frente al tema de tecnologías y sistemas de información en turismo utilizados en los establecimientos se pudo observar que el correo electrónico es frecuentado y ocupa el 31%, sigue manteniéndose cómo un recurso tecnológico que permite llevar a cabo un trabajo personalizado con mayor eficiencia y eficacia y además, le brinda al usuario seguridad sobre el servicio ofertado. Las páginas web son utilizadas y poco a poco han sido implementadas como forma de promover y dar a conocer el hotel en general, estas corresponden al 20% de los hoteles participantes, sobre las cuales muestran información veraz de la oferta, los espacios, en ella la plataforma para contactar a los interesados. Los pagos online debido a que los clientes muchas veces prefieren realizar sus pagos vía internet y el uso de comunidades virtuales y redes sociales como *Booking*, *Trip Advisor* y *Despegar.com*, Facebook, Twitter, son las que facilitan en la mayoría de casos el acceso a dicha información, estos dos elementos ocupan un 18% cada uno.

Tras los avances tecnológicos y demás, se sigue tratando la información interna de las empresas, por lo que es necesario resaltar el uso de bases de datos y software que almacenen la información que se obtiene de los mismos clientes.

¿Qué tecnologías y sistemas de información en turismo son utilizados en este establecimiento?



La implementación de tecnologías como las mencionadas anteriormente, genera ventajas a dichos establecimientos en el ámbito de competencia, se considera la fidelización de nuevos clientes frente a las actividades y los productos que se desarrollan en el mismo hotel, representados con el 42%.



El 31% dice que genera mayor productividad en la empresa, debido a las utilidades que se adquieren, un 19% de otras ventajas como: menor tiempo para realizar transacciones, facilidad para manejar la información en las plataformas, mayores ingresos económicos, consolidación de otras empresas y aliados del sector hotelero; el 8% considera que las alianzas entre entidades son otra ventaja económica del uso de tecnologías en los establecimientos.

Sostenibilidad y Medio Ambiente

En este criterio se preguntó acerca de las normas técnicas sectoriales, iniciando con una primera pregunta de si o no, en la cual el 53% de los hoteles las conoce y el 47% de ellos no. Por este motivo, es importante decir que el conocimiento de estas normas en el área del turismo, es imprescindible, debido a que hoy día toda empresa debe contar con prácticas sostenibles y amigables con el medio ambiente.

El desarrollo sostenible del turismo incluye: ³¹Dar uso óptimo a los recursos ambientales que son fundamentales para el desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica. Por lo tanto, es pertinente que se tenga conocimiento de la normatividad correspondiente, con el fin de brindar al turista un lugar confortable y servicio de calidad.



De acuerdo con la información obtenida en la gestión de recurso hídrico, se establece tanto el registro periódico de consumo con el 34%, seguido del uso de agua potable con el 32%, el desarrollo de programas de ahorro de agua con el 18% y la sensibilización a turistas y visitantes que representa el 16% restante.

Conforme a lo anterior, se puede decir que el ahorro del recurso hídrico se da en los hoteles conforme al costo del recurso que se paga mes a mes, pero no se tiene concienciación a nivel ambiental, conforme al cuidado y aprovechamiento de este recurso. El agua potable es apta para el consumo humano y ayuda a prevenir enfermedades a los visitantes, turistas y habitantes del municipio de Girardot en

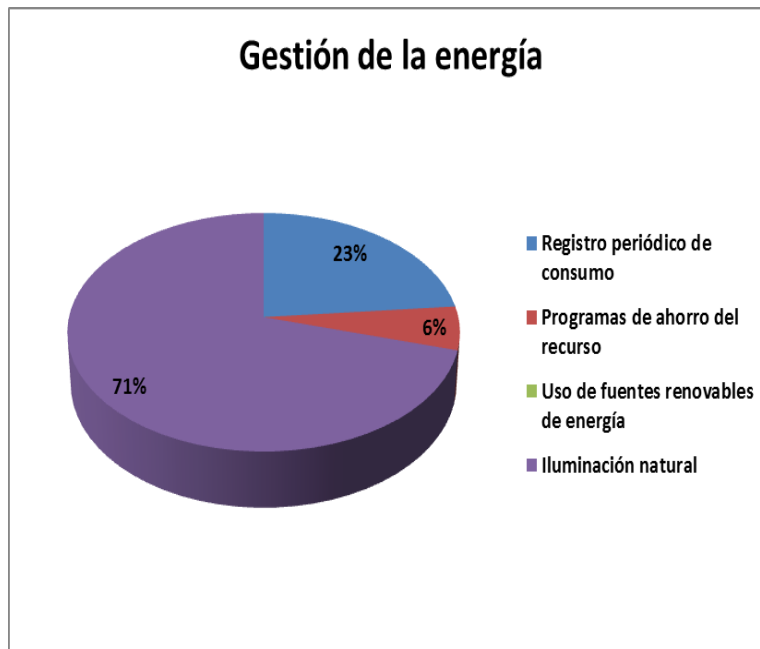
³¹ COLOMBIA. Instituto Colombiano de Normas Técnicas- ICONTEC. Norma Técnica Sectorial NTS- TS 002. Establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH). Requisitos de sostenibilidad. (10, Julio, 2006). Disponible en:
http://www.minambiente.gov.co/documentos/NTSTS_002_requisitos_sostenibilidad_hoteles.pdf

general. Por su parte algunos administradores expresaron la idea de tener programas que reducen el consumo de agua, por ejemplo el hotel Peñalisa implementa la reutilización del agua y el manejo de esta por medio de planta de tratamiento, a su vez, el hotel Donal tiene planta de tratamiento de agua, proceso que mejora la gestión del recurso desde iniciativas gerenciales. El hotel Unión trabaja para el programa de ahorro enfocado en la utilización de ozono y agua 100% natural libre de cloro, minimizando el daño y afectación al medio ambiente.



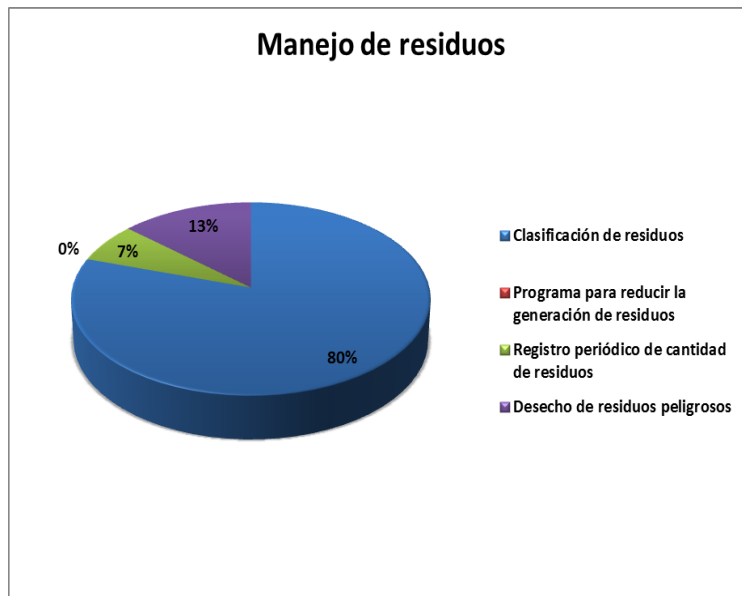
En segundo lugar se puso a consideración la energía eléctrica, con los mismos criterios propuestos para evaluar el recurso hídrico y fue así como se vio que la iluminación natural predomina con un porcentaje de 71 frente al 100%, seguido de un registro periódico de consumo con un 23% y programas de ahorro de la energía con un 6%. Cabe mencionar que los registros periódicos se realizan con base en los recibos del servicio público; los programas de ahorro del recurso están orientados a la sensibilización del personal y a mantener apagados los equipos y bombillos siempre y cuando no sea necesario utilizarlos.

Frente al ahorro de la energía se puede sugerir el uso de fuentes renovables, como sistemas de iluminación debido a que la ciudad cuenta clima propicio para el uso de paneles solares que puedan concentren la energía térmica para la transformación de energía eléctrica.



Siguiendo con los ítems relacionados en la norma técnica sectorial para la sostenibilidad, se pretende evaluar el manejo de residuos que produce cada hotel, de manera que se observa que la clasificación de residuos (80%) se da conforme al reciclaje de residuos sólidos, líquidos y material reciclable, cada uno en cestas apropiadas para su distribución, pero es pertinente decir que esta clasificación no es continua, ni se realiza en todos los hoteles, muchas veces no se hace y se revuelven los desechos, otras veces el personal del hotel encargado de la disposición de las basuras no tiene claro cómo reciclar ni disponerlas de forma adecuada, por ende es imposible minimizar la producción de estas.

No existen planes, programas, ni proyectos en pro de reducir la generación de residuos. Puede decirse que la disposición de residuos peligrosos únicamente se realiza en dos hoteles: Hotel Peñalisa y Hotel Palmetto, uno por tener área de enfermería y depositar los residuos en bolsa de color rojo destinada para desechos biológicos de tipo peligroso y el otro hotel que también realiza esa función.

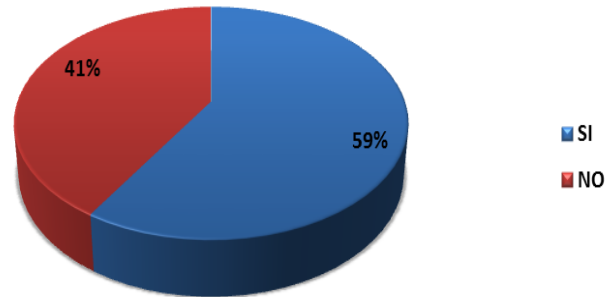


Sensibilización

La pregunta propuesta para los hoteles, conforme al desarrollo de estrategias de sensibilización dirigidas a los empleados de los hoteles arrojó el 59% de respuestas positivas y el 41% negó haber desarrollado algún tipo de actividades de conciencia ambiental. Por lo anterior, la elaboración de estrategias de sensibilización turística para los empleados de los establecimientos están condicionadas a las jornadas de capacitación y sensibilización que el gerente del hotel disponga, al tiempo que se destine para la aplicación de charlas educativas, a las actividades de recreación y de educación ambiental que se desarrollen y a la siembra de árboles, como en el caso del Hotel Lago Mar el Peñón, que destina sus zonas verdes para el desarrollo de prácticas sostenibles y contribuye con la protección del medio ambiente.

Por su parte, algunos hoteles tienen por costumbre recordar a sus empleados el ahorro de recursos como agua y energía, con el fin de crear conciencia ambiental reflejada en una cultura ambientalista a futuro.

Se han implementado estrategias de sensibilización turística dirigidas a los empleados del establecimiento.



Gestión empresarial

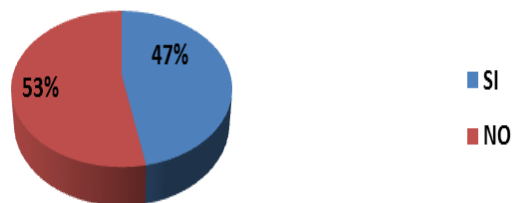
La siguiente pregunta planteada fue: ¿este establecimiento se encuentra afiliado a algún gremio o asociación del sector turístico?, pregunta a la cual el 35% respondió que sí se encuentra afiliado al gremio turístico Cotelco y el 65% restante no. Siendo así los resultados, se tuvo en cuenta que las alianzas están enfocadas principalmente en las gestiones que se hagan entre entidades del sector, acción que garantiza un buen desarrollo empresarial. Incluso algunos de ellos mencionan que de nada sirve afiliarse al gremio, pues muchas veces se paga la contribución económica y no se ven los resultados.



Antes que nada, se preguntó por los convenios realizados entre los hoteles y entidades del sector público- privado, a esta pregunta solamente el 47% respondió asertivamente, diciendo que los convenios se realizaban con entidades: como la Cámara de Comercio de Girardot, la Alcaldía en algunas ocasiones, la Casa de la Cultura, el Sena, Complejos turísticos de carácter privado, clínicas y centros de salud como por ejemplo la Clínica San Sebastián, agencias de viajes privadas, aseguradoras y cajas de compensación familiar. Por el contrario, el 53% de los hoteles respondió que no se ha establecido convenio alguno con entidades externas, debido a la falta de cooperación de los mismos actores.

Algunos de ellos mencionaban que los convenios que han logrado establecer con el tiempo se han fortalecido, pues en el sector empresarial es importante la firma de convenios con entidades tanto del sector público como del privado para el mismo desarrollo de las ventajas competitivas, cuando se interactúa con agremiaciones y/o empresas del sector.

**En los últimos, 3 años este
establecimiento ha suscrito
convenios con entidades del sector
público o privado?**



Frente a las ventajas y desventajas que los convenios y las afiliaciones hayan generado en los hoteles del sector turístico de Girardot, se puede decir que son más las ventajas reconocidas que las desventajas, pues en este caso no se nombra ninguna desventaja, por el contrario se encuentran las siguientes:

- Mayor comunicación entre los hoteles
- Cada hotel se maneja por si solo (autonomía en el trabajo)
- Asociatividad entre hoteles bajo figuras de cajas de compensación
- Mayor beneficio con las alianzas
- Reconocimiento del hotel
- Mayor personal capacitado
- Aumento de visitas de turistas
- Aumento de turistas en el municipio
- Promoción del hotel a nivel nacional y regional
- Seguridad al turista
- Mayor número de reservas
- Resultados normales en temporadas
- Acceso a otros espacios

El nivel de asociatividad entre el sector público y privado, según los encuestados se encuentra entre malo y regular (47% cada nivel), pues justifican que no existe apoyo por parte del sector público, no hay colaboración, no brindan ayuda al sector hotelero y el pago de impuestos es demasiado.

Así mismo, es catalogado regular debido a que ha habido acercamientos pero no existen propuestas, ni soluciones al respecto, motivo por el cual no hay asociatividad en el sector. El 6% asume que es bueno porque existen algunos beneficios que ayudan y van reflejados en el servicio al usuario, aunque son desconocidas para los hoteles.



Recurso Humano

Frente a este criterio se formuló la siguiente pregunta: ¿Ha implementado capacitaciones a sus empleados? En la cual los hoteles respondieron de la siguiente manera: el área de recurso humano de los hoteles ha implementado capacitaciones dirigidas a los empleados las cuales van enfocadas en temas específicos como por ejemplo: servicio al cliente, mesa y bar, control de calidad, desarrollo de funciones operacionales y administrativas y primeros auxilios.

Quienes respondieron a la pregunta diciendo que si representaron el 41%, mientras el 59% de encuestados respondió que no.



Dentro de las políticas de contratación de los establecimientos, se preguntó si se favorecía la vinculación laboral de personas del municipio, para esto se logró se preguntar a cada hotel por el número total de empleados y por el número total aproximado de empleados oriundos del municipio. A continuación, se mostrará mediante una tabla el número de empleados de los hoteles encuestados con respecto al número de empleados girardoteños.

			Micro	Pequeños	Medianos
Número total de empleados en el establecimiento	11 hoteles	El cedro, el Sucre, el Terminal,	27		
		Girardot, Galeón Inn, el Cid, Donal, Tisquesusa, los Robles, Selecto y Casa Blanca			
	2 hoteles	Palmetto y Zamba		18	
	5 hoteles	Union, los Puentes, Peñalisa, Tocarema y Lagomar el Peñón			577
			Micro	Pequeños	Medianos
Número total aproximado de empleados originarios del municipio	11 hoteles	El cedro, el Sucre, el Terminal,	25		
		Girardot, Galeón Inn, el Cid, Donal, Tisquesusa, los Robles, Selecto y Casa Blanca			
	2 hoteles	Palmetto y Zamba		21	
	5 hoteles	Union, los Puentes, Peñalisa, Tocarema y Lagomar el Peñón			442

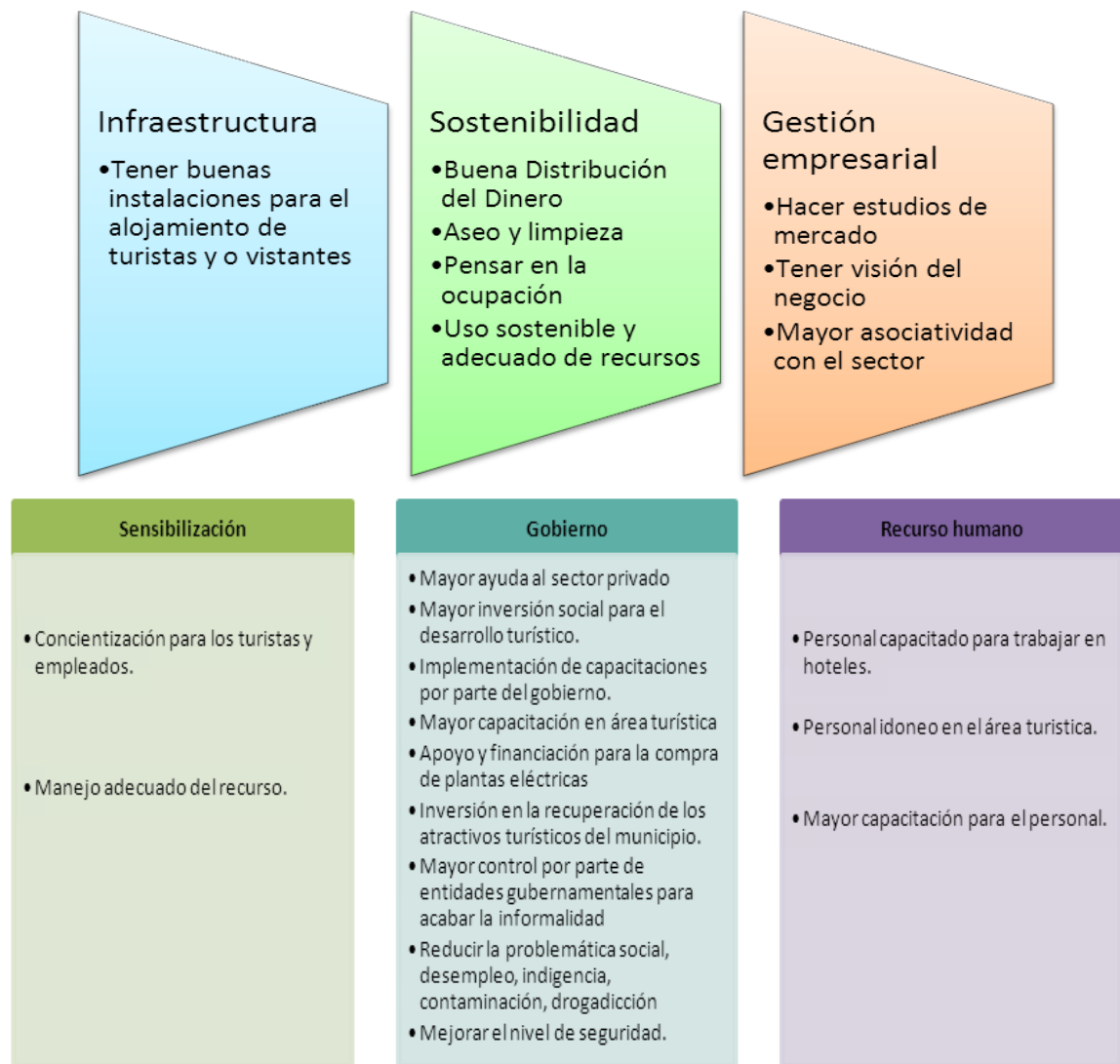
Tabla 3. Recurso humano de los hoteles encuestados³²

Conforme a los seis criterios que se propusieron para los hoteles (infraestructura, sostenibilidad, gestión empresarial, sensibilización, gobierno y recurso humano), se logró identificar los que se nombraban con mayor frecuencia, para consolidar aún más la información. Por lo cual, fue necesario tomar los criterios derivados de cada ítem y unificarlos hasta llegar a la creación de esta gráfica (ver gráfica 2).

A partir de estas ideas, se pretende sugerir a los encargados de los establecimientos abordar el tema de competitividad turística, junto con otras entidades de carácter público. Por ejemplo: contar con buenas instalaciones físicas y una infraestructura adecuada, personal capacitado para trabajar en la prestación del servicio de alojamiento, uso sostenible y adecuado de los recursos, pensar a futuro y lograr la asociatividad en el sector, tener presente la ayuda del

³² Fuente: elaboración propia.

sector privado por medio de capacitaciones, tener mayor control por parte de entidades gubernamentales para acabar la informalidad y la ilegalidad.



Gráfica 2. Aspectos a mejorar para lograr la competitividad en los hoteles del municipio³³.

Ahora bien, la industria del turismo está limitada por las condiciones en las que se encuentra el sector empresarial de Girardot, debido a factores que le dan importancia a este y permiten que haya productividad en el mismo, como por ejemplo: la falta de conocimiento de los recursos disponibles en el municipio, la

³³ Fuente: elaboración propia.

falencia vial, falta de asociatividad y cooperación entre el mismo gremio hotelero, de participación entre empresas, el mal estado del equipamiento turístico, la capacitación de entidades gubernamentales y privadas, que condiciona el desarrollo turístico del municipio, frente al diseño de nuevos productos y servicios que posicionen a Girardot como un destino turístico de calidad.

Por otro lado, la demanda del destino es primordial para determinar el nicho de mercado que predomina en el municipio, pues en este caso, son los hoteles quienes están en la capacidad de ofertar productos y servicios específicos para cada segmento poblacional que llega a ellos, pudiendo satisfacer las expectativas y gustos del visitante para su disfrute, de manera que estos intereses son la base del estudio de mercado de cada hotel.

El segmento poblacional que visita el municipio, está integrado por bogotanos que viajan en temporada de vacaciones y fines de semana, familias que llegan a ocupar las cajas de compensación familiar que se encuentran en el municipio y turistas que llegan de forma masiva al municipio, como por ejemplo: jóvenes, familias y parejas. Cabe señalar que la seguridad turística, es un elemento que condiciona y limita el desarrollo activo de la actividad turística, pues se considera que hace falta mayor acompañamiento de entidades de orden público, que realizan actividades de vigilancia y control.

Del mismo modo, las estrategias que se desarrollan entre empresas dan paso a la rivalidad que se presenta en el municipio, de manera que la asociatividad en el sector es la estrategia para afrontar esta problemática, con el fin de mitigar la rivalidad y transformarla en productividad para el sector.

El funcionamiento autónomo y desleal que maneja cada hotel, hace que se presente congestión entre empresas, las cuales actúan para beneficio propio y no en pro del beneficio común, pues es necesario que haya competencia sana que deje de afectar el desarrollo de la competitividad de forma integral en los hoteles del municipio.

Siguiendo este orden de ideas, el apoyo entre actores del sector es imprescindible a la hora de formar alianzas estratégicas que le permitan al municipio desarrollarse satisfactoriamente en el ámbito empresarial, generando un grado de compromiso en cada actor involucrado, mediante la institucionalidad con entidades no solo del gremio, sino particulares que lideren el desarrollo del turismo.

Con base en lo anterior, se puede concluir que la competitividad en el sector hotelero del municipio de Girardot depende drásticamente de la integración entre los 4 elementos que conforman el diamante de la competitividad de Michael Porter, pues si uno de estos deja de cumplir con su función, esa interacción alteraría de forma considerable el funcionamiento del sistema sobre el cual se sostiene el diamante, es por esto que se sugiere actuar con precaución en la toma de decisiones del sector público y privado con respecto al desarrollo visionario de las empresas turísticas, tener en cuenta los requerimientos que las entidades, actores (públicos, privados y mixtos) que intervienen para favorecer el desarrollo exitoso del municipio en materia turística y empresarial.

Es así, que los empresarios de hoteles micro, pequeños y medianos de Girardot no se encuentran identificados con el municipio como destino turístico predilecto para el visitante, pues ellos consideran que Girardot no es un destino turístico, debido a que le hace falta promocionar, divulgar y recuperar los atractivos que en algún momento marcaron un legado en la historia del municipio. Pero que en la actualidad son importantes para la dinámica turística de las empresas que conforman el sector hotelero.

Se puede decir, que la competitividad es un sistema de sistemas que depende de las acciones que se tomen desde lo micro a lo macro, enfocado desde el accionar de las empresas hasta la operación del sector, de manera que todas las decisiones que se tomen se verán reflejadas en el desarrollo del municipio, conforme a los objetivos trazados en la normatividad propuesta como lo es el Plan de Desarrollo Turístico y el Plan de Competitividad de Girardot.

Para finalizar, se puede deducir que en el desarrollo del turismo, los prestadores de servicios turísticos son quienes están a cargo de las dinámicas empresariales que se dan en el ámbito turístico; los factores varían dependiendo del apoyo que tengan las empresas por parte del gobierno de Girardot- “Pymes” o “Mipymes”, sin importar su naturaleza; cada empresa es quien se muestra en el mercado turístico de forma competitiva, mostrando sus servicios y haciendo la diferencia, pero ante se tiene presente que la competitividad se da conforme a la concertación y toma de decisiones que se lleven en el sector; la participación y negociación de los competidores turísticos- hoteles es imprescindible para el desarrollo de una cultura empresarial por parte de los mismos establecimientos.

Para la caracterización de estas empresas turísticas- hoteles se tuvo en cuenta la información recogida en los diarios de campo y cuestionarios aplicados durante el trabajo de campo. En los cuales se observó el funcionamiento de los hoteles del municipio, las condiciones del entorno en el que actúan y las falencias que se presentan en el desarrollo de las actividades empresariales. Esto a través del acercamiento real del objeto de estudio: micro, pequeños y medianos hoteles del municipio.

Aspectos dentro de los cuales se evidencia que hace falta desarrollar mecanismos que orienten el progreso empresarial conforme a la normatividad vigente, es necesario trabajar frente al tema de alianzas, institucionalidad, capacitación y apoyo al sector.

A partir de las visitas realizadas, se vio la disposición y tiempo de la Coordinadora de Turismo del Instituto de Turismo, Cultura y Fomento ubicado en la Casa de la Cultura; hubo un primer acercamiento con 3 hoteles del municipio los cuales demostraron interés frente al tema, contaron sus experiencias para entrar a posicionarse en el mercado turístico.

En segunda instancia, se logra realizar un segundo acercamiento en el cual se hace un levantamiento de información relacionada con la ocupación hotelera del

municipio, directamente se remitió a la Cámara de Comercio de Girardot, la cual facilitó una base de datos de prestadores de servicios turísticos del municipio vía correo electrónico y por medio de esta se empezó a filtrar el número de hoteles con Registro Nacional de Turismo, para definir los objetivos de investigación.

En un tercer acercamiento se aplican los cuestionarios propuestos a 17 hoteles del municipio, por medio de los cuales se evalúa el nivel de competitividad de los hoteles micro, pequeños y medianos de Girardot. En estos se pudo vivenciar la dinámica de los hoteles a nivel de actividades, las cuales se realizan a nivel individual. Además de ver esto, sería bueno acondicionar la infraestructura del municipio para convertirlo en destino atractivo para el visitante.

A partir de esto, se comprueba que es necesario fortalecer la integración y cooperación entre el sector público y privado en el desarrollo del turismo, existen falencias frente al tema de capacitación y sensibilización turística, evidenciada por los mismos gerentes de los hoteles, responsabilidad que recae en entes gubernamentales como la Alcaldía y el Instituto de Turismo para mitigar la problemática que se presenta para llegar a frenar de cierto modo la rivalidad que se presenta entre hoteles del gremio.

CAPITULO V

5. MANUAL

MANUAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE MICRO, PEQUEÑOS Y MEDIANOS HOTELES DEL MUNICIPIO DE GIRARDOT.

5.1 OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la competitividad empresarial en los micro, pequeños y medianos hoteles del municipio de Girardot, mediante un manual pedagógico que oriente al empresario en el desarrollo competitivo de sus actividades.

5.2 JUSTIFICACIÓN

La propuesta que diseñamos está orientada hacia el fortalecimiento de la competitividad empresarial en micro, pequeños y medianos hoteles del municipio de Girardot. Tiene como finalidad proveer a los administradores, gerentes, y encargados de la parte directiva de los hoteles, herramientas viables para tener en cuenta en el funcionamiento de los hoteles con el fin de mejorar la competitividad turística en los mismos.

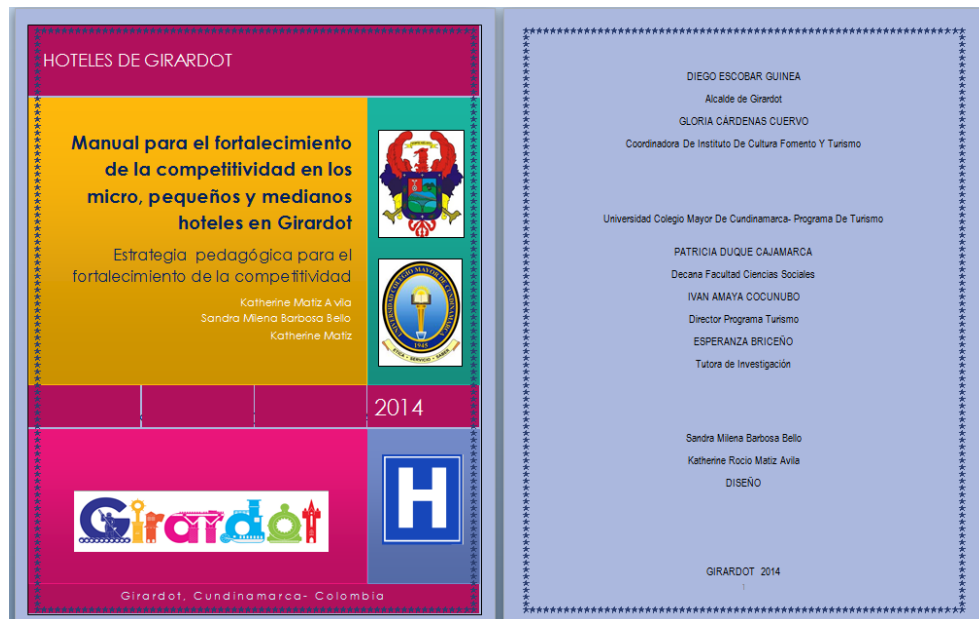
Se explica el contenido de este fenómeno, teniendo en cuenta el análisis obtenido a través de la recolección de la información y sistematización del trabajo de campo, en el cual se pudo precisar la carencia de los elementos de la competitividad en los hoteles de Girardot, esto con el fin de mejorar la concertación e integración entre los actores, de manera que se pretende contar con el apoyo del Instituto de turismo para su desarrollo y divulgación.

5.3 DESARROLLO DEL MANUAL

El manual está dirigido a micro, pequeños y medianos hoteles del municipio de Girardot- Cundinamarca, tiene una extensión aproximada de 32 páginas, en las cuales se presenta de manera descriptiva definiciones técnicas sobre términos relacionados con alojamiento, hospedaje y competitividad, la caracterización del sector hotelero de Girardot, las experiencias exitosas de hoteles que lideran el sector empresarial y finalmente se plasman las recomendaciones dirigidas al grupo objeto de estudio. También incluye material fotográfico de los hoteles del municipio para aclarar y ampliar la información que este posee.

5.4 ESQUEMA DEL MANUAL

Portada



Introducción

A cargo de las estudiantes Katherine Matiz Avila y Sandra Milena Barbosa Bello. En esta se plasmará la importancia y la finalidad de realizar el manual para los hoteles del sector. Asimismo, se especificará de forma detallada su contenido.

Páginas: 1

Glosario

Aquí se encontrarán los términos relacionados con alojamiento, hospedaje y competitividad, los cuales darán una perspectiva general del turismo como economía del sector. Este incluye imágenes para la comprensión del tema. Serán tomadas como fuentes de referencia normas técnicas sectoriales, normas Icontec y afines.

Páginas: 3



Glosario

Caracterización del sector hotelero

En esta parte se mostrará la evaluación de competitividad realizada para el sector hotelero del municipio. Teniendo en cuenta cada uno de los factores de la competitividad, para caracterizar el sector hotelero.

Páginas: 10



Evaluación

Experiencias exitosas


En este ítem se mostraran algunos ejemplos de experiencias exitosas de hoteles que lideran el sector empresarial en Girardot, sobre las cuales estos sugieren a los demás hoteles aspectos a mejorar para llegar a ser competitivos en el mercado turístico.

Páginas: 10

Fase 4
Experiencias exitosas

Existen varios hoteles del sector empresarial de Girardot que lideran y sobresalen en el género hotelero, motivo por el cual se desea conocer 4 experiencias exitosas correspondientes, sobre las cuales se sugiere mejorar a los demás hoteles, para llegar a ser competitivos en el mercado turístico.

Hotel Lago Mar el Peñón



Este establecimiento se encuentra bajo el nombre social de la casa de compensación familiar Compensar, funciona con Registro Nacional de Turismo 1803 y N° 880095947, se encuentra ubicado en la vereda Portobufo a 10 kilómetros de distancia del centro de Girardot, e está se puede acceder a pie y en automóvil. Este complejo turístico presta el servicio de alojamiento y hospedaje, siendo un hotel bajo el régimen de casa de compensación familiar motivo por el cual no se encuentra catalogado como hotel con estrellas, pero cumple con los requerimientos de un hotel 4 estrellas. Cuenta con aproximadamente 100 habitaciones capacidad para alojar y atender a 242 personas.


Experiencia

El Hotel Lago Mar el Peñón, se destaca por su arquitectura horizontal. Cuenta con un promedio de empleados de 107, posee espacios como: salones, piscinas, el lago, salón de juegos, zonas recreativas, cancha de tenis, voleibol, fútbol, sala de servicios, spa, centro ecoturístico, biblioteca, escritorio, biblioteca, quilla, discoteca y centro de convenciones. Presta una serie de servicios los que lo hacen único, pues también tiene en cuenta la accesibilidad en sus instalaciones, posee un ascensor para mayor facilidad en el desplazamiento y 2 habitaciones adaptadas para atender a visitantes con algún tipo de discapacidad.

Cumple la norma ISO SAC (Sello ambiental Colombiano), la cual certifica su planeación ambiental, también la Norma Técnica Sello del Comercio NTS-73 002, que hace referencia a los requisitos de sostenibilidad que debe tener en cuenta cualquier establecimiento de alojamiento y hospedaje (EAH) que desea brindar su servicio teniendo presente el impacto que genera al medio ambiente con las prácticas que lleva a cabo.

Cumple y está certificado con la Norma Internacional ISO 9001:2008, que determina los requisitos para tener un sistema de gestión de calidad-ISO, enfocándose en los elementos de calidad que debe administrar la empresa, a fin de mejorar en la prestación del servicio como tal. Es miembro activo de Coltur.

Es de resaltar, que es uno de los hoteles que se certifica continuamente y funciona bajo la figura de la casa de compensación familiar Compensar, ofreciendo varios servicios con calidad al visitante.



Certificaciones



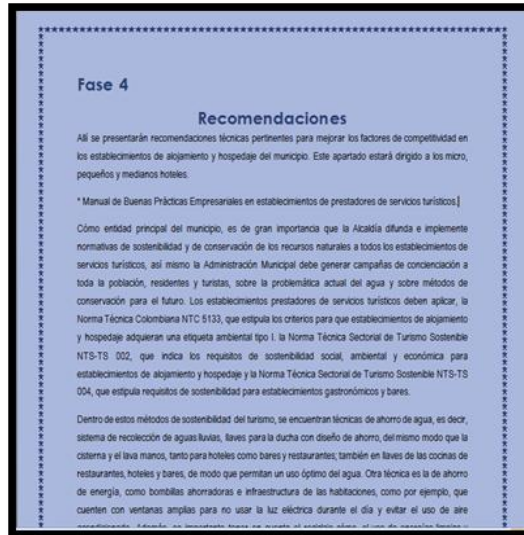
Opciones de alojamiento a la entrada del complejo

Experiencias exitosas

Recomendaciones

Allí se presentarán recomendaciones técnicas pertinentes para mejorar los factores de competitividad en los establecimientos de alojamiento y hospedaje del municipio. Este apartado estará dirigido a los micro, pequeños y medianos hoteles.

Páginas: 3



Recomendaciones

5.4 PÁGINA WEB

El propósito por el cual se elabora la página web es dar a conocer la dinámica de las empresas del municipio de Girardot, por medio del uso de tecnologías como esta, en la cual se muestre el portafolio de hoteles que se encuentran en Girardot, y de forma detallada los servicios que ofrecen.

Es allí, donde se plantean dos nuevos productos turísticos, los cuales generan mayores satisfactores a nivel de empresa, permiten desarrollar dos tipologías de turismo como lo es: sol y playa y ecoturismo. De esta manera, se promueve la comercialización de productos turísticos en los hoteles del municipio, con el propósito de incluir al turista y darle la posibilidad de desarrollar otro tipo de

actividades alternas, en las que conozca otra fasceta del municipio y sus atractivos; siendo así, el hotel genera un valor agregado al prestar este servicio, debido a que esta actividad le genera utilidades y genera un satisfactor al usuario, además dinamiza la economía a nivel regional.

Link de la página web: <http://turismogirardoteah.wix.com/wix-1>



Pantallazo Inicio Página Web

Tomado por: Sandra Barbosa



Pantallazo Dinámica de empresas

Tomado por: Katherine Matiz



Pantallazo Caracterización de empresas

Tomado por: Katherine Matiz



Pantallazo Hoteles del municipio
Tomado por: Katherine Matiz



Pantallazo Productos Turísticos vacacionales
Tomado por: Katherine Matiz

5.5 PRODUCTOS TURÍSTICOS

Se proponen dos nuevos productos turísticos, con los cuales se promueve la comercialización de productos turísticos desde los hoteles del municipio, con el propósito de brindar al turista otro tipo de actividad que le sirva para conocer el municipio y sus atractivos, pudiendo diversificar la oferta de productos turísticos y ampliar las actividades a realizar en este, para lo cual se cuenta con el apoyo de los hoteles, a quienes queda a disposición estas dos opciones.

- Espeleología en el parque eco-turístico Alfonso Vera
- Navegar por el río Magdalena.

PLAN: GIRARDOT EXTREMO

DÍA 1

Hora: 7: 30 am- Inicio del recorrido

Punto de encuentro: Casa de la Cultura de Girardot

Hora: 7: 40 am- Salida en bus con destino a la Cordillera Alfonso Vera

Hora: 8: 30 am - Inducción por expertos

Refrigerio- Llegada a la cordillera

Hora: 9 am a 2 pm- Caminata ecológica por las faldas de la cordillera

Hora: 3 pm- Almuerzo y Regreso al municipio

Hora: 3:30 pm- Llegada al Parque Acuático Ecológico las Olas Girardot

Hora: 4 pm- Camping y tarde libre para los visitantes

Hora: 8 pm, Cena

DÍA 2

Hora: 8 am- Desayuno

Hora: 9 a 11 am- Recreación dirigida e integración

Hora: 12: 30 pm- Almuerzo

Hora: 1: 30 pm- Salida a las aguas azufradas de Babilonia

Hora: 2 pm- Paseo ecológico

Hora: 3 pm- Descanso en piscinas, zonas de masaje y lodo terapia

Hora: 6 pm- Salida a la Casa de la Cultura de Girardot

Hora: 7 pm- Llegada a la Casa de la Cultura

PLAN: NAVEGANDO ANDO

Pasadía

Hora: 7: 30 am - Inicio del recorrido

Punto de encuentro: Plaza de Mercado (Carrera 9 con calle 10)

Hora: 7: 40 am- Visita al Monumento al Boga

Hora: 8 am-Recorrido por Embarcadero turístico (Historia y reconocimiento del lugar)

Hora: 10 am-Paseo en lancha por el río Magdalena y llegada a la Isla del sol

Hora: 1 pm- Almuerzo en la Isla de sol

Hora: 2 pm-Recorrido en la playa

Hora: 4 pm-Finalización del recorrido

CONCLUSIONES

De acuerdo con la caracterización del sector empresarial se pudo evaluar la competitividad de los 18 establecimientos de alojamiento y hospedaje, que funcionan con Registro Nacional de Turismo y de esta manera, plasmar la definición de competitividad con base en los factores de la competitividad.

A partir de la identificación de los criterios de la competitividad y la evaluación realizada, se puede decir que la infraestructura es deficiente para el volumen de turistas que recibe el municipio de Girardot en temporadas, acción que genera competencia desleal, ilegalidad en la prestación del servicio de alojamiento y problemáticas a fines que impiden el posicionamiento de Girardot, como ciudad competitiva.

Gracias a la identificación de las entidades que intervienen en el proceso de formalización y legalización del sector empresarial se pudo caracterizar el funcionamiento y las dinámicas reales de micro, pequeños y medianos hoteles del sector turístico.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDIA MUNICIPAL DE GIRARDOT. Departamento de Cundinamarca, Fondo de Promoción Turística de Colombia y Consulting hotelero, turístico y trabajo estratégico. Plan de Desarrollo Turístico “Primer Muelle Turístico de Colombia”. 2011.

BOULLÓN, Roberto. Planificación del espacio turístico. Capítulo 2. El sistema turístico. Pág. 40. Editorial Trillas.

COLOMBIA. Congreso de la República de Colombia. Ley 905 de 2004. Por medio de la cual se modifica la ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana.

COLOMBIA. Departamento Nacional de Planeación. Congreso de la república. Política Nacional de Competitividad y productividad- CONPES 3527 (23, junio, 2008). Por medio del cual funciona el Sistema Nacional de competitividad y se plantean 15 planes de acción.

COLOMBIA. Icontec. Cotelco. Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 006. (27, agosto, 2009). Por medio de la cual se clasifican los establecimientos de alojamiento y hospedaje por estrellas de hoteles.

COLOMBIA. Instituto Colombiano de Normas Técnicas- ICONTEC. Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 006. Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles. Requisitos. (27, Agosto, 2009).

COLOMBIA. Instituto Colombiano de Normas Técnicas- ICONTEC. Norma Técnica Sectorial NTS- TS 002. Establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH). Requisitos de sostenibilidad. (10, Julio, 2006).

COLOMBIA. Instituto Colombiano de Normas Técnicas- ICONTEC. NTC ISO 9001. Sistemas de Gestión de la Calidad. Requisitos. (Diciembre, 2001)

COLOMBIA. Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación- ICONTEC. Norma Técnica Colombiana NTC 5017. Accesibilidad de las personas al medio físico. Edificios. Servicios sanitarios accesibles. (28, Noviembre, 2001).

COTELCO, Asociación Hotelera de Colombia. Directorio de hoteles afiliados. [Online] Girardot: [Citado, Noviembre, 04, 2013].

ESPINOSA, Ayala Enrique. La Competitividad del sistema agroalimentario localizado productor de quesos tradicionales. Toluca, Estado de México. Agosto 2009. Pág. 34. Trabajo de grado. Universidad Autónoma del Estado de México. Facultad de Ciencias Agrícolas.

GIRARDOT. Dirección General, Dirección técnica, Equipo técnico, Cámara de Comercio de Girardot, Centro de Investigaciones para el desarrollo- CID Universidad Nacional de Colombia y Asistentes. Plan de Competitividad de Girardot 2007- 2019. (Abril, 2007).

GRACIA, Hernández Maximiliano. Ensayo; Los determinantes de la competitividad nacional. Análisis y reflexiones a partir de un marco teórico conceptual. Número 36. Vol, 12. Septiembre- Diciembre 2008. Pág. 15. Universidad del Mar Campus Huatulco.

GUARDA, María Elena et al. Competitividad en las empresas turísticas de la ciudad de Valdivia, región de los lagos. Valdivia, 2006, 78p. Trabajo de grado (Licenciado en Turismo). Universidad Austral de Chile. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto, BAPTISTA LUCIO, Pilar y FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. Metodología de la investigación. Quinta edición. México, Mc

Graw Hill, 2010. Capítulo 5. Definición y alcance de la investigación a realizar: exploratoria. Pág. 76- 89.

LOMBANA, Jahir y ROZAS, GUTIÉRREZ, Silvia. Marco Analítico de la competitividad: Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. Bogotá. 2008. 38p.

MAPA TURÍSTICO DE GIRARDOT. Sitio web del municipio de Girardot.

MORENO, Jaramillo Cecilia Inés, "La conurbación: Rizoma urbano y hecho ambiental y complejo "Pág 2, 2008.

MURILLO, Romo David. MUSIK, Abdel Guillermo. Sobre el concepto de competitividad. CEPAL. Comercio Exterior. Volumen 5, No. 3. Marzo 2005.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Entender el turismo: Glosario Básico. Industrias Turísticas. Lista de categorías de productos característicos del turismo y de industrias turísticas.

PORTER, Michael. The Competitive Advantage of Nations. The Free Press. 1990.

RUES, Registro Único Empresarial y Social. Total de establecimientos de alojamiento y hospedaje de Girardot. [Online] Girardot: [Citado, Noviembre, 04, 2013].

SALAS FUMÁS, Vicente. Aspectos Micro- organizativos de la competitividad. Barcelona, 1992, 94p. Trabajo de grado (Investigaciones Económicas). Universidad Autónoma de Barcelona.

ANEXOS

ANEXO 1. Formato del Cuestionario aplicado a los hoteles

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES- PROGRAMA DE TURISMO
AÑO 2014

CUESTIONARIO

Este cuestionario está planteado con fin de conocer la situación actual de competitividad turística* de los hoteles que conforman el sector empresarial (micro y pequeñas empresas del municipio), registrados en el Rues y con Registro Nacional de Turismo. Además, se pretende conocer los criterios bajo los cuales se presenta el fenómeno de competitividad.

**Competitividad turística entendida como los elementos tangibles (infraestructura, recurso humano, tecnología, planta turística, sostenibilidad) que generan factores diferenciadores en la empresa turística, que la hacen sobresalir en entorno en que se encuentra.*

Fecha: **DÍA** **MES** **AÑO**

Nombre del Hotel _____

Nombre del representante o encargado (cargo) _____

Registro Nacional de Turismo _____

Categorización por Número de estrellas (De 1 a 5) _____

1.0 INFRAESTRUCTURA

1.1 Características de una infraestructura competitiva

1.1.1 Condiciones físicas del establecimiento

Nuevo ___ Antiguo ___ Sismo- resistente ___ Remodelado ___

1.1.2 Iluminación

Áreas comunes ___ Áreas de emergencia ___ Zonas de personal ___
Zonas de depósito ___ Zona de otros servicios ___ Áreas públicas y de circulación ___

1.1.3 Áreas restringidas (formas de delimitación, cuáles son áreas)

Están delimitadas ___ Señalizadas ___ ¿Cuáles son? _____

1.1.4 Emergencia

Plan de emergencia ___ Detectores de humo y fuego ___ Alarmas de incendio ___ Señalización ___

1.1.5 Accesibilidad

Ingreso a todas las áreas del hotel a personas con discapacidad ___ Personal capacitado en señas ___
Señalización por áreas ___ Rampas ___ Ascensores ___ Sistema Braille ___ Adecuación de baños ___

1.1.6 Señalización

Actualizada ___ No hay ___ Preventiva ___ Informativa ___ De emergencia ___

1.2 Áreas de cercanía y sistema de proximidad

1.2.1 Considera que la red vial del municipio de Girardot es amplia y se encuentra en condiciones favorables para el visitante. SI ___ NO ___

1.2.2 El punto de información turística ubicado en el terminal de transportes, ofrece servicio de seguridad al turista y visitante. SI ___ NO ___

1.2.3 Considera que la infraestructura del municipio es adecuada para atender el flujo de turistas y responder a sus necesidades? SI ___ NO ___

2.0 INNOVACIÓN & TECNOLOGÍA

2.1 En los últimos 3 años, ¿cuáles productos turísticos se han implementado en este establecimiento?

1. _____ 2. _____ 3. _____

2.2 En los últimos 3 años, ¿cuáles servicios turísticos se han implementado en este establecimiento?

1. _____ 2. _____ 3. _____

2.3 ¿Qué ventajas le ha generado a este establecimiento la implementación de nuevos productos y servicios turísticos?

Reconocimiento para el hotel ___ Aumento de la competitividad ___

Imagen diferenciadora frente a otros establecimientos ___ Atracción de nuevos clientes ___

Mayor aprovechamiento de recursos ___ Otras ___

¿Cuáles? _____

2.4 ¿Qué tecnologías de la información y las comunicaciones- TICS se han implementado en este hotel?

Correo electrónico ___ Búsqueda de información ___ Banca online ___

Comunidades virtuales ___ Radio ___ Televisión ___

Telefonía convencional ___ Otro ___ Cuál? _____

2.5 ¿Qué tecnologías y sistemas de información en turismo son utilizados en este establecimiento?

Correo electrónico ___ Pagos online ___

Página web ___ Reservas online ___

Room service App ___ Página web ___

Redes sociales ___ Otro ___ Cuál? _____

2.6 ¿Qué ventajas le genera el uso de estas tecnologías?

Mayor fidelidad de usuarios ___ Mayor productividad de la empresa ___

Alianzas con otras empresas ___ Otras ___ Cuáles? _____

3.0 SOSTENIBILIDAD & MEDIO AMBIENTE

3.1 ¿Conoce las normas técnicas sectoriales de sostenibilidad? SI ___ NO ___

3.2. Gestión del agua

Registro periódico de consumo ___ Programas de ahorro del recurso ___

Agua potable ___ Sensibilización a turistas y visitantes ___

3.3 Gestión de la energía

Registro periódico de consumo ___ Programas de ahorro del recurso ___

Uso de fuentes renovables de energía ___ Iluminación natural ___

3.4 Manejo de residuos

Clasificación de residuos ____ Programa para reducir la generación de residuos ____
Registro periódico de cantidad de residuos ____ Desecho de residuos peligrosos ____

4.0 SENSIBILIZACIÓN

4.1 Se han implementado estrategias de sensibilización turística dirigidas a los empleados del establecimiento.
SI ____ NO ____ Cuáles _____

4.2 En caso de que su respuesta sea afirmativa, mencione las ventajas que genera dicha actividad.

5.0 Gestión Empresarial

5.1 Alianzas estratégicas

Actualmente, ¿este establecimiento se encuentra afiliado a algún gremio o asociación del sector turístico?
SI ____ NO ____ Cuál?

5.2 En los últimos, 3 años este establecimiento ha suscrito convenios con entidades del sector público o privado? SI ____ NO ____ ¿Cuáles?

5.3 ¿Qué ventajas y/o dificultades le ha generado al establecimiento?

5.4 ¿Cómo evalúa la asociatividad del sector público – privado, en torno de la actividad turística en Girardot?
Excelente ____ Buena ____ Regular ____ Mala ____ Por qué? _____

6.0 RECURSO HUMANO

¿Ha implementado capacitaciones a sus empleados SI ____ NO ____ Cuáles? _____

6.1 Dentro de las políticas de contratación de este establecimiento, se favorece la vinculación de personas del municipio.

- Número total de empleados en el establecimiento _____
- Número total aproximado de empleados originarios del municipio _____

5.0 Competitividad Turística

¿Cuáles son los principales ámbitos para mejorar en la competitividad turística?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN 😊

ANEXO 2. Fichas Técnicas propuestas para los hoteles del sector

ANEXO 2.1. Hotel Peñalisa

HOTEL PEÑALISA COLSUBSIDIO										
Razón Social	Caja Colombiana de Subsidio Familiar Colsubsidiol				Nit	860007336-1		RNT	4782	
Departamento	Cundinamarca			Municipio	Ricaurte		Zona	Carretera		
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje			Subcategoría	Hotel		Clasificación por estrellas	3		
Dirección	Kilómetro 120 Vía Bogotá- Girardot			Distancia desde Girardot	5 Km		Estado	Activo		
Teléfono	8333033 - 8333066			Tipo de Acceso	Terrestre	x	Acuático	Aéreo		
Página Web	http://www.hotelescolsubsidio.com/hotel_penalisa.html			Correo Electrónico	contabilidad.hotelpenalisa@hotmail.com					
Administrador, propietario o representante legal	Camilo Rosero									
CARACTERISTICAS										
Indicaciones para el acceso	Transporte intermunicipal hasta el Kilómetro 120 vía Bogotá- Girardot; Ruta Bus urbano Ricaurte									
Actividad Económica	Comercio al por menor en establecimientos no especializados alimentos, bebidas o tabaco, diferentes de alimentos (viveres en general), bebidas y tabaco, Actividades de apoyo a la educación.									
Descripción	Se encuentra cerca al río Sumapaz y Magdalena, sobre la carretera vía Bogotá-Girardot. Se caracteriza por tener arquitectura moderna, cuenta con 209 habitaciones, 4 salones para eventos empresariales y sociales. Su infraestructura es propicia para el descanso de sus huéspedes y afiliados, pero también ofrece espacios de recreación. Este se complementa con el Hotel Bosques de Athan ubicado a pocos kilómetros sobre la misma vía, atractivos como el Parque recreativo y Zoológico Piscilago.					Foto del Lugar				
Número promedio de empleados					172					
Número de Habitaciones					209					
Número de Camas					400					
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS										
4 Salones para eventos	Salón de Juegos			Bar						
Restaurante	Canchas múltiples			Parque Infantil						
Piscina	Bolera automática			Mini tenis						



TOMADA POR: KATHERINE MATIZ


ANEXO 2.2. Hotel Los Puentes Comfacundi

HOTEL LOS PUENTES COMFACUNDI										
Razón Social	Caja de Compensación Familiar de Cundinamarca- Comfacundi				Nit	860045904-7		RNT	1597	
Departamento	Cundinamarca			Municipio	Girardot		Zona	Centro		
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje			Subcategoría	Hotel		Clasificación por estrellas	3		
Dirección	Carrera 12 No. 15 - 03			Distancia desde Girardot	700 Mts		Estado	Activo		
Teléfono	8333715 - 8350288 - 310 6988120			Tipo de Acceso	Terrestre	x	Acuático	Aéreo		
Página Web	www.hotelospuentescomfacundi.com			Correo Electrónico	lospuentes@comfacundi.com.co					
Administrador, propietario o representante legal	Carlos Alberto Rodríguez Parra									
CARACTERISTICAS										
Indicaciones para el acceso	Bogotá- Silvania- Ricaurte- Girardot; Mosquera- Tocaima- Girardot; Terminal de Transportes Girardot; Casa de la Cultura									
Actividad Económica	Actividades de planes de seguridad social de afiliación obligatoria, Alojamiento en hoteles, Actividades de la práctica médica, sin internación.									
Descripción	El hotel se encuentra a 2 horas 30 minutos de Bogotá, a un lado de la antigua estación del Ferrocarril y cerca del río Magdalena. Presta servicios de recreación, alojamiento, alimentación y eventos. Ofrece un servicio de alta calidad y la atención es personalizada. Cuenta con una torre de 19 habitaciones, piscina, Tv, aire acondicionado, teléfono, baño privado y minibar; 52 habitaciones tipo cabaña con Tv, ventilador y/o aire acondicionado, teléfono, baño privado y minibar; además una suite junior con 2 habitaciones, sala comedor, baño, Tv, teléfono, aire acondicionado y minibar. El Restaurante La Casona ofrece platos a la carta,					Foto del Lugar				
Número promedio de empleados					37					
Número de Habitaciones					72					
Número de Camas					231					
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS										
Jacuzzi, Sauna y Spa	Piscinas para adultos- niños			Santa Misa Dominical						
Toboganes	Salones para Conferencias			Sala de TV						
Lavandería	Paseo tren turístico: Girardot – Flandes			Parque infantil						
Salón de Juegos	Paseo en lancha: Río Magdalena			Gimnasio y Spinning						
Parqueadero	Chiva rumbera para grupos			Zonas deportivas						
Internet inalámbrico	Recreación Dirigida			Elípticas y aeróbicos						




TOMADA POR: KATHERINE MATIZ


ANEXO 2.3. Hotel Tisquesusa

HOTEL TISQUESUSA									
Razón Social					Nit		RNT		
Departamento		Cundinamarca			Municipio		Girardot	Zona	Centro
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje			Subcategoría		Hotel	Clasificación por estrellas		No aplica
Dirección	Calle 18 No. 7- 43			Distancia desde Girardot		800 Mts	Estado	Activo	
Teléfono	8350707 - 300 2125944 - 300 2125726			Tipo de Acceso		Terrestre	x	Acuático	Aéreo
Página Web	https://www.facebook.com/pages/Hotel-Tisquesusa/434441506648210?fref=ts			Correo Electrónico		hoteltisquesusa@hotmail.com			
Administrador, propietario o representante legal		Angela Villanueva							
CARACTERISTICAS									
Indicaciones para el acceso		Bogotá- Silvania- Ricaurte- Girardot; Mosquera- Tocaima- Girardot; Terminal de Transportes Girardot; Casa de la Cultura							
Actividad Económica		Alojamiento en hoteles							
Descripción						Foto del Lugar			
Se encuentra ubicado en la zona centro del municipio, frente al Hotel Bachué. Ofrece servicio de alojamiento acompañado de Spa y estética para sus huéspedes. Promueve sus servicios a través de agencias de viajes locales, volantería, su página de Facebook y su página web que se encuentra en construcción. Las habitaciones tienen servicio de aire acondicionado, televisión por cable y baño privado.									
Número promedio de empleados									
Número de Habitaciones		37							
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS									
Internet inalámbrico		Cámaras de seguridad y vigilancia							
Aire Acondicionado		Spa - estética y sauna							
Televisión por cable		Piscina							
Bar		Parqueadero							
						TOMADA POR: KATHERINE MATIZ			


ANEXO 2.4. Hotel Unión Girardot

HOTEL UNION GIRARDOT									
Razón Social					Nit		RNT	28516	
Departamento		Cundinamarca			Municipio		Girardot	Zona	Centro
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje			Subcategoría		Hotel	Clasificación por estrellas		
Dirección	Carrera 12 # 17-3			Distancia desde Girardot		500 Mts	Estado	Activo	
Teléfono	8889892			Tipo de Acceso		Terrestre	x	Acuático	Aéreo
Página Web	http://www.hoteluniongirardot.com/			Correo Electrónico					
Administrador, propietario o representante legal									
CARACTERISTICAS									
Indicaciones para el acceso		Bogotá- Silvania- Ricaurte- Girardot; Mosquera- Tocaima- Girardot; Terminal de Transportes Girardot; Casa de la Cultura							
Actividad Económica		Alojamiento en hoteles							
Descripción						Foto del Lugar			
Es un hotel de lujo, que cuenta con 44 habitaciones, presta el servicio de alojamiento y alimentación, es demasiado espacioso, sus habitaciones son confortables. Es un hotel dedicado a las familias, parejas, grupos etarios amplios y empresarios. Cuenta con sala para eventos, ascensor para lograr mayor acceso a los lugares.									
Número promedio de empleados		30							
Número de Habitaciones		44							
Número de Camas									
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS									
Aire acondicionado		Comedor							
Minibar- nevera		Internet inalámbrico en todo el hotel							
Teléfono		Restaurante							
Baño privado		Piscinas							
Lavandería		Amplios espacios							
Sala de estar		Zonas verdes							
						TOMADA POR: KATHERINE MATIZ			


ANEXO 2.5. Hotel Tocarema

HOTEL TOCAREMA - SOCIEDAD HOTELERA LAS ACACIAS S.A.										
Razón Social	Sociedad Hotelera Icono S.A.S			Nit	900371775-5		RNT	3408		
Departamento	Cundinamarca		Municipio	Girardot		Zona	Centro			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje		Subcategoría	Hotel		Clasificación por estrellas	4			
Dirección	Carrera 5 No. 19- 41 Barrio Alto del Rosario			Distancia desde Girardot	1 km		Estado	Activo		
Teléfono	8350808 - 8330905 - 317 6417788			Tipo de Acceso	Terrestre	x	Acuático	Aéreo		
Página Web	http://www.hoteltocaremagirardot.com/		Correo Electrónico	contabilidad@hoteltocaremagirardot.com						
Administrador, propietario o representante legal	Alvaro Rubio									
CARACTERISTICAS										
Indicaciones para el acceso	Bogotá- Silvania- Ricaurte- Girardot; Mosquera- Tocaima- Girardot; Terminal de Transportes Girardot; Casa de la Cultura									
Actividad Económica	Alojamiento en hoteles									
Descripción	Se encuentra ubicado sobre la carretera. Es un hotel de lujo, de construcción republicana, inaugurado en 1952, ha sido icono de la hotelería desde mitad del siglo XX, posee 150 habitaciones confortables con vista a la piscina. Dentro de las diferentes opciones de acomodación se encuentra: queen, king, twin, suite familiar, suite corner 1 y 2, suite corner 3 y 4, suite altillo, suite nupcial, suite junior y suite presidencial.				Foto del Lugar					
Número promedio de empleados	70									
Número de Habitaciones	150									
Número de Camas	300									
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS										
Wi- Fi en todo el hotel	Salón Versalles									
Gimnasio y spinning	Salón Pijao									
Billar pool	Salón Fantasía									
Tennis, Voley playa, Fútbol	Spa, jacuzzi, sauna, masajes, baños turcos									
Parqueadero	Hamacas									
Piscinas	Camino Ecológico									
Lavandería	Carta room services todas las habitaciones									
TOMADA POR: KATHERINE										






ANEXO 2.6. Hotel Galeón Inn

HOTEL GALEÓN INN										
Razón Social	Ramírez Martínez Samary			Nit	39583075-5		RNT	21184		
Departamento	Cundinamarca		Municipio	Girardot		Zona	Terminal			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje		Subcategoría	Hotel		Clasificación por estrellas	No aplica			
Dirección	Carrera 13 No. 22-24 Barrio Murillo Toro			Distancia desde Girardot	200 Mts		Estado	Activo		
Teléfono	8887427 - 8350284			Tipo de Acceso	Terrestre	x	Acuático	Aéreo		
Página Web			Correo Electrónico	hotelgaleon2007@hotmail.com						
Administrador, propietario o representante legal	Samary Ramirez Martinez									
CARACTERISTICAS										
Indicaciones para el acceso	Bogotá- Silvania- Ricaurte- Girardot; Mosquera- Tocaima- Girardot; Terminal de Transportes Girardot									
Actividad Económica	Alojamiento en hoteles									
Descripción	Se encuentra ubicado cerca al Terminal de Transporte de Girardot y cerca al almacén de cadena Éxito. Cuenta con 25 habitaciones en modalidad estandar y suites. La venta de alimentos en de acuerdo al consumo del huésped. Brinda un vehículo privado al huésped en caso de que requiera movilizarse por los alrededores del hotel.				Foto del Lugar					
Número promedio de empleados	3									
Número de Habitaciones	25									
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS										
Mini golfito	Vehículo para transportar por Girardot									
2 Piscinas	Internet									
Parqueadero	2 PC's									
Lavandería	Alimentos por consumo									
TOMADA POR: KATHERINE MATIZ										


ANEXO 2.7. Hotel Palmetto

HOTEL PALMETTO							
Razón Social	Operadora Hotelera Palmetto S.A.S		Nit	900,562,937-1	RNT	27918	
Departamento	Cundinamarca	Municipio	Girardot		Zona	Centro	
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje		Subcategoría	Hotel	Clasificación por estrellas		3
Dirección	Carreara 12 AV. Calle 25 Esquina (frente al terminal)		Distancia desde Girardot	100 Mts	Estado	Activo	
Teléfono	8353070 - 8334825 - 3114750576		Tipo de Acceso	Terrestre x Acuático	Aéreo		
Página Web	http://www.hotelpalmettogirardot.com/		Correo Electrónico	hotelpalmettogirardot@hotmail.com ; https://www.facebook.com/HotelPalmetto			
Administrador, propietario o representante legal	Camilo Escobar						
CARACTERISTICAS							
Indicaciones para el acceso	Bogotá- Silvania- Ricaurte- Girardot; Mosquera- Tocaima- Girardot; Terminal de Transportes Girardot						
Actividad Económica	Alojamiento en hoteles						
Descripción	El hotel se encuentra ubicado frente el terminal de transportes de Girardot, sus 36 habitaciones cuentan con servicio de televisión pantalla plana, aire acondicionado, baño privado, desayuno incluido si lo prefiere el cliente, internet inalámbrico en todo el hotel, bar, parqueadero, piscina, servicio de lavandería y algunas zonas de descanso y relajación para sus huéspedes.			Foto del Lugar			
Número promedio de empleados							
Número de Habitaciones	36						
Número de Camas							
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS							
Wi- Fi	Parqueadero						
Bar	Piscina						
Ofrece opción de desayuno	Zonas de descanso						
Aire Acondicionado	Lavandería						
				TOMADA POR: KATHERINE MATIZ			

ANEXO 2.8. Hotel Lago Mar el Peñón

HOTEL LAGOMAR EL PEÑON COMPENSAR							
Razón Social	Caja de Compensación Familiar Compensar		Nit	860066942-7	RNT	1683	
Departamento	Cundinamarca	Municipio	Girardot		Zona	El Peñon	
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje		Subcategoría	Hotel	Clasificación por estrellas		4
Dirección	Vereda Portachuelo Lagomar El Peñon		Distancia desde Girardot	6,4 Km	Estado	Activo	
Teléfono	8872730 - 8872730 - 3208308395		Tipo de Acceso	Terrestre x Acuático	Aéreo		
Página Web	http://www.compensar.com/turismo/lagomar/		Correo Electrónico	lagomarelpennon@compensar.com			
Administrador, propietario o representante legal	Nestor Ricardo Rodríguez Ardila						
CARACTERISTICAS							
Indicaciones para el acceso	Bogotá- Ricaurte- Girardot; Terminal de Transportes Girardot; Vereda Portachuelo- El Peñon						
Actividad Económica	Alojamiento en hoteles						
Descripción	Complejo turístico ubicado en el municipio de Girardot a 2 horas y media de Bogotá. Se destaca por su arquitectura horizontal, cuenta con 169 habitaciones, con capacidad para 648 personas, dotadas con aire acondicionado central, televisor de 20 pulgadas con televisión por cable, terraza, nevera y cajilla de seguridad. La alimentación es tipo buffet, para la atención de eventos ofrecen varias posibilidades gastronómicas, montajes en la piscina o en la playa. 118 habitaciones ubicadas en el bloque hotelero de dos pisos para 4 personas; 9 habitaciones tipo suite ubicadas en el bloque hotelero de dos pisos, con capacidad hasta 4 personas; 16 suites sencillas con vista al lago ó al jardín, Suite dobles para un total de 8 personas, Suite Nupcial, Suite Junior para 5 personas, habitaciones Bloque E ubicadas en el bloque hotelero cercano a la recepción con vista al jardín; 1 habitación cama King y cama sencilla con sala, 1 habitación cuenta cama doble y dos camas sencillas con sala, 7 habitaciones con cama doble y dos camas sencillas para cuatro personas, sin sala; 1 habitación cama doble y cama sencilla para tres personas con balcón y Suite especial para discapacitados; 2 habitaciones alcoba con una cama doble, una sala con sofá cama con capacidad hasta 2 personas en la habitación y 1 persona más en la sala en cama adicional para 3 personas.			Foto del Lugar			
Número promedio de empleados	197			    			
Número de Habitaciones	169						
Número de Camas	473						
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS							
Piscina lago con jacuzzi y bar húmedo	Cancha voley ball, micro football playa y baloncesto						
Canchas de tenis sintéticas	Parque infantil						
Salón de juegos	Sendero ecológico						
Piscina infantil	Bicicletas acuáticas, deportes náuticos						
Áreas recreativas	Golfito						
Tarabita	Discoteca						
Sala de spinning y aeróbicos	Centro de Convenciones						
				FUENTE: Portal Compensar. Turismo Lagomar. Hotel Lagomar El Peñon			

ANEXO 2.9. Hotel Casa Blanca

HOTEL CASA BLANCA							
Razón Social	Aljure Rueda Andrea		Nit	52414386-4	RNT	31577	
Departamento	Cundinamarca	Municipio	Girardot		Zona	Centro	
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje	Subcategoría	Hotel		Clasificación por estrellas	No aplica	
Dirección	Carrera 6 No. 20- 47 Barrio Alto de Rosario		Distancia desde Girardot	3 Km		Estado	Activo
Teléfono	3202458109		Tipo de Acceso	Terrestre	x	Acuático	Aéreo
Página Web			Correo Electrónico	hotelcasablanca@yahoo.com.co			
Administrador, propietario o representante legal	Aljure Rueda Andrea						
CARACTERISTICAS							
Indicaciones para el acceso	Carretera Vía Bogotá- Ricaurte- Melgar; Alto del Rosario						
Actividad Económica	Alojamiento en hoteles, Actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados						
Descripción	Cuenta con 14 habitaciones que ofrecen a su vez servicio de internet inalámbrico, ventilador, televisión por cable, baño privado. Ofrece además descuentos especiales al personal del área médica de la clínica San Sebastián.			Foto del Lugar			
							
Número de empleados	9						
Número de Habitaciones	14						
Número de Camas	40						
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS							
Wi- Fi	Parqueadero						
Amplios espacios	Piscina						
Convenios con clínica cercana	Zonas de descanso						


TOMADA POR: KATHERINE MATIZ

ANEXO 2.10. Hotel y Restaurante Donal

HOTEL Y RESTAURANTE DONAL							
Razón Social	Alfonso Rodriguez		Nit	272792-1	RNT	5624	
Departamento	Cundinamarca	Municipio	Girardot		Zona	Centro	
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje	Subcategoría	Hotel		Clasificación por estrellas	No aplica	
Dirección	Carreara 12 No. 28- 21/24		Distancia desde Girardot	100 Mts		Estado	Activo
Teléfono	8353070 - 8334825 - 3114750576		Tipo de Acceso	Terrestre	x	Acuático	Aéreo
Página Web			Correo Electrónico	H.DONAL@HOTMAIL.COM			
Administrador, propietario o representante legal	Alfonso Rodriguez						
CARACTERISTICAS							
Indicaciones para el acceso	Bogotá- Sylvania- Ricaurte- Girardot; Mosquera- Tocaima- Girardot; Terminal de Transportes Girardot						
Actividad Económica	Alojamiento en hoteles						
Descripción	Este hotel cuenta con 38 habitaciones las cuales son acogedoras para familias, grupos de personas que deseen tener un espacio tranquilo y amplio. Las habitaciones cuentan con televisión por cable, pasillo, baño privado, ventilador, servicio de internet inalámbrico.			Foto del Lugar			
							
Número de empleados	4						
Número de Habitaciones	38						
Número de Camas	66						
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS							
Televisión por cable	Parqueadero						
Amplios espacios	Piscina						
Práctica de agroturismo	Patio						
Aire Acondicionado	Lavandería						

TOMADA POR: KATHERINE MATIZ

ANEXO 2.11. Hotel el Terminal

HOTEL EL TERMINAL							
Razón Social	Arguello de Rodriguez Edelmira			Nit	28413249-1	RNT	30926
Departamento	Cundinamarca		Municipio	Girardot		Zona	Centro
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje		Subcategoría	Hotel		Clasificación por estrellas	No aplica
Dirección	Calle 25 No. 13- 66/68 Barrio Sucre		Distancia desde Girardot	260 Mts		Estado	Activo
Teléfono	3107668868		Tipo de Acceso	Terrestre	x	Acuático	Aéreo
Página Web			Correo Electrónico	hotelelterminal@gmail.com			
Administrador, propietario o representante legal	Edelmira Arguello de Rodriguez						
CARACTERISTICAS							
Indicaciones para el acceso	Bogotá- Silvania- Ricaurte- Girardot; Mosquera- Tocaima- Girardot; Terminal de Transportes Girardot						
Actividad Económica	Actividades de apoyo a la agricultura, alojamiento en hoteles.						
Descripción	El hotel se encuentra ubicado frente al terminal de transportes de Girardot, aunque no se encuentra categorizado como hotel con estrellas, posee 28 habitaciones que cuentan con servicio de televisión pantalla plana, ventilador, baño privado, internet inalámbrico en todo el hotel, tiene convenio con el parque las olas. Tiene venta de bebidas y snacks.			Foto del Lugar			
Número promedio de empleados	4						
Número de Habitaciones	28						
Número de Camas	36						
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS							
Wi- Fi	Baño privado						
Ventilador	Piscina en parque las olas						
Snacks y bebidas	Pasillos y zonas de descanso						
Tv pantalla plana	Terraza						

TOMADA POR: SANDRA BARBOSA

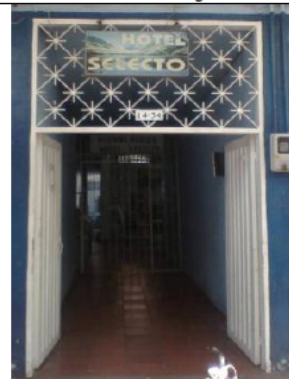
ANEXO 2.12. Hotel Sucre

HOTEL SUCRE							
Razón Social				Nit		RNT	2815
Departamento	Cundinamarca		Municipio	Girardot		Zona	Centro
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje		Subcategoría	Hotel		Clasificación por estrellas	No aplica
Dirección	Calle 14 No. 11-19 Piso 2		Distancia desde Girardot	1 Km		Estado	Activo
Teléfono	8332836		Tipo de Acceso	Terrestre	x	Acuático	Aéreo
Página Web			Correo Electrónico				
Administrador, propietario o representante legal	Ana Edilia Torres						
CARACTERISTICAS							
Indicaciones para el acceso	Bogotá- Ricaurte; Mosquera- Tocaima- Girardot; Terminal de Transportes Girardot						
Actividad Económica	Alojamiento en hoteles						
Descripción	El hotel se encuentra ubicado sobre la calle 14 con carrera 11, presta un excelente servicio a sus huéspedes, les brinda confortables habitaciones con baño privado, televisión con sistema de cable, internet wi- fi, servicio de parqueadero, y lavandería cuenta con un amplio portafolio de servicios de ayuda para los turistas, como lugares recomendados para ir a comer, sitios de rumba y lugares de recreación.			Foto del Lugar			
Número promedio de empleados	4						
Número de Habitaciones	17						
Número de Camas	15						
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS							
Parqueadero	Internet wi-fi						
Lavandería	Televisión por cable						
Baños privados	Amplios espacios						
Ventilación	Lugares recomendados para el turista						

TOMADA POR: SANDRA BARBOSA

ANEXO 2.13. Hotel Selecto

HOTEL SELECTO						
Razón Social	Gustavo González Ramírez		Nit	11310895-5	RNT	5643
Departamento	Cundinamarca	Municipio	Girardot		Zona	Centro
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje	Subcategoría	Hotel	Clasificación por estrellas		No aplica
Dirección	Carrera 11 No. 14-32	Distancia desde Girardot	1.3 Km		Estado	Activo
Teléfono	8350408- 3115785086	Tipo de Acceso	Terrestre	x	Acuático	Aéreo
Página Web		Correo Electrónico	hotelselecto@latinmail.com			
Administrador, propietario o representante legal	Gustavo González					
CARACTERISTICAS						
Indicaciones para el acceso	Bogotá- Silvania- Ricaurte- Girardot; Mosquera- Tocaima- Girardot; Terminal de Transportes Girardot					
Actividad Económica	Alojamiento en hoteles y transporte intermunicipal colectivo regular de pasajeros					
Descripción	Este hotel cuenta con 10 habitaciones, que ofrecen baño privado, televisión por cable, cuenta con una sala de estar. No es un establecimiento de categoría, pero brinda el servicio de alojamiento con humildad y excelente calidad al usuario que toma el servicio.			Foto del Lugar		
Número promedio de empleados			3			
Número de Habitaciones			10			
Número de Camas aproximadas			20			
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS						
Transporte intermunicipal	Alimentación					
Confortables habitaciones	Sala de estar y descanso					



TOMADA POR: SANDRA BARBOSA

ANEXO 2.14. Hotel Los Robles

HOTEL LOS ROBLES						
Razón Social			Nit		RNT	No aplica
Departamento	Cundinamarca	Municipio	Girardot		Zona	Alto del Rosario
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje	Subcategoría	Hotel	Clasificación por estrellas		
Dirección	carrera 5 # 20 A 33	Distancia desde Girardot			Estado	Activo
Teléfono		Tipo de Acceso	Terrestre	x	Acuático	Aéreo
Página Web		Correo electrónico				
Administrador, propietario o representante legal	Nestor Ricardo Rodríguez Ardila					
CARACTERISTICAS						
Indicaciones para el acceso	Carretera Vía Bogotá- Ricaurte- Melgar; Alto del Rosario					
Actividad Económica	Alojamiento en hoteles					
Descripción	Es una vivienda remodelada, que funciona como establecimiento de alojamiento y hospedaje familiar. Cuenta con 10 habitaciones, cada una con servicio de baño privado, tv por cable. El público que más la frecuenta es de la Clínica San Sebastián debido a su cercanía.			Foto del Lugar		
Número promedio de empleados			1			
Número de Habitaciones			10			
Número de Camas			10			
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS						
Tienda	Balcón					
Ventilación	Baño privado					
Sala de estar	Televisión por cable					




TOMADA POR SANDRA BARBOSA


ANEXO 2.15. Hotel El Cid

HOTEL EL CID									
Razón Social	Martha Patricia Veru Corpas			Nit	39552586-4		RNT	4909	
Departamento	Cundinamarca		Municipio	Girardot		Zona			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje		Subcategoría	Hotel		Clasificación por estrellas	No aplica		
Dirección	Carrera 13 No. 28- 06		Distancia desde Girardot	600 Mts		Estado	Activo		
Teléfono	8352072		Tipo de Acceso	Terrestre	x	Acuático		Aéreo	
Página Web			Correo electrónico						
Administrador, propietario o representante legal	Flor Constanza Veru								
CARACTERISTICAS									
Indicaciones para el acceso	Bogotá- Silvania- Ricaurte- Girardot; Mosquera- Tocaima- Girardot; Terminal de Transportes Girardot; Carrefour								
Actividad Económica	Alojamiento en hoteles								
Descripción	Este hotel cuenta con patio principal, tienda, pasillos amplios. Este se destaca por tener presente el comportamiento del visitante cuando se encuentra hospedado dentro del establecimiento, vela por contribuir con el aprovechamiento de los recursos. Ofrece servicio internet, un espacio pleno y acogedor para el visitante. Ha mantenido sus actividades por cerca de 30 años consecutivos.				Foto del Lugar				
Número promedio de empleados	4								
Número de Habitaciones	30								
Número de Camas	60								
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS									
Patio	Pasillos amplios				<p style="text-align: center;">TOMADA DE: GOOGLE EARTH</p>				
Internet	Sala de estar								
Tienda de snacks	Balcones								

ANEXO 2.16. Hotel El Cedro


HOTEL EL CEDRO									
Razón Social				Nit			RNT	143787	
Departamento	Cundinamarca		Municipio	Girardot		Zona	Centro		
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje		Subcategoría	Hotel		Clasificación por estrellas	No aplica		
Dirección	Carrera 11 No. 15-51		Distancia desde Girardot	1 Km		Estado	Activo		
Teléfono	8332267 - 8351844 - 3144250776 - 3107668868		Tipo de Acceso	Terrestre	x	Acuático		Aéreo	
Página Web			Correo Electrónico	hotelescedro2011@hotmail.com					
Administrador, propietario o representante legal									
CARACTERISTICAS									
Indicaciones para el acceso	Bogotá- Ricaurte; Terminal de Transportes Girardot; Casa de la Cultura; Parque Sucre								
Actividad Económica	Alojamiento en hoteles								
Descripción	Este establecimiento de alojamiento y hospedaje ubicado en el centro del municipio de Girardot, se caracteriza por atender parejas, personas solas y grupos multiples. Cuenta con servicio de internet inalámbrico en todas las instalaciones del hotel, posee amplios espacios y una vista característica desde los diferentes balcones que lo adornan.				Foto del Lugar				
Número promedio de empleados	5								
Número de Habitaciones	60								
Número de Camas	85								
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS									
Convenio piscina con olas	Baño privado				<p style="text-align: center;">TOMADA POR: KATHERINE MATIZ</p>				
Internet Inalámbrico	Televisor								
Aire acondicionado	Restaurante								
Ventilador	Vista a la calle								

ANEXO 2.17. Hotel Zamba Resort

HOTEL ZAMBA RESORT							
Razón Social	Hotel Zamba Resort S.A.		Nit	900105633-9		RNT	13535
Departamento	Cundinamarca		Municipio	Girardot		Zona	Centro
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje		Subcategoría	Hotel		Clasificación por estrellas	3
Dirección	Carrera 12 No. 19-24 Barrio Sucre		Distancia desde Girardot	300 Mts		Estado	Activo
Teléfono	8351351 - 8351351 - 3138682286		Tipo de Acceso	Terrestre	x	Acuático	Aéreo
Página Web	http://hotelzamba.com/inicio/inicio.php		Correo Electrónico	hotel.zamba@gmail.com			
Administrador, propietario o representante legal	Alexander Rocha						
CARACTERISTICAS							
Indicaciones para el acceso	Bogotá- Silvania- Ricaurte- Girardot; Mosquera- Tocaima- Girardot; Terminal de Transportes Girardot; Monumento El León						
Actividad Económica	Alojamiento en hoteles						
Descripción	Se encuentra ubicado en el centro de la Ciudad, a una cuadra del Parque Bolívar, está rodeado de centros comerciales, zona comercial y turística. Ofrece una alternativa de alojamiento, negocios, descanso y recreación. Cuenta con 48 habitaciones distribuidas en 4 pisos. Cada una de estas cuenta con servicio de minibar, nevera, televisión satelital, internet inalámbrico, room service, parqueadero, aire acondicionado y teléfono directo nacional - internacional. Cuenta con infraestructura arquitectónica moderna y está catalogado como un proyecto nuevo diseñado para el descanso y los negocios.			Foto del Lugar			
Número promedio de empleados	6						
Número de Habitaciones	48						
Número de Camas	84						
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS							
Parqueadero	Room service						
Wi- Fi	Teléfono directo nacional e internacional						
Minibar	Piscina						
Nevera	Televisión Satelital						

TOMADA POR: KATHERINE MATIZ

ANEXO 2.18. Hotel Girardot

HOTEL GIRARDOT							
Razón Social			Nit			RNT	
Departamento	Cundinamarca		Municipio	Girardot		Zona	Centro
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje		Subcategoría	Hotel		Clasificación por estrellas	
Dirección			Distancia desde Girardot			Estado	Activo
Teléfono			Tipo de Acceso	Terrestre	x	Acuático	Aéreo
Página Web			Correo Electrónico				
Administrador, propietario o representante legal							
CARACTERISTICAS							
Indicaciones para el acceso	Bogotá; Terminal de Transportes Girardot; Casa de la Cultura; Ferrocarril						
Actividad Económica	Alojamiento en hoteles						
Descripción	Este hotel esta ubicado sobre la Avenida del ferrocarril, cuenta con 14 habitaciones, entre dobles y sencillas, con baño privado, televisión con cable, piscina, servicio de parqueadero vigilado y red inalámbrica de wi-fi, venta de snacks en la recepción. El personal del hotel se comunica con walkie talkie.			Foto del Lugar			
Número promedio de empleados	2						
Número de Habitaciones	14						
Número de Camas	20						
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS							
Wi- Fi en todo el hotel	Piscina						
Piscina	Ventilación						
Venta de Snacks	Habitaciones con baño privado						
Parqueadero	Amplios espacios						
Teléfono	Sala de estar						


TOMADA POR: KATHERINE MATIZ

Otros hoteles


ANEXO 2.19. Hotel Girardot Resort

HOTEL GIRARDOT RESORT									
Razón Social	No aparece			Nit	No aparece		RNT	No aparece	
Departamento	Cundinamarca		Municipio	Girardot			Zona		
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje		Subcategoría	Hotel		Clasificación por estrellas		No aplica	
Dirección	Km 1 Vía Girardot - Ricaurte		Distancia desde Girardot	2 Km		Estado	Activo		
Teléfono	3470099 - 313 3336837 - 8317649 - 318 8279086		Tipo de Acceso	Terrestre	x	Acuático		Aéreo	
Página Web	http://www.girardotresorthotel.com/index.php		Correo Electrónico	reservas@girardotresorthotel.com					
Administrador, propietario o representante legal									
CARACTERITICAS									
Indicaciones para el acceso	Bogotá- Silvania- Ricaurte- Girardot; Mosquera- Tocaima- Girardot; Terminal de Transportes Girardot; Casa de la Cultura								
Actividad Económica	Alojamiento en hoteles								
Descripción	Es un espacio familiar y de reuniones de trabajo. Cuenta con 63 habitaciones, con acomodación sencilla, doble, triple y cuádruple con capacidad de hasta 8 personas. 5 Habitaciones sencillas, 14 Habitaciones dobles, 33 Habitaciones resort y 11 Habitaciones especiales. Además cuenta con espacios diseñados para el aprovechamiento máximo de días de descanso, ofrece servicio especial para congresos, convenciones y eventos. Ofrece planes para cada uno de los salones.				Foto del Lugar				
Número de Habitaciones	63								
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS									
Piscina para adultos	Canchas de tenis				<p>FUENTE: Portal web Hotel Girardot Resort</p>				
Piscina para niños	Salón de juegos								
Piscina de juegos	Sauna								
Servicio Buffet	Sala de ejercicio físico								
Bar: cocteles, vinos y licores	Parque infantil								
Comedor Brasserie	Salón Ricaurte y Salón Tambacú								
Cafetería	Salón Algarrobos y Salón Acacias								

ANEXO 2.20. Hotel Bachué

HOTEL BACHUÉ									
Razón Social	Sociedad Turística de Girardot Ltda			Nit	890600394-0		RNT	4884	
Departamento	Cundinamarca		Municipio	Girardot			Zona	Centro	
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje		Subcategoría	Hotel		Clasificación por estrellas			
Dirección	Carrera 8 No. 18- 04 Barrio Granada		Distancia desde Girardot			Estado	Activo		
Teléfono	8334790 - 8333830 - 3108122000		Tipo de Acceso	Terrestre	x	Acuático		Aéreo	
Página Web	http://www.hotelbachue.com/		Correo Electrónico	hotelbachue@uniweb.net.co					
Administrador, propietario o representante legal	Orlando Avella Avella								
CARACTERITICAS									
Indicaciones para el acceso	Bogotá- Silvania- Ricaurte- Girardot; Mosquera- Tocaima- Girardot; Terminal de Transportes Girardot; Casa de la Cultura								
Actividad Económica	Alojamiento en hoteles								
Descripción	Es un hotel moderno caracterizado por su arquitectura y diseño acogedor, se encuentra ubicado cerca al centro del municipio de Girardot, al Terminal de transporte. Este ofrece planes vacacionales y de negocios. Posee 123 habitaciones con diferentes opciones para la acomodación de los huéspedes, entre ellas: Junior suite, especial y standard. Además ofrece servicio de restaurante, parqueadero privado y vigilado.				Foto del Lugar				
Número promedio de empleados	34								
Número de Habitaciones	123								
Número de Camas	236								
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS					<p>TOMADA POR: KATHERINE MATIZ</p>				
Aire acondicionado	Comedor								
Minibar- nevera	Salón Dorado								
Teléfono	Salón Cacique								
Baño privado	Salón Magdalena								
Lavandería	Salón Múltiple								
Sala de estar	Restaurante								

ANEXO 2.21. Hotel El León

HOTEL EL LEÓN						
Razón Social	Oliveros Hernández Organización Hotelera S.A.S	Nit	900220716-3	RNT	22629	
Departamento	Cundinamarca	Municipio	Girardot	Zona	Centro	
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje	Subcategoría	Hotel Boutique	Clasificación por estrellas	No aplica	
Dirección	Carrera 10 No. 19- 50 Barrio Centro	Distancia desde Girardot		Estado	Activo	
Teléfono	8889561 - 8306321 - 3212149855	Tipo de Acceso	Terrestre x Acuático		Aéreo	
Página Web	http://elleonhotel.com	Correo Electrónico	andresoliveros79@hotmail.com			
Administrador, propietario o representante legal						
CARACTERISTICAS						
Indicaciones para el acceso	Bogotá- Silvania- Ricaurte- Girardot; Mosquera- Tocaima- Girardot; Terminal de Transportes Girardot; Monumento El León					
Actividad Económica	Alojamiento en hoteles					
Descripción	Se encuentra ubicado cerca al Terminal de transporte y al almacén de cadena Éxito, está ubicado frente al Monumento del Leonismo colombiano (León) y en el centro de Girardot. Posee 34 habitaciones de modalidad suite y estándar, además ofrece servicios complementarios para la plena satisfacción del usuario.					
Número promedio de empleados	6					
Número de Habitaciones	32					
Número de Camas	54					
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS						
Wi- Fi en todo el hotel	Suite con jacuzzi					
Zona húmeda	Lavandería					
Jacuzzi	Desayuno					
Spa	Terraza					
Turco	Bar					
				Foto del Lugar		
						
				TOMADA POR: KATHERINE MATIZ		

ANEXO 3. Diarios de campo
ANEXO 3.1 Diario de campo 1

SEMESTRE	VIII
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	
LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN CULTURAL EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT.	
PROPÓSITO DE LA ACTIVIDAD	
Conocer a las entidades y presentarnos mediante la carta de presentación.	
LUGAR	FECHA
GIRARDOT CUNDINAMARCA	AGOSTO 23 DE 2013
PARTICIPANTES EN LA ACTIVIDAD	
Estudiantes de último semestre del programa de turismo de la universidad colegio mayor de Cundinamarca.	
NOMBRES COMPLETOS DE LA PERSONA QUE REALIZA EL DIARIO DE CAMPO	
KATHERINE ROCIO MATIZ AVILA- SANDRA MILENA BARBOSA	
Desarrollo de la Actividad	
Llegamos al municipio de Girardot y establecimos los contactos con los representantes del Instituto De Fomento Cultura Y Turismo, ya que previamente habíamos visto la información en la página web del municipio para tener claro con quien debíamos contactarnos y como debíamos de llegar a socializar nuestro punto de partida sobre el tema del trabajo de grado de igual forma ese día se conoce por parte del municipio la intención de realizar dicha investigación y se plantea mediante la carta de presentaciones la universidad y del programa de turismo. en esta visita se desconocía por parte de la alcaldía la universidad colegio mayor de Cundinamarca y confundiéndola con la universidad de Cundinamarca.	
Análisis Crítico	
En este primer acercamiento se evidencio el desconocimiento por parte del secretario del instituto, sobre temas relacionados con el turismo y con los planes de acción sobre los que la alcaldía trabaja, se vio la falta de disposición y tiempo debido a que estábamos como foráneas, se confunde, con la universidad de Cundinamarca; (UDEC) Y en segunda medida permitió establecer un segundo acercamiento para la consulta de información sobre los hoteles.	
Conclusión	
Concluimos una segunda visita para el levantamiento de información sobre el número de ocupación hotelera en el municipio, esto nos podía llevar a investigar a mayor profundidad los objetivos propuestos	
Observación General	
(Realización de entrevistas) hoteles Peñalisa- Colsubsidio, hotel Los Puentes Confacundi, el propósito de esta visita fue recolectar información sobre el tema de investigación.	

ANEXO 3.2 Diario de campo 2

SEMESTRE VIII	
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	
LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN SOBRE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE ALOJAMIENTO HOSPEDAJE (HOTELES) Y REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS A 2 HOTELES	
PROPÓSITO DE LA ACTIVIDAD	
Realizar una serie de entrevistas semi- estructuradas, a los prestadores de servicios turísticos para conocer la situación real del municipio frente a la competitividad y el comportamiento en temporada alta.	
LUGAR	FECHA
Girardot Cundinamarca y establecimientos de hospedaje y alojamiento	AGOSTO 22 Y SEPTIEMBRE 7 Y 8 DE 2013
PARTICIPANTES EN LA ACTIVIDAD	
Estudiantes de último semestre de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca,	
NOMBRES COMPLETOS DE LA PERSONA QUE REALIZA EL DIARIO DE CAMPO	
KATHERINE ROCIO MATIZ AVILA- SANDRA MILENA BARBOSA	
Desarrollo de la Actividad	
Llegamos a Girardot y fuimos en búsqueda de los hoteles peñalisa y confundí previo a la ubicación proporcionada por parte de la población del municipio. Se procedió a solicitar una cita con el administrador o representante legal de dichos establecimientos , después de la aceptación por parte de cada uno de los administradores y encargados se procede a realizar las entrevistas, que estaba contenidas en un formato (cuestionario) estas entrevistas se realizaron con una duración aproximadamente de una hora en donde cada uno de ellos nos daba su opinión y respuesta sobre las particularidades y fenómenos turísticos y competitivos en el municipio.	
Análisis Crítico	
Para estas actividades se tomaron en cuenta las afirmaciones y las respuestas que nos dieron los participantes, se evidencio que el municipio aún no está condicionado como destino turístico, que no existe una cooperación entre los sectores Publico y privados, de la misma forma se pudo vivenciar la dinámica de los hoteles en Girardot, esto en medida de las actividades que realiza cada dependencia del hotel. Y también se pudo ver la realidad de la infraestructura de la cual los representantes legales nos informaron en las entrevistas , un acercamiento real al escenario de la investigación	
CONCLUSIONES	
A partir de la elaboración de estas entrevistas se puede afirmar que existe una gran problemática con la parte de la competitividad es muy crítico y que los mismos entes gubernamentales no realizan actividades de sensibilización para mitigar la problemática y frenar de cierto modo la rivalidad que se presenta en muchos de ellos en este análisis se propone seguir investigando sobre la problemática con otras 2 entrevistas asignadas para el día 20 y 21 del presente mes, para cumplir con los objetivos de la investigación	
Observación General (Realizar cuestionarios) Galeon Inn, Tocarema, Tisquesusa. El propósito fue recolectar información sobre el tema de investigación).	

ANEXO 3.3 Diario de campo 3

Describir la situación actual de competitividad turística de 17 establecimientos de alojamiento y hospedaje con registro nacional de turismo, para conocer los criterios bajo los cuales se presenta la competitividad	
SEMESTRE	VIII
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	
Aplicación de instrumento metodológico (cuestionarios)	
PROPÓSITO DE LA ACTIVIDAD	
Recopilar la máxima información a través de la realización del cuestionario en materia de infraestructura, sostenibilidad, gestión empresarial recurso humano e innovación y tecnología	
LUGAR	FECHA
GIRARDOT CUNDINAMARCA	Marzo 27, 28 de 2014
PARTICIPANTES EN LA ACTIVIDAD	
Estudiantes de último semestre del programa de turismo de la universidad colegio mayor de Cundinamarca.	
NOMBRES COMPLETOS DE LA PERSONA QUE REALIZA EL DIARIO DE CAMPO	
KATHERINE ROCIO MATIZ AVILA- SANDRA MILENA BARBOSA	
Desarrollo de la Actividad	
Llegamos al municipio de Girardot y establecimos los contactos con los representantes del Instituto De Fomento Cultura Y Turismo, con el fin de obtener una carta de presentación ante los establecimientos de alojamiento y hospedaje , pero fue imposible, después salimos con destino a los hoteles, previamente localizados en una ruta, donde se realizó el cuestionario a los encargados de los hoteles, representantes, administradores, conserjes, y recepcionistas donde se obtuvo la información sobre los elementos de competitividad	
Análisis Crítico	
varios de los que respondieron el cuestionario afirmaron q no conocían las normas técnicas sectoriales, de igual forma en el análisis se evidencio que no existe cooperación por parte del sector público y las pocas alianzas que hay son de tipo privado, , hay falencias en la parte publica en cuanto a la imagen de Girardot como destino turístico y sobre la red vial, consideran los participantes en la elaboración del cuestionario que el punto de información turística no cumple los requerimientos con los turistas, por otra parte se requiere e mayores capacitaciones para los empleados en materia turística y hotelera.	
Conclusiones	
se realizó el trabajo satisfactoriamente donde se obtuvo la recolección de la información para el estudio, y por parte de los hoteles participantes, agradecemos la colaboración por el momento y la disposición para realizar este trabajo, se requiere una mayor capacitación para los empleados del sector turística, una mayor pertinencia y diligencia de los encargados del punto de información turística, y pues en materia de alianzas se sugiere la revisión exhaustiva de los planes de competitividad para su aplicación exitosa .	

ANEXO 4. REGISTRO FOTOGRÁFICO COMPLEMENTARIO

	
<p><i>Casa de la Cultura de Girardot. Fotografía tomada por:</i> Katherine Matiz</p>	<p><i>Antigua Estación de Ferrocarril de Girardot. Fotografía tomada por:</i> Sandra Barbosa</p>
	
<p><i>Monumento en Plaza Jorge Eliécer Gaitán. Fotografía tomada por:</i> Katherine Matiz</p>	<p><i>Estación de bomberos. Fotografía tomada por:</i> Katherine Matiz</p>
	
<p><i>Agencia de Viajes Logycor S.A.S Fotografía tomada por:</i> Sandra Barbosa</p>	<p><i>Monumento al Leonismo Fotografía tomada por:</i> Sandra Barbosa</p>



Señalización de la Calle 19
Fotografía tomada por: Sandra Barbosa



Plaza central de Girardot - Alcaldía
Fotografía tomada por: Katherine Matiz



Monumento en homenaje a Girardot
Fotografía tomada por: Sandra Barbosa



Agencia de Viajes Viajeros
Fotografía tomada por: Sandra Barbosa



Hotel Boutique
Fotografía tomada por: Sandra Barbosa



Entrada del Hotel Selecto
Fotografía tomada por: Sandra Barbosa



*Punto de Información Turística (antes)
Fotografía tomada por: Katherine Matiz*



*Punto de Información Turística (después)
Fotografía tomada por: Sandra Barbosa*



*Logo Hotel El León
Fotografía tomada por: Sandra Barbosa*



*Cámara de Comercio de Girardot
Fotografía tomada por: Katherine Matiz*



*Entrada de la Plaza de mercado de Girardot
Fotografía tomada por: Katherine Matiz*



*Interior de la plaza de mercado
Fotografía tomada por: Katherine Matiz*



Piscina Hotel Tocarema
Fotografía tomada por: Katherine Matiz



Certificación de auditoría y aprobación de nivel alto en sostenibilidad según la NTS- TS 002.
Fotografía tomada por: Katherine Matiz



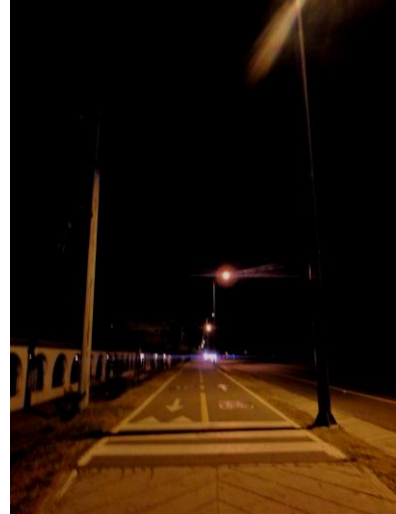
Fachada entrada principal Hotel Tocarema
Fotografía tomada por: Katherine Matiz



Restaurante Hotel Peñalisa
Fotografía tomada por: Katherine Matiz



Sala del hotel Peñalisa
Fotografía tomada por: Katherine Matiz



Ciclo vía por carretera vía Ricaurte- Girardot
Fotografía tomada por: Katherine Matiz



Hotel Bosques de Athan Girardot
Fotografía tomada por: Katherine Matiz



Hotel Club El Puente via Ricaurte- Girardot
Fotografía tomada por: Katherine Matiz



Fachada Hotel Galeón Inn
Fotografía tomada por: Katherine Matiz



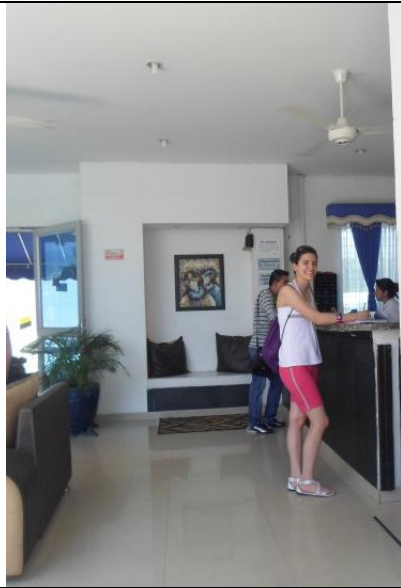
Piscina y parqueadero Hotel Galeón Inn
Fotografía tomada por: Katherine Matiz



Sala Hotel Galeón Inn
Fotografía tomada por: Katherine Matiz



Piscina Hotel Galeón Inn
Fotografía tomada por: Katherine Matiz



Recepcion del Hotel Galeón Inn
Fotografía tomada por: Sandra Barbosa



Hotel el Terminal en construcción
Fotografía tomada por: Katherine Matiz



Almacén éxito vía el Peñón
Fotografía tomada por: Sandra Barbosa



Hotel el Viajero
Fotografía tomada por: Sandra Barbosa



Alcaldía de Girardot
Fotografía tomada por: Sandra Barbosa



Terminal de Transportes de Girardot
Fotografía tomada por: Katherine Matiz

Bogotá, D.C., 13/05/2014

Nosotras, Katherine Rocio Matiz Avila y Sandra Milena Barbosa Bello, declaramos que el trabajo de grado titulado: MANUAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE MICRO, PEQUEÑOS Y MEDIANOS HOTELES DEL MUNICIPIO DE GIRARDOT- CUNDINAMARCA presentado como requisito para obtener el título de Profesional en Turismo otorgado por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, es de nuestra completa autoría exceptuando los pasajes donde expresamente se aclare lo contrario. Las ideas expresadas en este trabajo son de responsabilidad exclusiva del (de los, de las) autor(es, as) y no constituyen compromiso institucional alguno de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Katherine Rocio Matiz Avila

Sandra Milena Barbosa Bello



UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
SISTEMA DE BIBLIOTECAS
IDENTIFICACIÓN TRABAJOS DE GRADO

FECHA (DD/MM/AA):		
13	05	2014

DATOS AUTORES(AS) TRABAJO DE GRADO PROGRAMA TRABAJO SOCIAL			
No DOC. DE IDENTIDAD:	PRIMER APELLIDO:	SEGUNDO APELLIDO:	NOMBRES:
1015435647	Matiz	Avila	Katherine Rocío
1012317662	Barbosa	Bello	Sandra Milena
FACULTAD:		PROGRAMA	
CIENCIAS SOCIALES		Turismo	
INFORMACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO:			
TÍTULO: Manual para el fortalecimiento de la competitividad empresarial de micro, pequeños y medianos hoteles del municipio de Girardot- Cundinamarca.			
DESCRIPCIÓN FÍSICA: Número de Páginas: 114 Ilustraciones: —	MATERIAL ACOMPAÑANTE: No CD's: _____ Diapositivas: _____ Otros ¿Cuáles? <u>Manual</u>	FECHA DE ELABORACIÓN TRABAJO DE GRADO: (13/05/2014)	
OBJETIVOS DEL TRABAJO			
OBJETIVO GENERAL: Fortalecer la competitividad empresarial en micro, pequeños y medianos hoteles del municipio de Girardot.			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar las entidades involucradas en el desarrollo de la competitividad turística, a partir de la contextualización empresarial hotelera del municipio de Girardot. 2. Describir la situación actual de competitividad turística de 18 establecimientos de alojamiento y hospedaje con Registro Nacional de Turismo, para conocer los criterios bajo los cuales se presenta la competitividad. 3. Determinar los factores que inciden en la competitividad de los hoteles de Girardot, para darlos a conocer a la comunidad de empresarios de micro, pequeña y mediana empresa. 4. Diseñar un manual dirigido a los empresarios que se benefician del desarrollo de la actividad hotelera, para fortalecer y mejorar el desarrollo de sus actividades. 			
AUTORIZACIÓN DIVULGACIÓN ELECTRÓNICA:			
AUTORIZO(AMOS) COLOCAR EN INTERNET: SÍ <input checked="" type="checkbox"/> NO _____			
FIRMA(S) AUTOR(ES/AS):			
Katherine Rocío Matiz Avila			
Sandra milena Barbosa Bello			