

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD Y FORMULACIÓN DEL PLAN DE GESTIÓN
PARA EL DISEÑO, CONSTRUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PROYECTO
GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT EN EL MUNICIPIO DE SANTA
CATALINA DE ALEJANDRÍA

CARMEN CHARRY SAMPAYO
MARIA JOSÉ ACUÑA NAVARRO
ANA PAOLA TORRES SÁNCHEZ

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE INGENIERIA
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS
CARTAGENA D, T Y C.

2011

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD Y FORMULACIÓN DEL PLAN DE GESTIÓN
PARA EL DISEÑO, CONSTRUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PROYECTO
GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT EN EL MUNICIPIO DE SANTA
CATALINA DE ALEJANDRÍA

CARMEN CHARRY SAMPAYO
MARIA JOSE ACUÑA NAVARRO
ANA PAOLA TORRES SANCHEZ

Trabajo Integrador presentado como requisito para optar al título de Especialista en
Gerencia de Proyectos

DIRECTOR

ARMANDO ANTONIO MENDOZA DIAZ

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE INGENIERIA
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS
CARTAGENA D.T Y C.

2011

Cartagena de Indias D. T y C. 23 de Septiembre de 2011

Señores:

DR. RAUL PADRÓN

Director de la Especialización en Gerencia de Proyectos

La ciudad

Respetado Señor:

Por medio de la presente me permito someter a su consideración el trabajo integrador titulado *“Estudio de Prefactibilidad y Plan de Gestión para diseño, construcción y comercialización del proyecto Galerazamba Marine Spa & Resort en el municipio de Santa Catalina de Alejandría”*, desarrollado por las estudiantes María José Acuña Navarro, Carmen Adriana Charry Sampayo y Ana Paola Torres Sánchez, en el marco de *la Especialización en Gerencia de Proyectos*, para optar al título de Especialista en Gerencia de Proyectos.

Atentamente,

ARMANDO ANTONIO MENDOZA DIAZ

Director

Cartagena de Indias D. T y C. 23 de Septiembre de 2011

Señores:

COMITÉ EVALUACIÓN DE PROYECTOS

Especialización en Gerencia de Proyectos

La ciudad

Respetados Señores:

Por medio de la presente nos permitimos someter a su consideración el Trabajo Integrador titulado *“Estudio de Prefactibilidad y Plan de Gestión para diseño, construcción y comercialización del proyecto Galerazamba Marine Spa & Resort en el municipio de Santa Catalina de Alejandría”*, realizado en el marco de la Especialización en Gerencia de Proyectos, para optar al título de Especialista en Gerencia de Proyectos.

Atentamente,

María José Acuña Navarro

Carmen Adriana Charry Sampayo

Ana Paola Torres Sánchez

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene por objetivo contribuir al desarrollo económico y social del Municipio de Santa Catalina Alejandría, mediante el impulso de la actividad turística, aprovechando todas las ventajas naturales de la zona, pero sin agotar el medio ambiente natural y preservando la cultura de la comunidad local. Se busca ofertar un servicio asociado al turismo en salud, el cual consiste en la práctica de la Talasoterapia con fines terapéuticos.

Este servicio será ofrecido a los turistas nacionales y extranjeros que lleguen a la Ciudad de Cartagena de Indias, y los habitantes de la ciudad que buscan nuevas alternativas de tratamientos de vida saludables.

Este spa marino denominado “Galerazamba Marine Spa & Resort” se encontrará localizado en el corregimiento de Galerazamba, entre las ciudades de Cartagena de Indias y Barranquilla, a 45 Km por la vía del mar, exactamente en el municipio de Santa Catalina de Alejandría, corregimiento de Galerazamba. Contará con los siguientes servicios: Hidromasaje, Hidrocinesiterapia, peledoterapia, piscinas a chorros, Algoterapia y Lodoterapia, entre otros. Será el primer spa marino de la costa atlántica colombiana, y adicionalmente debido a su enfoque, el proyecto permitirá conocer más de cerca las zonas costeras y disfrutar de un ambiente sano y de descanso, se basa en tres principios fundamentales Ecodesarrollo, Desarrollo Sostenible y Turismo Sostenible, los cuales buscan finalmente lograr el crecimiento de manera tal que no agote el medio ambiente natural y construido y preservar la cultura de la comunidad local mediante la ordenación sostenible de los recursos.

De acuerdo con el Estudio de Mercado, se espera atender una demanda de 8.413 usuarios locales y 8.116 turistas nacionales y extranjeros en el primer año de operaciones, con un crecimiento promedio del 5,7% anual para los siguientes cinco años. Con la prestación del servicio, se prevé que los ingresos asciendan a \$1'830.070.000 de pesos al inicio de las actividades, y de ahí en adelante se pronostica que éstos crecerán a un ritmo promedio del 7,36% anual.

Para la ejecución del proyecto se requiere una inversión total de \$2'706.656.339 de pesos, mismo que incluye el la inversión fija, la inversión preoperativa y la inversión en

capital de trabajo. El financiamiento de la inversión se realizará con el aporte del 70% de los patrocinadores y el 30% restante, será capitalizado mediante deuda directa con una entidad financiera. Los resultados obtenidos del análisis financiero demuestran que el proyecto generara una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 33.15%, equivalente a un Valor Presente Neto (VPN) de \$764.825.763 de pesos, considerando un WACC de 18,93%. Con estos resultados se estima que en 5 años se habrá recuperado el capital invertido se en su totalidad, demostrando así la idoneidad de realizar la inversión.

El proyecto contempla el desarrollo de la evaluación ambiental en su etapa de construcción, y para la cual se elaboró un plan de manejo ambiental que contempla las medidas de prevención, mitigación y control para los procesos de transporte de materiales para la construcción, el almacenamiento de dichos materiales y la construcción misma.

Por otra parte plantea desarrollar una estrategia ambiental que propenda por la generación de una cultura promotora de la actividad turística entre los prestadores de servicios que permita la articulación entre los diferentes tipos de atractivos, generando un desarrollo económico sostenido, así como la sustentabilidad ecológica y beneficios sociales para los habitantes de la región.

Por último se presenta el plan de gestión del proyecto, basado en el enfoque del Project Management Institute, y se describen los procesos asociados a la Gestión del Alcance, Gestión de Tiempo, Gestión de Costo, Gestión de la Calidad, Gestión de los Recursos Humanos, Gestión de Riesgos, Gestión de Adquisiciones y Gestión de las Comunicaciones.

Dentro de las recomendaciones planteadas para el desarrollo del proyecto se encuentra la elaboración de un estudio que contemple la valoración de las economías externas o externalidades positivas que se generarán alrededor del proyecto, con el fin de ratificar la importancia y pertinencia del mismo, y de esta forma buscar algún tipo de apalancamiento o subsidio por parte del Estado.

INDICE DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS	
INDICE DE GRAFICAS	
INDICE DE ABREVIATURAS	
LISTAS DE ANEXOS	
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	4
1.3. Objetivos	5
1.3.1. Objetivo General	5
1.3.2. Objetivos específicos:	5
2. MARCO TEORIO	7
2.1. La evolución conceptual del turismo	9
2.2. El turismo en Colombia	11
2.3. Política económica del turismo	13
2.4. Turismo en salud y la talasoterapia	15
2.5. El enfoque de la gerencia de proyectos	19
3. MARCO METODOLÓGICO	23
4. CAPITULO I	25
4.1. ESTUDIO DE MERCADO	25
4.1.1. Análisis Macroeconómico	25
4.1.1.1. Acerca de Cartagena de Indias D.T. Y C.	27
4.1.1.2. Datos del sector	28
4.1.2. Análisis del mercado	34
4.1.2.1. Generalidades	34
4.1.2.2. Producto	34
4.1.2.3. Mercado objetivo	39
4.1.2.4. Análisis de las fuerzas competitivas	39
4.1.2.5. Estrategia del proyecto	40
4.1.2.6. Estrategia de competencia	41
4.1.2.7. Promoción	41
4.1.2.8. Precio	45
4.1.3. Análisis de la oferta	45
4.1.3.1. Características de los mejores spa del País	45
4.1.3.2. Otros spa de Cartagena	48
4.1.4. Análisis de la demanda	49
4.1.4.1. Calculo del tamaño de la muestra para los clientes potenciales habitantes de la ciudad de Cartagena de estratos 5 y 6	49
4.1.4.2. Análisis de resultados	50
4.1.4.3. Cálculo de la demanda de turistas	51
4.1.4.4. Demanda Total	53
4.2. ESTUDIO TÉCNICO	53

4.2.1. Análisis de la localización del proyecto	53
4.2.1.1. Macrolocalización del proyecto	57
4.2.1.2. Microlocalización del proyecto	59
4.2.2. Análisis del tamaño del proyecto	60
4.2.3. Aspectos de seguridad para la construcción y operación de piscinas	62
4.2.4. Análisis de las materias primas del proyecto	63
4.2.4.1. Adquisiciones de Materias Primas	64
4.2.5. Análisis de la Tecnología del proyecto	65
4.2.6. Plan de mantenimiento	69
4.2.6.1. Mantenimiento Preventivo	69
4.2.6.2. Mantenimiento Correctivo	70
4.3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	73
4.3.1. Aspectos legales del proyecto	73
4.3.2. Organigrama del proyecto	74
4.3.3. Planteamiento Estratégico	75
4.3.3.1. Misión	75
4.3.3.2. Visión	75
5. CAPITULO II	76
5.1. EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL	76
5.1.1. Identificación y evaluación de Impactos	76
5.1.1.1. Valoración del área de influencia	76
5.1.1.2. Sensibilidad Socioeconómica	77
5.1.2. Evaluación del Impacto Ambiental	78
5.1.3. Análisis de Resultados	80
5.1.4. Plan de Manejo Ambiental	80
5.1.5. Estrategia ambiental del proyecto	82
5.2. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL	85
5.2.1. Identificación de Impactos	85
5.2.2. Valoración de los Impactos	88
5.2.3. Matriz de Impactos Económicos	92
5.2.4. Calculo del Precio Cuenta del Insumo	93
5.2.5. Flujo Económico	93
5.3. EVALUACIÓN FINANCIERA	95
5.3.1. Inversiones	95
5.3.1.1. Inversión fija	95
5.3.1.2. Inversión preoperativa	96
5.3.1.3. Inversión en capital de trabajo	96
5.3.1.4. Inversión total	97
5.3.2. Ingresos	97
5.3.3. Costos	98
5.3.4. Gastos	98
5.3.5. WACC	99
5.3.6. Depreciaciones y amortizaciones	99

5.3.7. Flujo de caja	101
5.3.8. Variables de decisión	103
6. CAPITULO III	104
6.1. PLAN DE GESTIÓN DEL PROYECTO	104
6.1.1. Acta de inicio del proyecto	104
6.1.2. Gestión del alcance	104
6.1.2.1. Estructura de desglose del trabajo (WBS)	104
6.1.2.2. Diccionario de la WBS	104
6.1.3. Gestión de Tiempo	104
6.1.3.1. Cronograma	104
6.1.4. Gestión de Costos	105
6.1.4.1. Estimación de los costos y elaboración del presupuesto.	105
6.1.5. Gestión de Calidad	105
6.1.5.1. Proceso en la prestación del servicio	106
6.1.5.2. Diagrama de flujo	109
6.1.5.3. Cursograma analítico	110
6.1.5.4. Pruebas de Calidad	111
6.1.6. Gestión de Riesgos	111
6.1.6.1. Identificación de riesgos	111
6.1.6.2. Análisis Cualitativo y Cuantitativo de los Riesgos	112
6.1.6.3. Plan de respuesta a los riesgos	115
6.1.7. Gestión de Recursos Humanos	118
6.1.8. Gestión de las Adquisiciones	118
6.1.9. Gestión de las Comunicaciones	118
7. CONCLUSIONES	120
8. RECOMENDACIONES	122
9. BIBLIOGRAFIA	123
ANEXO	

INDICE DE TABLAS

- Tabla 1-1. Clasificación de los tipos de centros asociados a turismo en salud
- Tabla 2-1. Llegada de viajeros extranjeros sin incluir puntos fronterizos ni crucero. Participación según nacionalidad Julio 2010
- Tabla 2-2. Llegada de viajeros extranjeros sin incluir puntos fronterizos ni crucero. Participación según ciudad de destino Julio 2010
- Tabla 2-3. Arribo de cruceros y pasajeros a Colombia Julio y acumulado enero-julio (2009-2010)
- Tabla 2-4. Proyecciones del número de tratamiento para usuarios locales al año
- Tabla 2-5. Resultado encuesta hoteles
- Tabla 2-6. Cálculo de la demanda de turistas nacionales y extranjeros
- Tabla 2-7. Cálculo de la demanda total
- Tabla 2-8. Inventario de atractivos turístico Categoría I
- Tabla 2-9. Inventario de atractivos turístico Categoría II
- Tabla 2-10. Inventario de atractivos turístico Categoría III
- Tabla 2-11. Capacidad de la infraestructura física
- Tabla 2-12. Infraestructura física necesaria
- Tabla 3-1. Valoración del área de influencia
- Tabla 3-2. Sensibilidad socioeconómica
- Tabla 3-3. Matriz de interacciones
- Tabla 3-4. Matriz de valoración de impactos ambientales con el método de Leopold
- Tabla 3-5. Plan de manejo ambiental
- Tabla 3-6. Matriz de impacto económico
- Tabla 3-7. Cálculo del precio cuenta de insumo
- Tabla 3-8. Flujo económico
- Tabla 3-9. Inversión Fija
- Tabla 3-10. Inversión preoperativa
- Tabla 3-11. Inversión en el capital de trabajo
- Tabla 3-12. Inversión Total
- Tabla 3-13. Ingresos totales
- Tabla 3-14. Costos

- Tabla 3-15. Gastos
- Tabla 3-16. Depreciación de edificios
- Tabla 3-17. Depreciación equipo de computo
- Tabla 3-18. Depreciación de muebles y enseres
- Tabla 3-19. Amortización del capital preoperativo
- Tabla 3-20. Total depreciación y amortización anual
- Tabla 3-21. Proyección de deuda
- Tabla 3-22. Flujo de cada del proyecto
- Tabla 4-1. Cursograma analítico
- Tabla 4-2. Identificación de riesgos
- Tabla 4-3. Definición de escalas de probabilidad e impacto
- Tabla 4-4. Niveles de aceptabilidad del riesgo
- Tabla 4-5. Niveles de aceptabilidad del riesgo (Descripción)
- Tabla 4-6. Valoración de riesgos
- Tabla 4-7. Plan de respuesta a riesgos

INDICE DE GRAFICAS

- Grafica 2-1. Llegada de viajeros extranjeros sin incluir puntos fronterizos y cruceros Enero-Junio (2009-2010*)
- Grafica 2-2. Llegada de viajeros extranjeros sin incluir puntos fronterizos y cruceros. Participación según nacionalidad Julio 2010
- Grafica 2-3. Llegada de viajeros extranjeros sin incluir puntos fronterizos y cruceros. Participación según destino Julio 2010
- Grafica 2-4. Logo del proyecto
- Grafica 2-5. Macrolocalización de proyecto
- Grafica 2-6. Vías de acceso al lote del proyecto
- Grafica 2-7. Vías de acceso al lote del proyecto (2)
- Grafica 2-8. Vista satelital del lote del proyecto
- Grafica 2-9. Playa cercana al lote del proyecto
- Grafica 2-10. Vías de acceso con el lote del proyecto
- Grafica 2-11. Tecnología y equipamiento expulsivos de hidrotor
- Grafica 2-12. Bomba de calor de 125 m³: 88x88x94 cm
- Grafica 2-13. Filtro de arena
- Grafica 2-14. Depurador
- Grafica 2-15. Organigrama de proyecto
- Grafica 3-1. Análisis de insumos para evaluación económica
- Grafica 3-2. Análisis de outputs para evaluación económica
- Grafica 3-3. Valoración de impactos (aumento de la producción nacional)
- Grafica 3-4. Valoración de impactos (aumento de importaciones)
- Grafica 3-5. Valoración de impacto para usuarios locales
- Grafica 3-6. Valoración de impacto para turistas nacionales y extranjeros
- Grafica 4-1. Diagrama de Flujo del servicio

INDICE DE ABREVIATURAS

WBS	Work Breakdown Structure o Estructura de Desglose del Trabajo
JCI	Joint Commission International
OECD	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
OMT	Organización Mundial del Turismo
PMI	Project Management Institute
DAS	Departamento Administrativo de Seguridad
CARDIQUE	Corporación Autónoma Regional del Canal de Dique
PMA	Plan de Manejo Ambiental
CMgE	Costo Marginal Económico
DAP	Disponibilidad a Pagar

LISTAS DE ANEXOS

- ANEXO 1 FORMATO DE ENCUESTA PARA USUARIOS LOCALES
- ANEXO 2 FORMATO DE ENCUESTA PARA PRODUCTOS TURÍSTICO
ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A
- ANEXO 3 USUARIOS LOCALES
- ANEXO 4 PLANO DE GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT
- ANEXO 5 FORMATOS PLAN DE GESTIÓN DEL PROYECTO

1. INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según datos de Consejo Nacional de Política Económica y Social de Planeación Nacional, el turismo se ha convertido en un indicador del nivel de vida de la sociedad y una importante fuente de ingresos en Colombia. En esta actividad se ha generado una intensa competencia internacional por capturar la mayor afluencia de turistas dados los efectos positivos que el sector tiene sobre el crecimiento económico. Por tal motivo el país han adoptado estrategias de desarrollo de la actividad mediante la potencialización de sus ventajas competitivas, el posicionamiento de la marca país (Colombia es Pasión), y la generación de las condiciones institucionales y de infraestructura física necesarias para su desarrollo.

El turismo es reconocido como un motor de crecimiento regional. Es así como una vez esta actividad se consolida en una región o en una localidad, se modifican las actividades económicas, cambia la actitud frente al manejo de los recursos naturales, se transforma la visión de las actuaciones culturales y se modifican las actitudes frente a otras culturas y a otras formas de ver el mundo.

La política de turismo en Colombia se ha orientado principalmente al fortalecimiento de la competitividad de los diversos productos y destinos turísticos nacionales. Las políticas y planes, contemplados en la Ley 300 de 1996 -Ley de Turismo-, se han dirigido a realizar acciones en materia del mejoramiento de la competitividad de los productos y destinos turísticos y al desarrollo de políticas de promoción y mercadeo a nivel nacional.

No obstante, para avanzar en términos de competitividad es necesario ahondar esfuerzos en el desarrollo de proyectos turístico en zonas poco explotadas para este fin, pero con amplios potencias y ventajas naturales, siendo estos proyectos nuevas fuentes de empleo para los habitantes de estas zonas e impulsores del desarrollo local.

El desarrollo del turismo, se considera como una de las apuestas productivas a que le apuntan las políticas para el desarrollo de Cartagena y la Región, lo cual quedó

consignado en el Plan de Competitividad a 2033, siendo la meta, convertir a la ciudad en el primer destino turístico de Colombia y uno de mayor atractivo del Caribe. De acuerdo a esto el Gobierno pretende fortalecer el reconocimiento de la riqueza histórica y cultural, así como desarrollar el turismo en salud, considerando este último como uno de los avances turísticos y culturales en que debe ahondar esfuerzos.

Dentro de las posibilidades de este campo, el Ministerio le apunta a la consolidación de servicios de bienestar como una de las categorías de turismo con mayores ingresos para el país en la medida en que se invierta en la construcción y adecuación de establecimientos como spa y centros de estética¹. A cifras de 2008 se estima que el turismo de salud generó dividendos de hasta 25 mil millones de dólares a nivel mundial, y Colombia es uno de los países que cuenta con una buena aceptación para realizarlo. Las personas que se encuentran en países industrializados encuentran que los servicios de salud son cada vez más costosos, lo que hace que busquen otros destinos².

Actualmente el porcentaje para el turismo de salud en Colombia con respecto al turismo en general es realmente bajo (2,2% del total de turistas). Sin embargo, el potencial para aumentar ese porcentaje es alto, es por esto que existe un plan de fortalecimiento de la industria que pretende poner a Colombia como un país líder y reconocido a nivel mundial en turismo de salud.

Por lo tanto, ante la fortaleza que pueda ganar el sector y a la espera de que las instituciones prestadoras de salud comiencen a obtener la acreditación JCI (Joint Commission International), ya se vienen planificando por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, alianzas entre los sectores de salud y turismo para crear paquetes que incluyan los tratamientos médicos, hospedaje, alimentación, traslados y recorridos turísticos posibles, de acuerdo con la complejidad de los tratamientos. Paralelamente a los cálculos de crecimiento del turismo de salud, Colombia espera contar en poco tiempo con entidades que presten servicios de salud y de bienestar que en calidad estén a la altura de los hoteles cinco estrellas; todo ello abrirá más atractivos para el sector y oportunidades en el entorno para nuevos proyectos y empresas conexas con él.

¹ Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

² Fuente: www.proexport.com

En general el Gobierno local ha diseñado distintas estrategias con el fin de impulsar el sector turismo, dentro de las más destacadas se encuentra la conformación de la zona franca turística; el Programa de Emprendimiento Cultural, desarrollado por la Cámara de Comercio de Cartagena en convenio con el Banco Interamericano para el Desarrollo (BID); la consolidación de la marca de ciudad; la elaboración de la Guía Náutica por la Corporación Turística de Cartagena, entre otras.

Hoy, la zona norte de Cartagena es uno de los principales polos de desarrollo turístico del país y posee múltiples escenarios naturales para el ecoturismo marino y salud en nuestro país (lagunas costeras, como la laguna del totumo, el prieto y la redonda, las salinas marítimas de Galerazamba, el volcán de lodos diapíricos del totumo, y reductos de bosque seco tropical con su fauna endémica asociada, ecosistemas de manglar, excelente seguridad y vías de acceso).

El Municipio de Santa Catalina de Alejandría está ubicado al norte del departamento de Bolívar y al norte del país frente al Mar Caribe, cuenta con zonas costeras, como las playas de Galerazamba, pueblo nuevo y loma de arena, con la zona agroindustrial minera y acuícola, con el complejo hidrológico del embalse el totumo, las ciénagas de la redonda y el prieto, la zona de despensa agrícola, forestal y pecuaria y la zona de conservación natural; adicionalmente está cercana a PARQUE NATURAL MUNICIPAL “EL TOTUMO”, principal atractivo turístico de la región.

Pese a todas estas fortalezas, las cuales coinciden con las características esenciales del plan de competitividad de la Cartagena y la Región, es poco el desarrollo de la zona, lo que hace necesario diseñar estrategias que impulsen y promuevan proyectos turísticos que incluyan atractivos locales y que asegure que los residentes locales vean al turismo como una alternativa real para el mejoramiento de sus condiciones de vida.

En este orden de ideas ¿es viable la creación de una empresa en Galerazamba enfocada al turismo en salud, que utilice los recursos naturales, potencie el capital humano de la Región y contribuya a su desarrollo económico y social?

1.2. JUSTIFICACIÓN

GALERAZAMBA MARINE SPA& RESORT, será un spa marino basado en la TASALOTERAPIA, ciencia milenaria que utiliza el agua de mar con fines terapéutico, el cual pretende convertirse en un lugar de descanso, lleno de actividades deportivas, lúdicas, terapéuticas, cosméticas, de relax y conocer más profundamente sobre los ecosistemas costeros, como fuente natural de salud y longevidad además de disfrutar del primer SPA marino de la Costa Atlántica, también conocer de las culturas precolombinas, su historia reciente y los atractivos naturales únicos en Colombia y en el mundo, que se encuentran alrededor del proyecto.

Este es un proyecto turístico que se basa en tres principios fundamentales: Ecodesarrollo, Desarrollo Sostenible y Turismo Sostenible, los cuales buscan finalmente lograr el crecimiento de manera tal que no agote el medio ambiente natural y construido y preservar la cultura de la comunidad local mediante la ordenación sostenible de los recursos. Se proyecta consolidar como un atractivo turístico importante que impulse la región a nivel nacional e internacional atrayendo gran cantidad de turistas, generando economías externas que contribuyan a la generación de ingresos y al mejoramiento de la calidad de vida en la Región.

Se desarrolla dentro de la industria emergente, denominada Turismo en Salud, actividad del sector, mediante la cual, hoy en día, muchas personas en el mundo viajan de su lugar de origen a otros países para someterse a tratamientos médicos y, al mismo tiempo, conocer los atractivos turísticos de las naciones visitadas.

Esta clase de turismo se enfoca a ese grupo de personas que se desplazan interesados en disfrutar de lugares donde encuentren diversiones sanas, educacionales y recreativas y a la vez cuidan su salud. Los turistas van en busca de climas y ecosistemas que sean benéficos para su salud y que en su lugar de residencia no lo disfrutaban, convirtiéndose en una forma de resolver problemas que genera la vida cotidiana como estrés, neurosis, obesidad, entre otras, en lugares agradables y especializados en ellos.

En este sentido y sin importar que este mercado del turismo en salud solo se encuentra en crecimiento, el potencial es muy amplio, gracias a la calidad de los profesionales de

la medicina, de un buen número de instituciones de salud y el inmenso inventario de lugares de interés, naturales y arquitectónicos, Colombia se proyecta como uno de los principales destinos en Latinoamérica en el producto de turismo de salud, por lo que este proyecto, es sumamente pertinentes y grandes proyecciones, puesto que es un mercado en crecimiento, estará ubicado estratégicamente con el fin de utilizar los recursos naturales que son la esencia del proyecto.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Desarrollar un estudio de prefactibilidad y formulación del plan de gestión para el diseño, construcción y comercialización del proyecto GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT en el municipio de Santa Catalina De Alejandría con el fin de contribuir al desarrollo económico y social de la región logrando un crecimiento sostenible sin agotar el medio ambiente natural y preservando la cultura de la comunidad local.

1.3.2. Objetivos específicos:

- Desarrollar un estudio de mercado que permita estimar la demanda existente y potencial y las exigencias de la misma, la aceptación del servicio y las estrategias de posicionamiento en el mercado, valorando las variabilidades del entorno y los factores críticos de competitividad.
- Elaborar el estudio técnico del proyecto para determinar las especificaciones de diseño, capacidad, localización, ingeniería, recursos físicos y tecnológicos requeridos para llevar a cabo el proyecto.
- Realizar el estudio organizacional del proyecto con el fin de definir aspectos legales, la estructura organizacional y el planteamiento estratégico organizacional acorde a las necesidades con las actividades a desarrollar para concretar los entregables del proyecto.

- Realizar un estudio ambiental con el fin de identificar los posibles impactos derivados de la construcción del proyecto, así como elaborar el plan de manejo ambiental.
- Estructurar la evaluación económica y social mediante técnicas para valorar los costos, beneficios y utilidad social del proyecto
- Realizar la evaluación financiera que permita analizar la viabilidad y la rentabilidad del proyecto GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT.
- Realizar el Plan de Gestión del proyecto, con el fin de planificar los procesos necesarios para la Gerencia eficiente del mismo.

2. MARCO TEORIO

El turismo se ha abordado desde dos puntos de vista, uno eminentemente social y otro como motor de desarrollo económico. El primer punto de vista, el turismo desde una concepción social (Ortuño Martínez 1966; Fernández Fuster 1978; De la Torre 1981), fue presentado como un fenómeno masivo, entendido como un hecho social que tenía causas y efectos identificables que se podían medir. Como hecho social, el turismo ha tendido a ser analizado de manera cuantitativa, considerando necesario este tratamiento en la medición de su magnitud y la construcción de su datación. En un tratamiento más cualitativo, autores como Krippendorff (citado por Álvarez Sousa 1994:60), Jafari (1994), Urry (2002) y Álvarez Sousa (1994) entre otros, han desarrollado estudios del turismo como una acción social derivada del ocio. Concebirlo como una acción que se desprende del ocio ha permitido estudiar tanto las actividades externas que expresan su comportamiento (movilización, utilización de servicios, impactos) como las condiciones de su contexto socioeconómico (desarrollo económico, político y cultural), así como sus intencionalidades subjetivas y simbólicas.

El turismo se ha ido revelando en multitud de áreas geográficas como motor importante del desarrollo económico debido a lo que se ha dado en denominar el efecto multiplicador del gasto turístico, que ha sido estudiado ampliamente desde el punto de vista macroeconómico³.

Por otras parte, un lugar común frecuente en la teoría turística es la consideración de la actividad turística como un gran agente transformador de la realidad territorial donde se llevan a cabo tales actividades, dados los impactos, positivos y negativos que el turismo produce en los campos económico, social y medioambiental (Butler, 1974 y 1975; Pearce, 1988; Picornell, 1995; Murphy, 1983; Mathieson y Wall, 1982).

Es innegable la importancia en torno a la capacidad inductora del turismo de cara a la generación de renta y, en este sentido, de su contribución al crecimiento del PIB, ni por tanto de rol como catalizador económico o dinamizador económico del territorio. Rol de capital importancia en contextos económicos y espaciales de subdesarrollo estructural.

³ Numerosos autores han trabajado sobre este tema. Destacamos los trabajos de Archer (1977) y Bull (1994, 1996).

Así mismo el turismo como tal “exportación invisible” puede significar una elección productiva más “inteligente” que las tradicionales materias primas por cuanto que no existen hasta el momento presente restricciones de acceso a los mercados de emisión de demanda (cuotas, aranceles, precios fijados etc.). Resulta igualmente reconocida la capacidad de inducción infraestructural del turismo, la generación de empleo, la inducción a la equidistribución, etc.

Sin embargo no es menos reconocida, o cuando menos así se infiere de la evidencia empírica la existencia de costes de oportunidad (Crosby, 1994) poco valorados, derivados de la incompatibilidad de usos, dado el carácter limitado de los recursos (naturales, sociales o culturales) que una asignación apresurada puede provocar. Asimismo, resulta notorio que las oscilaciones “naturales” de la demanda turística, volátil por naturaleza y de extrema elasticidad a las alteraciones en los precios del producto turístico, al influjo de las modas y a una amplia gama de factores externos. Tales fluctuaciones pueden provocar, a su vez, flexiones de la economía local si ésta es dependiente en gran manera de los consumos turísticos.

En la dimensión sociológica, el impacto socioantropológico dependerá en gran medida del tipo de relaciones que se establezca entre la comunidad residente y el flujo turístico (Butler y Pearce, 1995). Normalmente, la intensidad del impacto se verá afectada por factores como el perfil del turista, la temporalidad de su estancia y el nivel de contacto entre los foráneos y nativos, no es necesario una relación intensa entre foráneos e indígenas para que se comiencen a producirse impactos de relieve, traducidos como cambios en las actitudes, comportamientos y valores de la población autóctona (Butler, 1978) basta con la mera presencia de los turistas (nacionales y extranjeros) para que se active el “efecto demostración”.

Es clara la influencia “positiva” del fenómeno turístico en aspectos relativos a la calidad de vida de la población local, dado el incremento de las dotaciones infraestructurales, de equipamientos y de servicios, adecuación del espacio físico a fines de uso turístico (rehabilitación del patrimonio histórico artístico, ambiental, etc.) que a favor del flujo turístico también van a ser compartidas por la población residente.

2.1. La evolución conceptual del turismo

El impacto “global” del turismo sobre el contexto territorial ha supuesto la vinculación en la segunda mitad del siglo XX del componente “Turismo” al corpus del “Desarrollo Económico”, resultando de general aceptación que el Turismo, por el conjunto de efectos, fundamentalmente económicos que origina, sea considerado como una herramienta de Desarrollo Económico (Rey Graña, 1998).

De hecho, se constata, en las últimas décadas, la generación de una suerte de consenso en la conceptualización del Turismo, y del turismo sostenible, como instrumento de desarrollo de la periferia mundial (WTO, 1997, 2002; OCDE 1994 y 1997; UNCTAD 1986) proceso que ha culminado en la denominada “The Canary Island Declaration“ de 29 de Marzo de 2001, (UNCTAD & WTO, 2001), documento donde se acentúa el rol del turismo sostenible como “motor de desarrollo” más idóneo para los países y áreas de menor desarrollo, en particular los denominados, según la terminología anglosajona, “Least developed Countries”, es decir, los países menos desarrollados o si, se quiere los pobres de los pobres.

Por ello, no resulta extraño que en la actualidad los países subdesarrollados y las áreas periféricas concedan prioridad al fenómeno turístico como actividad productiva. El turismo desempeña en tales localizaciones un rol decisivo en el desarrollo económico, constituyendo una actividad motriz y diversificadora, generadora de empleo y de exportación, muy importante sino decisiva, en su estructura económica. Igualmente, a partir de la crisis económica de los 80, la actividad turística en los países desarrollados se ha considerado como revitalizadora, particularmente para áreas en declive, zonas atrasadas y como generadora de empleo (Morand, E, 1994).

Este protagonismo actual del Turismo contrasta con la escasa atención que tradicionalmente (y hasta bien entrados los 80) recibió el turismo desde el punto de vista de la investigación científica. Debiendo vencer las resistencias y las consideraciones peyorativas que la actividad turística tuvo en sus orígenes; conceptualizaciones negativistas del turismo como tal actividad económica, derivadas fundamentalmente de la perspectiva de coyunturalidad, volatilidad y vulnerabilidad inherentes al fenómeno turístico (Oficina de Coordinación, 1963) y en la consideración del turismo como una

vulgar “materia prima”, recurso primario, una suerte de oro blanco de fácil explotación y rápidos beneficios, destinados a cubrir coyunturalmente los déficits de las balanzas comercial y de pagos, y muy especialmente a ayudar a financiar o a cubrir las necesidades perentorias de financiación inherentes a las etapas de salida del subdesarrollo estructural de los países y territorios. (Calderón Vazquez, 2007)

En Colombia, el turismo es el sector más dinámico de la economía actual después del petróleo y el carbón, representando en Colombia el 2% del PIB y un 12% del PIB a nivel mundial.

Asimismo, el Ministerio de Comercio ha dado a conocer los datos referentes al turismo durante estos últimos años, que demuestran que en los últimos tres años Colombia ha vivido un crecimiento del 28,62% en la llegada de turistas. Durante el primer cuatrimestre han llegado 382.000 personas, factor que lleva a pensar que se cumplan las metas de unos cuatro millones de viajeros hacia el 2010.

De acuerdo a lo anterior, podemos decir que el turismo es una fuente de desarrollo económico y social y uno de los factores de competitividad del País. Esto hace que el estudio de competitividad se haga realmente importante, en un entorno cada vez más globalizado, en donde el incremento del número de destinos turísticos ocasiona obstáculos para competir a nivel mundial.

El concepto de competitividad se ha derivado del enfoque tradicional de la ventaja comparativa (relacionada con la dotación de recursos del destino turístico, tales como, el clima, el paisaje, la riqueza cultural, y la distancia a los países emisores), hacia un enfoque basado en la ventaja competitiva determinada por un conjunto de factores que van desde los niveles de precio a la estructura del sector turístico, la gestión de sus empresas y las características del entorno en la que operan. La OCDE (1994) define “competitividad” como el grado en que una nación puede, bajo condiciones de mercado libres y equitativas, producir bienes y servicios que superan las pruebas de mercado internacionales, manteniendo y aumentando, simultáneamente, los ingresos reales de sus habitantes a mediano y a largo plazo.

Desde la microeconomía, la competitividad se concibe como un fenómeno eminentemente empresarial, relacionándose con su comportamiento en el mercado en el

que opera. De esta forma según Michael Porter (1990), la competitividad de toda nación tiene su origen en un nivel microeconómico, es decir, la competitividad de una nación es la suma de la competitividad de sus empresas individuales consideradas.

En el ámbito de la investigación turística, la competitividad de los destinos turísticos se puede definir como la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor agregado que permita sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores (Hassan, 2000).

También se puede definir como lo hizo Ritchie y Crouch (2000), como “la capacidad de un país para crear valor agregado e incrementar de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social.

En el marco del desarrollo del estudio de este proyecto y siguiendo estos conceptos, la competitividad es concebida como la capacidad de las empresas de generar y mantener beneficios en ambientes cambiantes. El valor agregado y la diferenciación aparecerán a partir de las diferentes estrategias que se adopten en la investigación y diseño de los productos y destinos turísticos, la capacitación del recurso humano y el conocimiento del grado de satisfacción de los clientes.

2.2. El turismo en Colombia

Con la creación del servicio oficial de turismo en 1931, Colombia le ha apostado al turismo, porque, al igual que tantas naciones, observó en esta industria los posibles efectos sobre el crecimiento económico. Pero es realmente a partir de 2002, que gracias a la política de seguridad democrática gubernamental, el sector comienza a reactivarse.

De la misma forma en que un país como Colombia no es ajeno a los impactos positivos del turismo, tampoco desconoce la influencia negativa de los diversos hechos que no le han permitido posicionarse como altamente competitivo en los mercados internacionales.

Entre esos hechos se pueden mencionar los más relevantes concluidos por los diferentes actores del sector en las regiones donde se han puesto en marcha los convenios de competitividad turística: insuficiente infraestructura (de servicios públicos y de transporte, vías, tecnologías, etc.); falta de capacitación educación y sensibilización;

problemas de orden público; desunión del sector empresarial; escasa promoción; discontinuidad de planes turísticos; desconocimiento, o no aplicación de políticas de turismo; deficiencias en la gestión pública para el sector y deficientes programas de calidad en el servicio; programas de financiación débiles⁴.

Colombia cuenta con una gran biodiversidad de atractivos naturales y culturales. Costas en el océano pacífico y en el atlántico, más de mil ríos, la montaña costera más alta del mundo, 53 áreas naturales (pertenecientes al sistema de parques nacionales) que representan el 9% del territorio nacional, cientos de lugares considerados bienes de interés cultural, entre muchos otros atractivos. Los mismos resumen toda la oferta turística del país en 7 productos: sol y playa; historia y cultura; agroturismo; ecoturismo; deportes y aventura; ferias y fiestas y ciudades capitales (este a su vez integra otros como compras, salud, congresos, convenciones e incentivos), y lo una nueva forma de turismo que se encuentra emergiendo, como es el Turismo en Salud.

El País reconoce en su política sectorial de turismo de 2005 (MCIT: 2005) cuyo objetivos principal es el fortalecimiento de la competitividad de sus productos turísticos, teniendo en cuenta que sus ventajas comparativas para atraer la exigente y creciente demanda mundial. Las siguientes son las estrategias en los que los diferentes agentes están centrando sus esfuerzos:

1. Fortalecimiento institucional necesario para el desarrollo de la actividad
2. Mejoramiento de la condiciones de seguridad para los viajeros
3. Establecimiento de una campaña agresiva y sostenible de promoción y mercadeo
4. Preparación de la oferta turística
5. Formación del recurso humano y sensibilización turística
6. Consolidación de un sistema de información turística que permita formular políticas de gobierno y el uso de tecnologías de la información y la comunicación.

⁴ SUCH DEVESA, Maria Jesús, Turismo y Crecimiento Económico: Un análisis empírico de Colombia. Universidad de Alcalá. 2009.

2.3. Política económica del turismo

Los siguientes son los principales antecedentes de política de desarrollo del turismo recientes en el país:

- 1996 ley 300, ley general de turismo
- 2000 formulación de convenios regionales de competitividad turística (herramienta de coordinación de acciones entre la nación y las diferentes entidades territoriales para superar obstáculos a la competitividad turística).
- 2002 creación programa caravanas turísticas, programa de promoción del turismo interno, organizado por la DITUR, en el que se invita a los colombianos a viajar masivamente por las carreteras del país; lo anterior como parte del programa de seguridad democrática del gobierno nacional
- 2006 creación del viceministerio de turismo (adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo), dándole al sector mayor participación en las decisiones que lo afectan directamente.
- 2006 ley 1101, reforma a la ley 300 de turismo. Se destinan mayores recursos para el sector.
- Incentivos a la inversión extranjera otorgando importantes beneficios fiscales
- Expedición de normas técnicas sectoriales que buscan establecer estándares de calidad en hoteles, agencias de viajes, guías, restaurantes, actividades de ecoturismo, etc.

En noviembre de 2007 se llevó en Cartagena la XVII Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo (OMT), evento que sirvió para conseguir dos importantes designaciones: la presidencia del OMT para las américas y la vicepresidencia del comité de presupuesto y finanzas de este organismo.

Debido a este tipo de eventos son cada vez más los países que pueden dar fe de que Colombia, pese a la imagen en el exterior y a las alertas a viajeros emitidas por algunos países, es un país seguro para el turismo.

La demanda turística ha alcanzado su madurez en los países tradicionalmente emisores de turistas al igual que muchos destinos turísticos están saturados. En respuesta a la nueva demanda que se produce ahora en regiones sensibles a la calidad y a la seguridad

están apareciendo nuevos destinos turísticos que ofrecen atracciones similares a la de los destinos tradicionales. La clave está en la competencia internacional por los ingresos turísticos. Las personas que viajan con fines recreativos o de negocios son más exigentes, mientras que los viajeros experimentados y de más edad son los que originan la demanda caracterizada por la asiduidad. De ello se deduce que los destinos compiten no solo por motivos de precios, sino que también se ven obligados a destacar por la calidad de su producto y a ofrecer al consumidor la relación calidad/precio más atractivo.

Específicamente en Bolívar, dentro del marco del desarrollo del Plan Regional de Competitividad 2008 -2032, se pretenden potencializar las ventajas competitivas que tiene el departamento, la economía del departamento está caracterizada por la prestación de servicios, especialmente de turismo y comercio, seguida de la industria. En Cartagena es donde concentra la mayor proporción de las actividades turísticas, teniendo una participación del 40% del total de turistas que llegan al País.

De acuerdo a lo anterior, el turismo en Bolívar se encuentra concentrado principalmente en Cartagena, centro histórico nacional y Patrimonio Cultural de la Humanidad. Es uno de los lugares más visitado y apetecido de Colombia, y donde se presentan las condiciones propicias para realizar negocios e invertir, posicionándose como la tercera ciudad, después de Bogotá (64,3%) y San Andrés (61,4%) con la mayor ocupación hotelera del país con un índice del 60,7% para 2008⁵, cifra inferior a la del año anterior.

Aunque Cartagena recoge la mayor parte del turismo de Bolívar, otros municipios del departamento también se caracterizan por presentar actividad turística aunque en poca medida, pero con grandes atractivos para los turistas tanto nacionales como extranjeros, por ejemplo, en donde ubicará el presente proyecto.

El objetivo en términos de turismo dentro del Plan Regional de Competitividad es “convertir a Cartagena como el líder en la oferta de productos turísticos en Colombia y el Caribe, y epicentro del turismo regional en el departamento de Bolívar y la región Caribe colombiana”, propone consolidarse como el principal receptor de turistas

⁵ López, Luis, Sáenz y Morelos. Análisis del comportamiento del comercio exterior de Bolívar 2008.

internacionales en el país, incrementando en 10 % anual el nivel de ingresos por turismo. Su principal diferenciador será la identidad cultural y la diversidad de atractivos, la constante innovación, calidad en los servicios, la armonía del entorno, el respeto al medio ambiente y la calidad de vida para los ciudadanos.

Dentro de las estrategias del Plan para el desarrollo del Sector están:

1. Fortalecer los productos turísticos en los segmentos ya posicionados (cultural, convenciones, sol y playa, cruceros) y desarrollar nuevos productos turísticos que los complementen y hagan de la región una oferta en la que converjan y se satisfagan las necesidades de la heterogeneidad de nuestros visitantes (ferias, salud, ecoturismo, etnocultural y turismo náutico).
2. Ampliar la conectividad turística de Cartagena.
3. Mejorar y ampliar la infraestructura turística y urbanística de Cartagena, Mompox, San Jacinto, Palenque y demás centros turísticos del departamento.
4. Flexibilización y cumplimiento de aspectos normativos.
5. Y otras estrategias complementarias.

Dentro de la primera estrategia se encuentra la Consolidación del turismo de salud, especialmente de cirugías estéticas articuladas con servicios hoteleros y turísticos en Cartagena y en zonas francas del Departamento. Este es último es el subsector en el que se desarrolla el proyecto del diseño, construcción y comercialización del proyecto GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT.

2.4. Turismo en salud y la talasoterapia

La actividad turística es multidimensional y multifacética (Coopers y Cols., 1997). Y en los últimos años han adquirido un protagonismo especial los servicios relacionados con la salud. En este sentido, se ha desarrollado un producto que gira en torno a un elemento esencial, el agua, aunque cuenta también con otros parámetros importantes (variación de temperatura, algas, ejercicio físico, terapias manuales, etc.). Dentro de este desarrollo de turismo de salud, existen cuatro tipos de instalaciones (balnearios, spas, talasoterapias y centros termales) más o menos estandarizadas que se diferencian en función de la utilización del agua, de las terapias que realizan o de los equipamientos que utilizan.

El ser humano parece haber descubierto que la fórmula para conservar su salud integral y su vitalidad generalmente no proviene del exterior, sino de sus propias actitudes frente a la vida. En busca del equilibrio interno, deviene entonces la necesidad de gozar de un descanso reparador del cuerpo, la mente y el espíritu.

Es así, que las demandas dan espacio a una oferta de servicios de turismo y salud donde convergen relacionados los beneficios curativos y preventivos, una adecuada infraestructura, una prestación profesional médica y, sobre todo, la permanencia en un entorno de aire y naturaleza vírgenes en medio de un clima restaurador beneficioso, donde sea posible recuperar energías. Esta circunstancia hace que muchas personas se trasladen, llegando a conformar corrientes turísticas que constituyen lo denominado “*Turismo en Salud*”.

Este concepto concibe balnearios, spas, talasoterapias y centros termales no sólo como un centro curativo, sino también preventivo y un lugar idóneo para el ocio y el esparcimiento, acorde con los parámetros de mejora de calidad de vida que impera hoy en día.

Pero esta tendencia está cambiando, tanto las necesidades de este sector económico como los gustos de los clientes están en plena diversificación. El auge de las actividades y servicios de ocio se unen, gracias al incremento de la cultura de nuestros clientes, a un mayor interés por la denominada “calidad de vida”. Dentro de este último aspecto, el mercado del turismo en salud parece haber captado las amplias posibilidades que el mismo tiene en todos los destinos turísticos competitivos.

En este sentido Galerazamba podría ser un destino ideal para desarrollar negocios relacionados con el turismo en salud como producto complementario y alternativo a una oferta turística que comienza a ser insuficiente para un público cada vez más exigente.

Se considera que el Turismo en Salud contiene varias expresiones, entre las que podemos destacar a las terapéuticas antiestrés, termalismo, talasoterapia, medicina natural, fangoterapia, procedimientos de rejuvenecimiento y belleza, rehabilitación física, reducción de peso, trastornos de la alimentación, celuloterapia, etc. Por lo tanto, el “Turismo en Salud”, abarca aparentemente una variedad grande, pero con cierto rigor, podríamos, en una primera aproximación, limitarlo a los Centros o Estaciones Termales o Balnearios, Talasoterapia, Spa y Spa Termal (Melgosa, 2000a).

A continuación se presenta una tabla en donde se presentan los recursos, productos y servicios asociados a cada tipo de centro:

Tabla 1-1. Clasificación de los tipos de centros asociados al turismo en salud

Tipos de centros	Recursos empleados	Productos específicos	Servicios básicos
1. Centros Termales (Termas), Balnearios, Hoteles termales, Centros de Salud, Centros Termolúdicos	Aguas minero-medicinales, peloides o lodos. Temperatura natural de las aguas o calor.	Turismo de Salud: Profilaxis, prevención, alivio de dolencias y enfermedades, curas varias.	- Balneoterapia: En bañeras individuales, colectivas o piscinas. - Fangoterapia: parcial o total. - Tratamiento hidropínico: Uso Interno. - Electroterapia, acupuntura, etc. - Inhalaciones, irrigaciones, etc.
2. Centros de Talasoterapia	Agua de mar, clima marino, microalgas y macroalgas de origen marino.	Turismo de Salud + Vacaciones de Salud: Para personas sanas y con determinadas dolencias. Elevación de calidad de vida + Profilaxis y prevención.	-Balneoterapia: En bañeras individuales, colectivas o piscinas. -Algaterapia: facial, local, completa. - Cocina dietética. Fitness. - Tratamientos antiestrés. - Tratamientos contra la obesidad. - Ejercicios, yoga, y otros. - Campo de golf.
3. Centros SPA	Aguas potables, aguas minerales artificiales, peloides y arcilla (cosmética/ belleza).	Vacaciones de Salud: Elevación de calidad de vida para personas sanas (100%).	-Tratamientos de belleza. (Cosmiatría). - Tratamientos contra la celulitis. - Fitness. - Tratamientos antiestrés. - Tratamientos contra la obesidad. - Ejercicios, yoga, y otros. - Aromaterapia - Campo de golf. - Sauna, baños de vapor.
4. Centros combinados: - SPA-Thalasso - Termal-SPA - Termal Thalasso	Mixtos.	Es la mejor opción.	Mixtos: 1+2, 1+3 y 2+3

Fuente: Autores del Proyecto

Como se muestra en la tabla anterior para cada tipo de centro existe un producto específico, además existen diferencias básicas en la arquitectura de las instalaciones y

los servicios a ofertar, entre otros. En la actualidad mundial la tendencia se encamina hacia la apertura los centros mixtos (Carreño., 2008), es decir, una instalación donde se combina la elevación de la calidad de vida con la prevención, la profilaxis y el alivio de dolencias, bajo la fórmula comercial o de marketing de *salud, belleza, elevación de calidad de vida y recreación*.

En los últimos años se ha presentado un auge de los centros mixtos que combinan la talasoterapia con otros servicios propios de la salud que tiene su esencia en el uso de agua de mar como fuente de energía vitalidad, limpieza hídrica y tonificación muscular. La talasoterapia se comienza a utilizar por médicos franceses a mediados del siglo xix y según la Federación Internacional Mer et Sante, la talasoterapia se entiende por: “En una ubicación privilegiada, la talasoterapia es la utilización simultánea, bajo supervisión médica y con un objetivo preventivo o curativo, de los beneficios del medio marino que comprenden, el clima marino, el agua de mar, los barros marinos, las algas y otras sustancias extraídas del mar” (Farnos de los Santos, 2003).

Esta misma federación, que agrupa a la mayor parte de las termas marinas francesas, es el único organismo que ha definido los requisitos que debería cumplir cualquier centro de talasoterapia (Valenzuela, 1994):

- **Proximidad inmediata al mar**, fijando una distancia máxima de distancia al mar para la ubicación del centro de 1000 m.
- **Agua de mar natural**: Toma de agua a una distancia y profundidad determinada (700 m y 9 m respectivamente) y realización de controles periódicos de la calidad de las aguas.
- **Correcto estado de las instalaciones**, donde se priman la funcionalidad, adecuación e higiene de las mismas, siendo el lujo de las mismas un elemento no determinante, en absoluto.
- **Supervisión médica**, de todos los curistas con control de entrada y de salida y con control constante de la correcta realización de los tratamientos.
- **Personal cualificado**: El personal que aplica tanto las técnicas de hidroterapia, como las técnicas complementarias debe estar perfectamente cualificado, siendo siempre profesionales titulados, fisioterapeutas, hidroterapeutas, técnicos sanitarios.

En este orden de ideas, los diferentes tipos de centros que conforman el llamado turismo en salud están situados normalmente en parajes de singular belleza y son enclaves de tranquilidad en medio del estrés en que vivimos. Sin embargo, es necesaria su adaptación a la realidad actual para poder penetrar en un mercado cada vez más competitivo, adecuando las instalaciones, mejorando sus servicios, ofreciendo nuevos incentivos y actualizando los sistemas de gestión, promoción y comercialización, fundamentales para incrementar la clientela tradicional y captar la nueva demanda.

Por último, lo que se pretende con el desarrollo de este proyecto, es a partir del análisis general del turismo en salud, y de los estudios realizados, generar una estrategia de actuación para transformar a Galerazamba en un destino competitivo en el sector de los servicios de turismo en salud.

Este proyecto plantea crear un centro mixto prestador de servicios de turismo en salud, será un **SPA-Thalasso**, pero basado principalmente en la práctica de la Talasoterapia con fines terapéuticos, que dinamice la economía de la Región.

2.5. El enfoque de la gerencia de proyectos

Como fue planteado en los objetivos del presente trabajo, se hace necesario realizar todos los estudios para determinar la viabilidad técnica, ambiental, económica, financiera y social del proyecto, así como desarrollar el plan para la gerencia del mismo.

Este plan de gestión se realizará bajo la metodología del Project Management Institute (PMI), la cual fundamenta la dirección de proyecto bajo la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades del proyecto para cumplir con los requisitos del mismo. Esto se logra mediante la aplicación de 42 procesos agrupados en 5 grupos de procesos: iniciación, planificación, ejecución, seguimiento y control y cierre, y teniendo en cuenta los requisitos, las necesidades, expectativas de los interesados y el equilibrio entre restricciones contrapuestas como alcance, calidad, cronograma, presupuesto, recursos y riesgos asociados.

Los grupos de procesos de la dirección se vinculan entre sí a través de los resultados que producen y rara vez son eventos diferenciados o únicos; son actividades superpuestas que tienen lugar a lo largo de todo un proyecto. La salida de un proceso normalmente se convierte en la entrada para otro proceso o es un entregable del proyecto.

A continuación se describen estos 5 grupos de procesos establecidos por el Project Management Institute (PMI):

- GRUPO DE PROCESOS DE INICIACIÓN:

Los procesos de iniciación están compuestos por aquellos procesos realizados para definir el proyecto, mediante la obtención de la autorización para comenzar dicho proyecto. Aquí se define el alcance inicial, se comprometen los recursos financieros iniciales, se identifican a los interesados internos y externos y se selecciona a un director del proyecto, esta información se plasma en un acta de iniciación y registro de interesados.

- GRUPO DE PROCESOS DE PLANIFICACIÓN

Los procesos de planificación están compuestos por aquellos realizados para establecer el alcance total del esfuerzo, definir y refinar los objetivos, y desarrollar la línea de acción requerida para alcanzar dichos objetivos. Estos procesos desarrollan el plan para la dirección de este proyecto y sus documentos se utilizan para llevarlos a cabo.

El plan para la dirección de proyecto exploran todos los aspectos de alcance, tiempo, costo, calidad, comunicación, riesgos y adquisiciones.

- GRUPO DE PROCESOS DE EJECUCIÓN

Este grupo de procesos lo componen aquellos realizados para completar el trabajo definido en el plan para la dirección del proyecto a fin de cumplir con las especificaciones del mismo, implica coordinar personas y recursos, así como integrar y realizar las actividades del proyecto en conformidad con el plan para la dirección del proyecto.

- GRUPO DE PROCESOS DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Estos procesos están compuestos por aquellos requeridos para monitorear, analizar y regular el progreso y desempeño del proyecto, para identificar áreas en las que el plan requiera cambios y para iniciar los cambios correspondientes. El beneficio de este grupo de procesos radica en que el desempeño del proyecto se observa y se mide de manera sistemática y regular, a fin de identificar variaciones respecto del plan para la dirección de proyecto.

- GRUPO DE PROCESOS DE CIERRE

Está compuesto por aquellos procesos realizados para finalizar todas las actividades a través de todos los grupos de procesos de la dirección de proyectos, a fin de completar finalmente el proyecto. Estos procesos verifican que los procesos definidos se hayan completado dentro de todos los grupos de procesos a fin de cerrarlo y establecer formalmente que el proyecto ha finalizado.

Estos cinco grupos de procesos cuentan con dependencias bien definidas y normalmente se ejecutan en la misma secuencia. De la misma manera guardan una correspondencia los 42 procesos de la dirección de proyecto con los cinco grupos de procesos y las nueve áreas de conocimiento.

Estas nueve áreas mencionadas son:

- Gestión de la Integración: incluye los procesos y actividades necesarios para identificar, definir, combinar, unificar y coordinar los diversos procesos y actividades de la dirección de proyectos.
- Gestión del Alcance: incluye los necesarios para garantizar que el proyecto incluya todo el trabajo requerido para completarlo con éxito. Su objetivo principal es definir y controlar que se incluye en el proyecto.
- Gestión del Tiempo: incluye los procesos requeridos para gestionar la finalización del proyecto a tiempo
- Gestión de los Costos: incluye los procesos involucrados en estimar, presupuestar y controlar los costos de modo que se complete el proyecto dentro del presupuesto aprobado.
- Gestión de la Calidad: incluye los procesos y actividades que determinan responsabilidades, objetivos y políticas de calidad a fin de que el proyecto satisfaga las necesidades por las que fue emprendido. Implementa el sistema de gestión de calidad por medio de políticas y procedimientos, con actividades de mejora continua de los procesos llevados a cabo durante todo el proyecto, según corresponda.

- Gestión de los Recursos Humanos: incluye los procesos que organizan, gestionan y conducen el equipo del proyecto, el cual está conformado por aquellas personas a las que se les ha asignado algún tipo de rol o responsabilidad para completar el proyecto.

- Gestión de las Comunicaciones: incluye los procesos requerido para garantizar que la generación, la recopilación, la distribución, el almacenamiento, la recuperación y la disposición final de la información del proyecto sean adecuados y oportunos.

- Gestión de los Riesgos: incluye los procesos relacionados con llevar a cabo la planificación de la gestión, la identificación, el análisis, la planificación de respuesta a los riesgos, así como su seguimiento y control en el proyecto. Su objetivo es aumentar la probabilidad y el impacto de eventos positivos y disminuir la probabilidad y el impacto de eventos negativos para el proyecto.

- Gestión de la Adquisiciones: incluyen los procesos de compra o adquisición de los productos, servicios o resultados que es necesario obtener fuera del equipo del proyecto a fin de realizar el trabajo. Incluye la gestión de contratos y el control de cambios necesarios para desarrollar y administrar contratos u órdenes de compra emitidas por los miembros autorizados del equipo del proyecto.

En el presente trabajo se busca desarrollar el plan de gestión del proyecto, utilizando esta metodología, reconocida y generalmente aceptada en el mundo de los proyecto.

3. MARCO METODOLÓGICO

El tipo de investigación que se pretende desarrollar es de tipo descriptiva, debido a que muestra las características y variables del proyecto sus fases a desarrollar y fenómenos que se presenten.

Se desarrollarán diversas actividades, con el fin de realizar la consecución de los objetivos planteados.

Para la realización del estudio de mercado, se utilizó la investigación descriptiva, con el fin de recopilar información primaria y así obtener características de los posibles demandantes del servicio, y determinar las percepciones que éste tiene del proyecto que se va a ofrecer; en esta investigación se implementaron métodos formales y bien estructurados para obtener datos precisos, la herramienta utilizada fueron encuestas.

Dichas encuestas fueron realizadas a dos poblaciones diferentes, por lo cual se diseñaron dos tipos de ellas; en primera instancia una para los hoteles de Cartagena, con el fin de identificar cuáles de ellos están dispuestos a establecer algún tipo de convenios para la prestación de servicios relacionados con el turismo en salud y determinar una demanda potencias de aquellos turistas que llegan a Cartagena y que pueden ser llevado, con algún tipo de plan o paquete turísticos a realizarse este tipo de tratamientos.

Para ello se escogieron 6 hoteles al azar, 3 de ellos son hoteles de gran reconocimiento y prestigio. Los restantes son medianos hoteles pero con una proporción de clientes significativos.

En segunda instancia se realizó una segunda encuesta a los habitantes de Cartagena de los estratos 5 y 6, los cuales son las personas que tienen la capacidad adquisitiva o mayores preferencias para demandar este servicio.

Se realizó de igual forma, un benchmarking directo con los spa más reconocidos de Cartagena y con algunos de la ciudad de Bogotá, con el fin de identificar sus factores claves de éxito.

Por otra parte el planteamiento de las estrategias comerciales y demás temas relacionadas fueron realizadas con el apoyo de información documental, asesorías y conocimientos de propios del equipo de trabajo.

Para el desarrollo del estudio técnico, se utilizaron fuentes de información primarias, como la observación y las visitas de campo a los posibles lotes donde podría ubicarse el proyecto, utilizando el método del factor determinante, que este caso es la materia prima necesaria para la práctica de la talasoterapia. De acuerdo a lo anterior se realizó el análisis de la microlocalización y de la macrolocalización.

El tamaño del proyecto, se calculó teniendo en cuenta el estudio de mercado, tomando de allí la demanda potencial y su frecuencia, con el fin de determinar cuántos serían los usuarios diarios del spa y de esta forma estimar espacio necesario para su diseño.

En el análisis de las materias primas, se indagó de los permisos necesarios para la utilización del agua de mar para la prestación del servicio y la forma de adquisición de sales y otros productos necesarios.

En cuanto a la escogencia de la tecnología, se presentan las diferentes alternativas de tecnología para la operación del spa, teniendo los tres principios fundamentales de ecodesarrollo, desarrollo sostenible y turismo sostenible.

4. CAPITULO I

4.1. ESTUDIO DE MERCADO

4.1.1. Análisis Macroeconómico

Como se ha explicado en capítulos anteriores el turismo se ha convertido en un indicador del nivel de vida de la sociedad y una importante fuente de ingresos en Colombia. En esta actividad se ha generado una intensa competencia internacional para atraer el mayor número de turistas, puesto que los efectos que el sector turismo tiene sobre el crecimiento económico son positivos, haciéndolo uno de los sectores con las mayores potencialidades. En este orden de ideas las políticas de desarrollo del sector consisten en estrategias que potencialicen sus ventajas competitivas, el posicionamiento de la marca país, y la generación de las condiciones sociales y de infraestructura necesarias para su desarrollo.

En respuesta a todo lo anterior, se ve desarrollar en Colombia un proceso muy prometedor para el sector turístico del país, proceso, que como se ha mencionado, ha sido impulsado por el gobierno, siguiendo la meta propuesta de convertir a Colombia en un destino turístico de talla mundial, que reciba anualmente cerca de 3.5 millones de turistas internacionales, además que el sector pueda generar cerca de 3.300 millones de pesos al año⁶

Sin embargo, para tal propósito se hace indispensable trabajar en el desarrollo de la oferta de cada uno de los servicios que ofrecen las distintas ciudades y regiones turísticas que tiene el país, en el perfeccionamiento de cada producto, el desarrollo de proyectos de alto impacto para el fortalecimiento de la industria turística, en seguridad y en el mejoramiento de la imagen de Colombia en el exterior con miras a ser cada vez más competitivo en un mercado de magnitudes mundiales y tendencias globales claramente marcadas principalmente en los países de Latinoamérica que cuentan con riquezas naturales, culturales e históricas muy llamativas.

En toda Latinoamérica países como Brasil, Argentina y Ecuador tienen una muy organizada y atractiva oferta turística que los ha consolidado en la región como los países con mayor número de entradas de turistas internacionales concentrando cerca del 60% del total de entradas de turistas extranjeros de la región, que además tiene una

⁶ Ministerio de Industria y Comercio [MINCOMEX], 2008

considerable participación en el porcentaje que le corresponde del 16% del total de llegadas de turistas mundiales dejando para toda la región más de 11 mil millones de dólares en cerca de 18 millones de llegadas de turistas anuales⁷

Ante todo este panorama Colombia y especialmente sus principales ciudades turísticas fundamentalmente Cartagena, que figura como el segundo destino turístico más importante del país después de Bogotá, debe perfeccionar la estructura de su oferta de servicios y productos turísticos de tal manera que el sector se constituya en uno de los más fuertes y productivos de toda su economía, garantizando empleos de calidad e ingresos suficientes que permitan el desarrollo de la pequeña, mediana y gran empresa turística, así como el progreso de la ciudad.

Adicionalmente se hace necesario ahondar esfuerzos en el desarrollo de proyectos turístico en zonas poco explotadas para este fin, pero con amplios potencias y ventajas naturales, siendo estos proyectos nuevas fuentes de empleo para los habitantes de estas zonas e impulsores del desarrollo local.

En general, el desarrollo del turismo se considera como una de las apuestas productivas a que le apuntan las políticas para el desarrollo de Cartagena y la Región, y quedó consignado en el Plan de Competitividad a 2033, siendo la meta, convertir a la ciudad en el primer destino turístico de Colombia y uno de mayor atractivo del Caribe, así como el principal receptor de turistas internacionales en el País, incrementando un 10% anual los niveles de ingreso por turismo. De acuerdo a esto el Gobierno pretende fortalecer el reconocimiento de la riqueza histórica y cultural, así como desarrollar el turismo en salud, considerando este último como uno de los avances turísticos y culturales en que debe ahondar esfuerzos.

Dentro de las estrategias del Plan se encuentran:

- Fortalecer los productos turísticos en los segmentos ya posicionados y desarrollar nuevos productos turísticos que los complementen (Ferias, salud, ecoturismos, etnoturismo y turismo náutico):
 - Consolidación del Turismo en Salud
- Ampliar la conectividad turísticas de Cartagena

⁷ Organización Mundial del Turismo. 2005

- Mejorar y ampliar la infraestructura turística y urbanística de Cartagena y demás centros turísticos del departamento.
- Flexibilización y cumplimiento de aspectos normativos.
- Estrategias Complementarias.

En resumen, es largo el camino que Cartagena debe recorrer en este tema, y el gobierno está marcando el camino y propiciando políticas y diferentes estrategias para alcanzar las metas planteadas en términos de crecimiento con calidad del sector turismo.

El proyecto que hoy se encuentra en estudio se desarrolla dentro de la Industria del Turismo, específicamente el Turismo en Salud, esta industria emergente, es una actividad del sector, mediante la cual, hoy en día, muchas personas en el mundo viajan de su lugar de origen a otros países para someterse a tratamientos médicos y, al mismo tiempo, conocer los atractivos turísticos de las naciones visitadas.

Cartagena cuenta con polos de desarrollo turístico y con múltiples escenarios naturales para el ecoturismo marino y salud en nuestro país que se pretenden estudiar y analizar con el fin de encontrar la localización propicia y estratégica para la ejecución del proyecto.

4.1.1.1. Acerca de Cartagena de Indias D.T. Y C.

Cartagena es la primera ciudad turística de Colombia, la cuarta ciudad industrial del país y el principal puerto de contenedores y de cruceros a nivel nacional. Su bahía es una de las más seguras de Latinoamérica, está conformada por cuatro terminales marítimos privados de servicio público y 24 muelles privados propiedad de empresas importadoras y exportadoras.

Se consolida como la primera ciudad industrial del Caribe Colombiano, con una actividad Económica dinamizada por la industria manufacturera, el movimiento portuario, el comercio y el turismo. De igual forma se está consolidando como la principal zona de desarrollo inmobiliario de todo el caribe latinoamericano.

Cartagena de Indias cuenta con innumerables atractivos naturales, patrimoniales y culturales que le merecieron que la UNESCO la declarara Patrimonio Histórico de la Humanidad en el año 1985. Quienes la visitan hoy, lo hacen buscando el sol y la playa,

la historia y la cultura de su inmenso patrimonio o la oportunidad de realizar encuentros de negocios en sus Centros de Congresos y Convenciones.

La ciudad cuenta con un gran Centro Internacional de Congresos y Convenciones y dos centros de convenciones adicionales ubicados en hoteles de la ciudad para el desarrollo de múltiples eventos de negocios, ferias, espectáculos y exposiciones, entre otros.

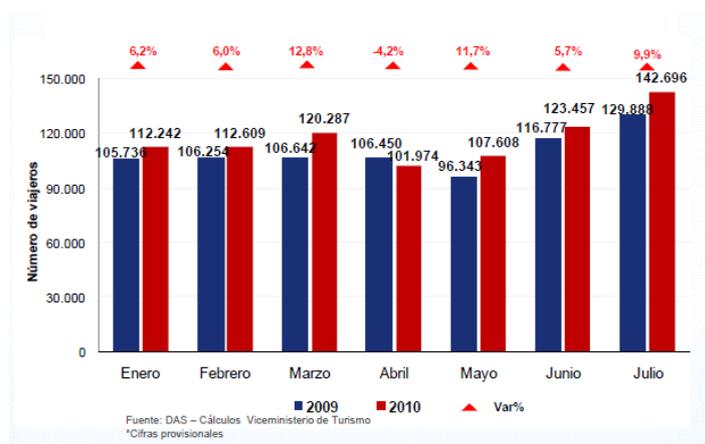
4.1.1.2. Datos del sector

Datos a nivel mundial

- Los destinos en todo el mundo registran un total de 600 millones de llegadas (Cifra a 2009)
- Industria del turismo de todo el mundo se enfrenta con un gran número de desafíos
- Las proyecciones para 2010 es una tasa de crecimiento del 3%.
- Llegadas de turistas en el mundo y por cada región es el mejor indicador de tendencia

Datos sobre Colombia

Gráfica 2-1. Llegada de Viajeros Extranjeros sin incluir puntos fronterizos y cruceros. Enero – julio (2009 – 2010*)



Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el país recibió 2.800.000 turistas en el 2010, una cifra récord que supone un aumento del 15% con respecto a 2009, año en el alcanzó de 2.400.000 turistas.

Como lo muestran las siguientes gráficas, la llegada de extranjeros según su nacionalidad, la más representativa es Estados Unidos, alcanzando un porcentaje de cerca el 28%, seguido de Venezuela con un 11,7% y Ecuador con un 8,3%.

También podemos observar que el crecimiento fue del 6,9% con respecto al 2009.

Gráfica 2-2. Llegada de viajeros extranjeros sin incluir puntos fronterizos y cruceros, participación según nacionalidad. Julio 2010*

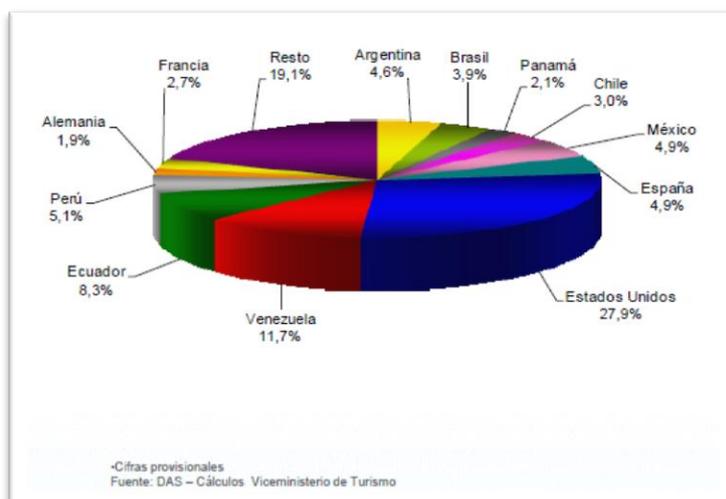


Tabla 2-1. Llegada de viajeros extranjeros sin incluir puntos fronterizos y cruceros, participación según nacionalidad. Julio 2010*

No.	Nacionalidad	2009	2010	Diferencia	Var%
1	Estados Unidos	189.030	200.613	11.583	6,1
2	Venezuela	129.314	104.391	-24.923	-19,3
3	Ecuador	52.883	67.070	14.187	26,8
4	Argentina	34.334	48.576	14.242	41,5
5	Perú	45.225	45.659	434	1,0
6	España	44.694	42.572	-2.122	-4,7
7	México	30.861	36.601	5.740	18,6
8	Brasil	25.875	36.147	10.272	39,7
9	Chile	20.369	25.457	5.088	25,0
10	Francia	17.793	19.295	1.502	8,4
11	Canada	16.595	19.085	2.490	15,0
12	Panamá	17.130	18.887	1.757	10,3
13	Italia	14.299	16.024	1.725	12,1
14	Alemania	14.605	15.162	557	3,8
15	Costa Rica	11.373	11.892	519	4,6
16	Reino Unido	10.829	11.440	611	5,6
17	Resto	92.881	102.002	9.121	9,8
18	Total	768.090	820.873	52.783	6,9

*Cifras provisionales
Fuente: DAS – Cálculos Viceministerio de Turismo

La ciudad a la que llegan más turistas del extranjero, es a la Ciudad de Bogotá, con una participación del 50,3%, y la segunda ciudad con más llegada es la ciudad de Cartagena, con una participación del 10%. Pese a que la primera recibe mayor cantidad de turistas que Cartagena, el crecimiento de ésta es el doble que el de Bogotá, lo que muestra el ágil crecimiento que tiene el sector y las potencialidades del mismo, demostrando que el mercado puede seguir explotándose y diversificando los servicios prestados a fin de contribuir a su crecimiento sostenido y a cumplir las metas que en términos de competitividad se plantea el Departamento de Bolívar.

Gráfico 2-3. Llegada de viajeros extranjeros sin incluir puntos fronterizos y cruceros, participación según ciudad de destino Julio 2010*

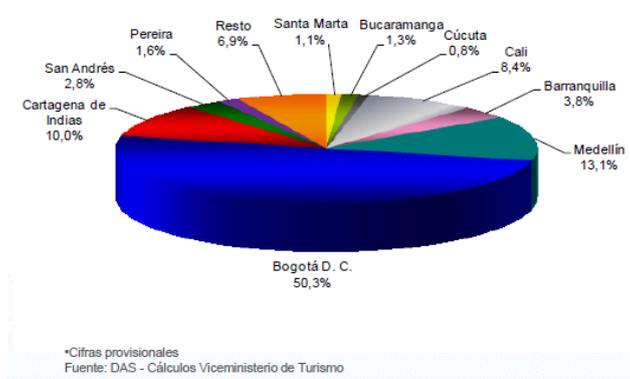


Tabla 2-2. Llegada de viajeros extranjeros sin incluir puntos fronterizos y cruceros, participación según ciudad de destino Julio 2010*

No.	Ciudad	2009	2010	Diferencia	Var%
1	Bogotá D. C.	397.433	421.080	23.647	5,9
2	Cartagena de Indias	87.493	95.681	8.188	9,4
3	Medellín	79.645	91.026	11.381	14,3
4	Cali	53.180	61.095	7.915	14,9
5	Barranquilla	30.108	30.100	-8	0,0
6	San Andrés	28.521	29.421	900	3,2
7	Bucaramanga	13.653	12.225	-1.428	-10,5
8	Santa Marta	9.487	10.187	700	7,4
9	Pereira	8.733	8.834	101	1,2
10	Cúcuta	9.989	8.700	-1.289	-12,9
11	Ipiales	3.157	4.234	1.077	34,1
12	Armenia	3.051	3.663	612	20,1
13	Manizales	2.747	3.023	276	10,0
14	Valledupar	2.071	2.141	70	3,4
15	Maicao	1.057	2.065	1.008	95,4
16	Resto	37.765	37.765	0	0,0
17	Total	768.090	821.240	53.150	6,9

*Cifras provisionales
Fuente: DAS - Cálculos Viceministerio de Turismo

Otro dato importante es la llegada de pasajeros en cruceros, en donde Cartagena es la ciudad más representativa en este indicador, por encima de Santa Marta y San Andrés.

Sin embargo el dato que más se puede resaltar es el crecimiento, el cual es el 37,1% en el total de pasajeros que llegan al País, con relación al año inmediatamente anterior.

Tabla 2-3. Arribo de cruceros y pasajeros a Colombia Julio y acumulado Enero –Julio (2009 –2010)

Número de Buques											
Mes	Cartagena		Santa Marta		San Andrés		Total		Var %		
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010			
Enero	26	31	6	11	0	1	32	43	31,3		
Febrero	24	23	4	8	1	1	29	32	10,3		
Marzo	23	29	6	11	2	1	31	41	32,3		
Abril	24	25	6	8	0	0	30	33	10		
Mayo	1	8	1	6	0	0	2	14	600,0		
Junio	0	4	0	3	0	0	0	7	-		
Julio	0	0	0	0	0	0	0	0	-		
Acumulado	98	120	23	47	3	3	124	170	37,1		

Número de Pasajeros									
Mes	Cartagena		Santa Marta		San Andrés		Total		Var %
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	
Enero	37.076	49.114	10.441	18.207	0	508	47.517	67.829	36,8
Febrero	40.412	36.296	9.900	13.880	561	505	50.873	50.681	-0,4
Marzo	38.363	39.955	12.898	18.637	313	40	51.574	58.632	13,7
Abril	42.784	41.220	9.271	10.254	0	0	52.055	51.474	-1,1
Mayo	1.240	9.232	1.268	5.056	0	0	2.508	14.288	469,7
Junio	0	1.160	0	3.712	0	0	0	4.872	-
Julio	0	0	0	0	0	0	0	0	-
Acumulado	159.875	176.977	43.778	69.746	874	1.053	204.527	247.776	21,1

Fuente: Das – Cálculos Viceministerio de Turismo

La dinámica del sector turístico en Cartagena, en los últimos dos años ha sido superior que en las demás ciudades de la costa, y si bien es cierto es menor que la de Bogotá, su crecimiento es acelerado y con grandes potencialidades perspectivas para seguir creciendo a ritmos agigantados.

Según los últimos datos dados a conocer por el Ministerio encargado de este sector, Cartagena presenta los siguientes resultados a noviembre de 2010:

- 10,3% aumentó número de viajeros extranjeros a Colombia
- El número de pasajeros llegados en cruceros, pasó de 205.000 a 248.000 visitantes
- El tráfico aéreo nacional, cuyo incremento fue del 37%, al pasar de 6.3 a 8.6 millones de pasajeros.
- Los Parques Nacionales fueron visitados por un 6% más de personas.
- Todo esto, en conjunto, ha permitido que las divisas del país por concepto de viajes y turismo, para septiembre de 2010, se hayan recibido 661 millones de dólares, lo cual representa un incremento del 5.8%.

No obstante esto, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo le apunta a la consolidación de servicios de bienestar como una de las categorías de turismo con

mayores ingresos para el país en la medida en que se invierta en la construcción y adecuación de establecimientos como spa y centros de estética.

A cifras de 2008 se estima que el turismo en salud generó dividendos de hasta 25 mil millones de dólares a nivel mundial, y Colombia es uno de los países que cuenta con una buena aceptación para realizarlo.

Las personas que se encuentran en países industrializados encuentran que los servicios de salud son cada vez más costosos, lo que hace que busquen otros destinos.

En este sentido y sin importar que este mercado solo se encuentra en crecimiento, el potencial es muy amplio, gracias a la calidad de los profesionales de la medicina, de un buen número de instituciones de salud y el inmenso inventario de lugares de interés, naturales y arquitectónicos, Colombia se proyecta como uno de los principales destinos en Latinoamérica en el producto de turismo de salud.

Ante la fortaleza que pueda ganar el sector y a la espera de que las instituciones prestadoras de salud comiencen a obtener la acreditación JCI (Joint Commission International), ya se vienen planificando por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, alianzas entre los sectores de salud y turismo para crear paquetes que incluyan los tratamientos médicos, hospedaje, alimentación, traslados y recorridos turísticos posibles, de acuerdo con la complejidad de los tratamientos. Paralelamente a los cálculos de crecimiento del turismo de salud, Colombia espera contar en poco tiempo con entidades que presten servicios de salud y de bienestar que en calidad estén a la altura de los hoteles cinco estrellas; todo ello abrirá más atractivos para el sector y oportunidades en el entorno para nuevos proyectos y empresas conexas con él.

Y dentro de las posibilidades de este campo, el Ministerio le apunta a la consolidación de servicios de bienestar como una de las categorías de turismo con mayores ingresos para el país en la medida en que se invierta en la construcción y adecuación de establecimientos como spa y centros de estética⁸. A cifras de 2008 se estima que el turismo de salud generó dividendos de hasta 25 mil millones de dólares a nivel mundial, y Colombia es uno de los países que cuenta con una buena aceptación para realizarlo.

⁸ Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Las personas que se encuentran en países industrializados encuentran que los servicios de salud son cada vez más costosos, lo que hace que busquen otros destinos⁹.

Actualmente el porcentaje para el turismo de salud en Colombia con respecto al turismo en general es realmente bajo (2,2% del total de turistas). Sin embargo, el potencial para aumentar ese porcentaje es alto, es por esto que existe un plan de fortalecimiento de la industria que pretende poner a Colombia como un país líder y reconocido a nivel mundial en turismo de salud.

Por lo general, se presentan dos tipos de perfiles que pueden venir a Colombia bajo el nombre de turismo en salud. De un lado, se incluyen las personas que están buscando tratamientos médicos. Del otro, están los que buscan tratamientos de bienestar (terapias de spa, tratamientos de belleza, etc.).

En este orden de ideas se trata de un sector que tiene mucho futuro en Colombia, y que puede ayudar a aumentar la capacidad hotelera del País. Somos una de los cinco principales destinos de bienestar de América Latina, y solo contamos con un 13% de spas con respecto a México, el cual es el principal destino¹⁰.

Esta es una industria en crecimiento, sin barreras de entrada fuertes, por tal razón este proyecto busca una diversificación principalmente mediante la práctica de la TASALOTERAPIA, y aprovechamiento de la diversidad natural de la región, convirtiendo esto en una ventaja competitiva, por otra parte es necesario fortalecernos mediante una infraestructura hermosa que convine la modernidad con la naturaleza haciendo del spa marino un espacio único en donde todo el que llegue quiera volver.

No obstante, aunque existen muchos centros de estética en la Región, ellos tienden a ubicarse en las ciudades (Cartagena y Barranquilla), GALERAZAMBA MARINE SPA estará ubicado en entre las dos ciudades en un ambiente natural que aproveche todos sus beneficios, adicionalmente cuenta con la cercanía del “Volcán de Totumo” destino turístico de muchos años y que contribuirá a su reconocimiento y promoción.

⁹ Fuente: www.proexport.com

¹⁰ Fuente: www.portafolio.com.co

4.1.2. Análisis del mercado

4.1.2.1. Generalidades

Spa es un establecimiento de salud que ofrece tratamientos, terapias o sistemas de relajación, utilizando como base principal el agua.

Según la Real Academia Española de la Lengua, el término Spa es en su origen un topónimo, el de un centro termal situado en la provincia de Lieja (Bélgica), famoso por las propiedades curativas de sus aguas desde la época romana. A partir del siglo XVII como documenta el Oxford English Dictionary-- se generaliza como nombre común para fuente termal o establecimiento balneario en inglés, spa, y de ahí se extiende a otras lenguas.

En la actualidad, todos aquellos establecimientos de ocio y salud, donde se utilizan terapias con agua, en las modalidades de piscinas, jacuzzis, hottub, parafangos, chorros y sauna sin que usen aguas medicinales, son considerados spa.

En Colombia hay muchos establecimientos denominados spa, pero realmente los centros de salud y bienestar con todas las comodidades son pocos.

El mercado de spas en Colombia está apenas en desarrollo. Son muchos, muy pequeños, y con excepciones, no cumplen las condiciones para ser considerados centros integrales de salud y bienestar con todas las comodidades y beneficios para los clientes.

Según un estudio desarrollado por la Agencia de Viajes Hermès, los tres mejores spa del país son el Chairama en Bogotá, el LeSpa del Hotel Sofitel Cartagena Santa Clara y el del Estelar Paipa Hotel & Centro de Convenciones, también en Bogotá, los cuales serán analizados más profundamente, en párrafos posteriores.

4.1.2.2. Producto

Este estudio busca establecer la viabilidad de mercado para el proyecto de GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT, éste será un centro mixto Spa – Thalasso, que será:

**“EL PRIMER SPA MARINO DE LA COSTA CARIBE COLOMBIANA,
BASADO PRINCIPALMENTE EN LA TALASOTERAPIA, CIENCIA
MILENARIA QUE UTILIZA EL AGUA DE MAR CON FINES
TERAPÉUTICO”**

Grafica 2-4. Logo del Proyecto



La TALASOTERAPIA se basa en la utilización del medio marino (agua de mar, algas, barro y otras sustancias extraídas del mar) y del clima marino como agente terapéutico, ya que el agua del mar contiene más de 80 elementos necesarios para el buen funcionamiento del organismo humano, teniendo algunos de ellos las características de ser antitumorales, antibacterianas y antivirales. Lo anterior debido a que la composición del agua de mar es similar a las del plasma sanguíneo, lo cual hace que por medio de la absorción osmótica, el organismo recupera su equilibrio logrando así curar enfermedades.

Se trata de un método terapéutico que abarca:

- Agua del mar (hidroterapia)
- Algas. Barro o lodo (fangoterapia): se vale de la arcilla y del barro para mejorar la salud en numerosas patologías. Las propiedades curativas del barro se basan en el poder regenerador, refrescante, desinflamante, descongestionante, purificador, cicatrizante, antiséptico, absorbente y calmante que posee la tierra, tiene minerales naturales que recoge del agua y de la tierra (hierro, magnesio, azufre, cobre).
- Aire marino (aeroterapia).

- Radiación solar (helioterapia): es la utilización del efecto terapéutico de la luz del sol para el tratamiento de cierta dolencia. Se ha demostrado que los rayos solares ejercen una poderosa acción sobre el metabolismo de los tejidos de los seres vivos. Esta acción posee efectos bactericidas, oxidantes y analgésicos.

La talasoterapia puede utilizarse para el tratamiento o prevención de enfermedades, la absorción por parte de la piel de todos estos elementos se traduce en una serie de efectos beneficiosos.

- Mejoría del sistema circulatorio
- Problemas de varices
- Problemas de circulación en general
- Trata problemas estéticos
- Relajar cuerpo y mente
- Tonifica
- Revitalizan el organismo
- Trata problemas de reumatismos
- Trata dolores en la articulación
- Trata dolores musculares
- Trata problemas de estrés
- Trata problemas de depresiones
- Trata problemas insomnio
- Trata problemas fatiga
- Trata problemas incapacidades físicas
- Mejorar los tejidos
- Combate la flacidez

- Combate la celulitis
- Retrasa el envejecimiento de la piel
- Trata problemas de osteoporosis
- Se trata en la etapa Post-operatoria
- Trata problemas de Asma
- Trata problemas Faringitis
- Reduce síntomas de la menopausia

La talasoterapia está indicada en muchos procesos patológicos, entre ellos debemos destacar:

- Factor analgésico, produce una disminución del dolor tanto a nivel general como en zonas concretas de nuestro cuerpo.
- Está indicada en procesos crónicos o agudos del aparato locomotor como reumatismos crónicos, osteoporosis y patología de la columna vertebral.
- A nivel del sistema circulatorio principalmente patología circulatoria periférica.
- Post-operatorios, traumatismos, patología respiratoria, afectación neurológica, o cualquier tipo de patología en la que este indicada la recuperación funcional.
- En patología del sistema respiratorio, indicado para procesos asmáticos y faringitis.
- En patologías del aparato locomotor y sistema musculo-esquelético, está muy indicado para la disminución de edemas.
- A nivel dermatológico, indicado para la psoriasis.
- A nivel ginecológico, los problemas de menopausia y pubertad

Las aplicaciones se realizan en forma de baños, duchas, chorros de presión, con percusión, ducha progresiva, ducha escocesa, ducha alternativa, baño de lluvia, baño de inmersión, baños de vapor general, etc. Las más importantes son:

- **Hidrocinesterapia:** La realización de ejercicios en agua de mar aprovechando las ventajas de desgravitación del agua de mar, al igual que en los balnearios de aguas termales o mineromedicinales.
- **hidromasaje:** Se aplica la acción controlada de chorros de agua a presión y aire en una bañera de agua de mar, muy eficaz para problemas circulatorios y relajación muscular.
- **Peloidoterapia:** Emplea peloides (mezcla de sustancias orgánicas e inorgánicas con agua mineral, marina o de lago salado) se utiliza en las heridas quirúrgicas infectadas.
- **Psammoterapia:** (baños calientes con arena) con el fin darle calor a la zona del cuerpo afectada en busca del alivio de problemas articulares o musculares. Activa la circulación, favorece la exfoliación, reduce la celulitis.
- **Piscina de Chorros:** Aplicación de chorros en piscina con agua de mar climatizada a 37°C en forma de masaje. Se aplica en zona cervical, hombros, tórax, abdomen y extremidades. Tiene un efecto estimulante de la circulación, relajación, disminución de las contracturas musculares, revitalizante de piel y ayuda a una mejora de funcionalidad del paciente.
- **Piscina Dinámica:** Técnica hidroterápica orientada a la recuperación funcional, también va a tener una acción estimulante de la musculatura y de mejora de la elasticidad.
- **Piscina:** Sesión de relajación en piscina climatizada a 37 grados con agua de mar. Va a tener una finalidad relajante, descontracturante, tonificante y descongestiva del sistema circulatorio y linfático.
- **Algoterapia:** Las algas y los lodos marinos son el complemento más eficaz para la acción terapéutica del agua marina, las aplicaciones suelen ser en bañeras y compresas.

GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT será un lugar de descanso, lleno de actividades terapéuticas, cosméticas, de relax y deportivas, adicionalmente permitirá conocer más profundamente sobre los ecosistemas costeros, como fuente natural de salud y longevidad.

Este es un proyecto turístico que se basa en tres principios fundamentales: Ecodesarrollo, Desarrollo Sostenible y Turismo Sostenible, los cuales buscan finalmente lograr el crecimiento de manera tal que no agote el medio ambiente natural y construido y preservar la cultura de la comunidad local mediante la ordenación sostenible de los recursos.

Colombia se proyecta como uno de los principales destinos en Latinoamérica en el producto de turismo de salud, por lo que este proyecto, es sumamente pertinentes y de grandes proyecciones, puesto que es un mercado en crecimiento, estará ubicado estratégicamente con el fin de utilizar los recursos naturales que son la esencia del proyecto.

4.1.2.3. Mercado objetivo

Estará enfocado hacia grupos familiares que deseen pasar sus días de descanso vacacional en un lugar acogedor frente al mar caribe, lleno de actividades deportivas, lúdicas, terapéuticas, cosméticas, de relax y conocer más profundamente sobre los ecosistemas costeros y la cultura

Este proyecto no solo piensa en personas que vienen de otras partes de Colombia y del Mundo, sino que también va dirigido, de igual forma, a los habitantes de Cartagena, que deseen someterse a terapias de relajación o que deseen un contacto directo con los beneficios que podemos obtener del mar.

En este orden de ideas el Proyecto también va dirigido a personas que se encuentren socioeconómicamente en los estratos 5 y 6, es decir aquellas personas con la capacidad adquisitiva para demandar este tipo de servicios. En Cartagena eso equivale a decir que es el 6,24% de la Población, cerca de 59.448 Habitantes.

4.1.2.4. Análisis de las fuerzas competitivas

Colombia es uno de los 5 principales destinos de bienestar de América Latina y solo cuenta con 250 Spa, una cifra muy baja si nos comparamos con Mexico que cuenta con 1.855. En la costa Caribe colombiana, incluyendo a las ciudades de Barranquilla, Cartagena y Santa Marta, existen 338 centros de estéticas, de los cuales no todos pueden denominarse SPAs. Éstos se encuentran en las zonas centro y norte de las respectivas

ciudades, constituyéndose esto en una fuerza competitiva para la competencia, puesto que están en los mismos hoteles o cerca de ellos, en donde se encuentra la mayor afluencia de turistas.

Sin embargo, cerca del 80% son negocios medianas y pequeños, el resto son grandes empresas que tienen la capacidad de invertir, es decir cuentan con los recursos económicos, físicos y humanos para seguir invirtiendo en sus negocios haciendo de ellos lugares cada vez más lujosos, con mayores atractivo y optimizando los recursos que les permitan tener una estructura de costos muy solidad.

Estas empresas por lo general son empresas muy sólidas, con largas trayectorias y reconocidas algunas a nivel mundial, con marcas posicionadas y con una infraestructura física muy lujosa.

No obstante, en la zona donde estará ubicado no hay negocios parecido, el único atractivo turístico es el Parque Natural el Totumo, el cual es altamente visitado por turistas nacionales e internacionales a pesar de encontrarse retirado de Cartagena y Barranquilla (ciudades más cercanas).

Sin embargo, aunque en términos de localización no exista competencia, en Cartagena y Barranquilla existen un gran número de establecimientos que prestan servicios de bienestar y confort, que para el caso de turistas con alto poder adquisitivo se encuentran en los mismos hoteles en donde se hospedan, uno de los más reconocidos es el Spa del Hotel Sofitel Santa Clara, el cual es considerado como uno de los mejores spa del País.

Esto es sin duda alguna una fortaleza competitiva por parte de algunos de los grandes hoteles, que ofrecen todo un paquete de comodidades con el fin de maximizar la satisfacción de sus clientes.

4.1.2.5. Estrategia del proyecto

Sin duda alguna, la estrategia de este proyecto es la diferenciación, puesto que es objetivos del mismo, posicionar a GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT, mediante el reconocimiento de un servicio de calidad, agradable y benéfico para sus clientes, no enfocándose en la belleza, sino en la salud, en la Talasoterapia como una tratamiento para el mejoramiento del funcionamiento del organismo.

Es por lo anterior que las principales estrategias de promoción del proyecto son acerca de los beneficios de la Talasoterapia para los clientes locales, y adicionalmente para los turistas se les ofrecerá no solo las terapias sino la oportunidad de pasar momentos en contacto con la vida marina.

La mencionada diferenciación se puede lograr, ya que los el mercado objetivo, es un mercado en su mayorías con altos poderes adquisitivos y con que se piensan en estrategias agresivas de comercialización.

4.1.2.6. Estrategia de competencia

En Cartagena existen diferentes centros de estéticas, que ofrecen servicios de relación, que muchas personas consideran como spa, sin embargo existen spas muy lujosos y equipados, ubicados en prestigiosos hoteles de la ciudad, los cuales son la competencia directa del proyecto.

Con el fin de posicionar el proyecto en el mercado se pretenden desarrollar convenios con hoteles que no cuentan con la infraestructura para prestar este servicio pero que si tienen la intención de ofrecerles a sus clientes este tipo de servicio, de tal forma que se sientan aún más a gusto en Cartagena y quieran regresar.

Esto se puede lograr gracias que las tarifas que cobrar los spas de estos lujosos hoteles son muy altas y los turistas prefieren invertir ese dinero en otras actividades, sin embargo, el proyecto se propone ofrecer un servicio a un precio inferior al de esos spas y de esa forma no ganar participación en el mercado, sino más bien, ampliarlo, de tal forma que cada día sean más los turistas que demanden este servicio.

4.1.2.7. Promoción

Promocionar un spa es una tarea difícil, principalmente por la confusión o la falta de diferenciación entre un spa y un centro de belleza y estética, sin embargo tener articulado el servicio con hoteles que no cuentan con la infraestructura física, los equipo y el recurso humanos capacitado, pero que si tienen una gran afluencia de turistas principalmente en las denominadas “temporadas altas”, es una forma muy efectiva para comercializar el servicio que ofrecerá GALERAZAMBA MARINE SPA &RESORT. Precisamente ésta será una de las formas de comercialización del proyecto.

A continuación se describen las estrategias que se establecieron para la promoción del GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT:

Convenios con hoteles los cuales no tengan servicio de SPA en sus instalaciones.

OBJETIVO	Ofrecer a los clientes de los hoteles una alternativa de salud y relajación a sus huéspedes.
MERCADO	Turistas que lleguen a Cartagena y que se encuentren hospedados en los hoteles los cuales se firme el convenio.
OBJETIVO	Dar a los huéspedes de los hoteles una alternativa en salud y relajación a un precio justo ya que representa una opción de real descanso en sus vacaciones disfrutando de la ciudad o ya sea relajándose de un día complicado de trabajo con las opciones que brinda Galerazamba marine spa & resort.
MENSAJE	El mensaje será con una frecuencia diaria ya que por la alta demanda de los hoteles en Cartagena y al ser una ciudad turística el flujo de huéspedes es alto y por ende la oportunidad de captar nuevos clientes es directamente proporcional.
FRECUENCIA	La duración de los convenios es por lo general por periodos de un año.
DURACION	Por medio de un stand permanente en las instalaciones del hotel con una persona la cual coordinara el traslado de los huéspedes del hotel al GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT y además un banner de publicidad en la página de internet del hotel el cual el cliente podrá consultar los servicios y los beneficios de los procedimientos que se realizan.
MEDIO	

Convenios con agencias de viajes.

OBJETIVO	Proporcionar a las agencias de viajes opciones alternativas para sus clientes en la ciudad de Cartagena.
MERCADO	Los clientes de las agencias de viaje las cuales tengan interés en

OBJETIVO	visitar Cartagena como destino. Darle la oportunidad a las agencias de viaje de que le ofrezcan a sus clientes una opción diferente aparte de las playas y de las murallas,
MENSAJE	como lo es la relajación y la salud la cual puede brindar GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT con su portafolio de servicio. La frecuencia estimada es diaria ya que se dará a conocer el servicio
FRECUENCIA	cada vez que una persona pregunte en la agencia de viajes por Cartagena como opción de destino.
DURACION	La duración de los convenios es por lo general por periodos de un año.
MEDIO	Por medio de folletos informativos en las oficinas de las agencias de viajes dándoles a los clientes de estas la información necesaria de los servicios de GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT.

Publicidad en lugares estratégicos de Cartagena.

OBJETIVO	Atraer a los clientes potenciales de Cartagena.
MERCADO	Estratos 5 y 6 de la ciudad de Cartagena.
OBJETIVO	Ofrecer a los residentes de la ciudad de Cartagena los servicios de GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT, con la oportunidad de salir de la rutina de la ciudad con una opción de salud y relajación fuera del ruido y el estrés que genera una como Cartagena.
MENSAJE	La frecuencia estimada es que sea diaria por la afluencia de gente que visita los lugares en que ubico la publicidad.
FRECUENCIA	La duración estimada es de un año.
DURACION	Publicidad visual con la información de Galerazamba marine spa & resort en lugares como el Centro Comercial Caribe Plaza ya que es el centro comercial más importante de la ciudad y en donde confluye el mercado objetivo, y las clínicas de estéticas más importantes de la ciudad ya que le ofrece a los usuarios de estas una opción adicional a los servicios que ofrece estas clínicas.
MEDIO	

Descuentos a clientes frecuentes.

OBJETIVO	Mantener a los clientes que ya asistieron a Galerazamba marine spa & resort.
MERCADO OBJETIVO	Los clientes que ya asistieron a GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT.
MENSAJE	Para incentivar a los clientes que ya asistieron a GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT incentivando un sistemas de puntos por servicios en las instalaciones la cual puede llevar a premios o servicios gratuitos.
FRECUENCIA	La frecuencia estimada en diaria.
DURACION	Por la duración de GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT.
MEDIO	Información directa en las instalaciones de GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT.

Adicionalmente se debe planear una inauguración de GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT, de tal forma que coincida con una actividad importante que se dé en la ciudad, por ejemplo en época de noviembre (fiestas de la independencia) y diciembre, en donde se desarrollan muchos eventos culturales, en donde confluyen habitantes de la ciudad pertenecientes a los estratos más altos.

A la inauguración del hotel se debe invitar a los clientes potenciales y adicionalmente se debe promover los hoteles con convenios concursos donde se premie con tratamientos, para incentivar a las turistas a que conozcan el Spa.

Para incentivar la visita al GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT se debe buscar mostrar los beneficios de la TALASOTERAPIA, y la publicidad se debe dar de forma integrada con los demás atractivos turísticos de la zona, como el Volcan del Totumo, las salinas de Galerazamba y los paisajes e historia del Municipio de Santa Catalina de Alejandría.

4.1.2.8. Precio

Al momento de analizar qué precio fijar, si debe estar por encima, por debajo o igual al de competencia, debemos preguntarnos cómo lo percibirán los futuros clientes y qué margen necesitamos obtener para lograr el retorno de la inversión.

Los precios que se fijará inicialmente en GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT, para los clientes internos serán precios de penetración, es decir, que utilizaremos precios por debajo de la competencia, la cual la más directa y parecida en términos de servicio prestado es LeSpa del Hotel Sofitel Santa Clara y el Spa de Hotel Charleston de Santa Teresa. Pero estos no estarán por encima de los tratamientos que ofrecen los centros de estética, los cuales son conocidos como spas.

De igual forma se tendrá que dar tratamientos gratis en los hoteles articulados, así como descuentos promocionales a los clientes potenciales de los estratos altos de la Ciudad.

El precio estimado para la iniciación del proyecto es de \$70.000 por 2 horas en las diferentes terapias del spa para los turistas que vienen de convenios con los hoteles. Para los usuarios locales el valor del mes de tratamiento es de \$150.000

4.1.3. Análisis de la oferta

4.1.3.1. Características de los mejores spa del País

○ Chairama-Bogotá

El Chairma Spa, ubicado en Bogotá, en la calle 95 con carrera 11 A, el Spa de 2.000 mt², tiene un diseño inspirado en los pisos térmicos de la Sierra Nevada de Santa Marta.

Este Spa cuenta con un novedoso y original circuito de hidroterapia, con el fin de experimentar todos los beneficios del agua en el cuerpo.

Entre los lugares más interesantes está el flotarium, una piscina que contiene una solución de agua saturada de sales a la temperatura del cuerpo, que ayuda a combatir el jet lag y a disminuir la tensión muscular y nerviosa. El spa también tiene piscinas calientes y frías, duchas de contraste, un pediluvio, sauna y turcos.

Cuenta con un piso solo para tratamientos con ingredientes provenientes del agua y de la tierra (sales marinas, algas, barros vegetales). Otro para terapias grupales como yoga,

taichi y pilates. En el primer piso está la tienda donde se encuentra una línea de productos para el cuidado del cuerpo inspirada en la biodiversidad colombiana. También hay peluquería y el restaurante, Chairama SPA-La Terraza, “cuya carta internacional maneja un concepto de comida saludable y balanceada, no dietética. La carta la desarrolló el chef de Nazca, Miguel Castillo”, afirma Claudia.

El Spa ofrece bonos de regalo. Un tratamiento corporal o facial cuesta \$100.000 ó \$180.000, un tratamiento de hidroterapia de una hora, \$120.000. Un ritual (tratamiento) Chairama vale \$270.000, un tratamiento de hidroterapia y facial \$300.000 o un tratamiento de hidroterapia y corporal \$220.000.

Hay planes también que van desde \$300.000 por un mes, hasta \$2'880.000 por un año. Adquirir la membresía cuesta, \$500.000, quien la adquiera puede obtener descuentos, un kit de Adidas, valoración médica y un tratamiento de hidroterapia gratis.

Cuentan con un plan para el día de la Madre, que es medio día de spa, que incluye tratamientos de hidroterapia, ritual Chairama y restaurante y tiene un costo de \$440.000.

- **Estelar Paipa Hotel & Centro de Convenciones**

Se encuentra a dos horas y media de Bogotá por una de las mejores autopistas del país, a orillas del lago Sochagota. Es un hotel, que posee 102 hectáreas de bosques y colinas que lo rodean, y tiene uno de los mejores spa del país.

Es un hotel 100% ecológico, con hermosos paisajes, único en un completo resort

Es un espacio diseñado para la relajación, con modernas técnicas naturales en lodoterapia, desintoxicación con aromaterapia, masajes relajantes, vitalizantes, tonificantes, gimnasio, jacuzzis de aguas termales al aire libre y los más completos servicios para el descanso. El spa también cuenta con un salón de belleza, ofrece todos los masajes y rituales correspondientes a un verdadero spa.

Sus clientes realizan distintas actividades de ocio y esparcimiento que ofrece el hotel, entre las que se encuentran: natación, deportes náuticos, equitación, ciclismo, observación de aves, minigolf y caminatas ecológicas.

El Hotel ofrece a quienes se alojen allí el plan Relax Estelar que incluye un masaje de relajación en la habitación, sauna o turco, clase de relajación o yoga, cena en la habitación, manicure o pedicure, copa de vino caliente, peinado. El precio del plan en una habitación sencilla es \$499.000 por persona y en una doble \$299.000.

- **Sofitel Santa Clara – Cartagena**

El Hotel Sofitel Cartagena Santa Clara cuenta con LeSpa, el cual se promociona prometiendo “una experiencia de bienestar desde un lujoso lugar a la vista del mar Caribe, con un servicio de calidad y una atención personalizada”.

El centro de bienestar y salud tiene más de 800 mt² incluyendo 8 cabinas para tratamientos, una de ellas es una cabina dúo, así como espaciosos lockers y zona de relajación, además de los espacios húmedos.

LeSpa cuenta con expertos profesionales, así como con su propia línea de productos Declèor y Carita y más de 35 innovadores tratamientos faciales y corporales, diseñados exclusivamente para brindar relajación, rejuvenecimiento y vitalidad.

Este Spa ofrece diferentes planes para distintos momentos y celebraciones. El plan GetTogether para una despedida de solteros cuesta \$130.000 por persona, e incluye la terapia de relajación hammam, exfoliación corporal y el masaje aromático “LeSpaSignature”. El ritual “Sueño de Novia” en el que la novia tendrá 4 horas de un tratamiento corporal exfoliante, un masaje, un tratamiento facial calmante, entre otros, cuesta \$680.000. El ritual para parejas, “Elle et Lui”, que se realiza por dos horas, e incluye Hammam, hidroterapia, un minifacial con limpieza, tonificación e hidratación y un masaje corporal. Este ritual tiene un costo de \$340.000 por persona.

Para el día de la Madre, Spa que incluye un masaje corporal y otro facial, envolvimiento de chocolate, un baño hidratante, espacio de relajación en el Hammam, ritual de té y frutas naturales. También los clientes pueden tener acceso a la piscina, jacuzzi y gimnasio. El paquete cuesta \$300.000 y tiene una validez de 3 meses.

4.1.3.2. Otros spa de Cartagena

○ **Perfección**

Es un centro de estética que se encuentra ubicado en el Centro de la Ciudad, el cual ofrece tratamientos relajantes, tratamientos adelgazantes, para la piel, tratamientos faciales, masajes tanto reductores como de relajación, así como terapias pos-operatoria. Adicionalmente cuentan con unos tratamientos complementarios relacionados directamente con cirugías como lipoescultura, addominoplastia, entre otros.

Este centro no puede considerarse como tal un spa, puesto que son cuenta con una oferta de servicios que utilicen el agua con fines terapéuticos, sin embargo los tratamientos ofrecidos tienen muchos beneficios.

Los precios en los que oscilan los tratamientos faciales oscilan entre 80.000 y 350.000, y de los tratamientos corporales entre 100.000 y 560.000.

○ **Prevenir 1 A**

Es un Centro de estética y Belleza que ofrece servicios y corporales, pero que adicionalmente cuenta con una línea, denominado por ello como de “spa y relajación”, pero que de igual forma son masajes faciales y corporales relajantes anti-estrés, el cual se complementa con las líneas anteriores.

Sus precios en la línea de spa y relajación, oscilan en tratamientos desde 90.000 y 420.000, estos últimos son tratamientos de más larga duración que implican varias sesiones del mismo.

○ **Hotel Boutique Spa Santa Ana**

Se encuentra ubicada en la zona centro de Cartagena, específicamente en Barrio Getsemaní, cuentan con lo que ellos denominan “*Petit Spa*”, el cual es una zona abierta en donde se realizan una serie de masajes de relajación y descanso. Adicionalmente con todos los servicios propios de un hotel.

Los servicios de spa son paquetes adicionales al hospedaje, y oscilan entre 50.000 y 150.000, puesto que no son tratamientos largos, simplemente ofrecen un servicio de masajes en un ambiente agradable.

- **Spa Hotel Charleston Santa Teresa**

En el 2005 el Hotel Charleston Santa Teresa Cartagena diseñó para sus huéspedes y el público en general un Spa de lujo, inspirado en terapias, filosofías y tradiciones milenarias del oriente combinadas con elementos del mar Caribe.

Este Spa cuenta con un diseño sofisticado de este espacio, que incita a la relajación, la paz y la armonía. Este hotel ofrece hidroterapia de chorros, baño turco o baño privado vista al mar, puesto que posee una infraestructura sofisticada para este servicio.

Los precios de estas terapias son de 146.000, adicionales al hospedaje y demás servicios del hotel.

Adicionalmente se visitamos otros establecimientos como Akwa Estética Spa (Bocagrande), Biomédica Spa (Av. Crisanto Luque), Caribbean Spa (Manga), Equilibriumsthetical Spa (Bocagrande) y Kalamari Spa (Centro). Todos estos establecimientos denominados spa, son básicamente centros de estéticas que ofrecen servicios faciales y corporales, utilizando tratamientos (principalmente cremas y equipos especializados) que para la relajación, estrés, estética en general y pos-operatorios.

Ninguno de ellos cuenta con la infraestructura de un verdadero spa que utilice el agua como fuente de tratamiento.

Sus precios varían, de acuerdo al tipo de tratamiento al que se someta el paciente, pero los faciales oscilan entre 40.000 y 320.000, y los corporales entre 100.000 y 520.000 para tratamientos más largos.

4.1.4. Análisis de la demanda

- 4.1.4.1. Cálculo del tamaño de la muestra para los clientes potenciales habitantes de la ciudad de Cartagena de estratos 5 y 6:

El tamaño de la muestra para la población de estratos 5 y 6 fue realizado mediante la siguiente fórmula:

$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{N \cdot p \cdot q}{i^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

En donde:

n: Tamaño muestral

Z: Valor correspondiente a la distribución de Gauss 1,96 para $\alpha=0,05$ y 2,58 para $\alpha=0,01$.

p: Prevalencia esperada del parámetro a evaluar. En caso de desconocerse, aplicar la opción más desfavorable ($p=0,5$), que hace mayor el tamaño muestral.

q: $1-p$ (Si $p=50\%$, $q=50\%$)

i: Error que se prevé cometer es del 7%, en la fórmula 0,07.

N: Tamaño de la población, en este caso la población es de 33.579 Habitantes de estratos 5 y 6 que se encuentran en los rangos de edades entre los 20 y los 65 años.

Realizando los respectivos reemplazos, la muestra asciende a 195 encuestas, las cuales se realizaron en barrios reconocidos de Cartagena como Bocagrande, Castillo Grande, Laguito, Crespo y Manga, escogiendo a personas aleatoriamente, de igual forma fueron encuestadas personas que se encontraban saliendo de algunos de los principales spa de la Ciudad, los cuales fueron mencionados en el análisis de la oferta.

4.1.4.2. Análisis de resultados

De acuerdo a las encuestas realizadas (ver Anexo N°2), en donde se encontraban personas de diferentes rangos de edades, el 80% de ellas realizaban actividades asociadas al turismo en salud, o algún tipo de tratamiento o estético; la calificación el servicio que reciben en la actualidad varía, no mostrando una tendencia clara, pero la gran mayoría (72%) acepta o está satisfecho con el servicio prestado; el dinero que destinan a este tipo de servicio principalmente supera los \$150.000 mensuales. Sin embargo el reconocimiento de la práctica de la Talasoterapia no es frecuente, sólo el 12% de las personas encuestadas manifestaban conocerla.

No obstante pese al desconocimiento, una vez explicada en que consiste la Talasoterapia el 88% de los encuestados manifestaron que si podían demandar el servicio.

En este orden de ideas y de acuerdo a los resultados obtenidos podemos inferir que nuestros clientes potenciales serían aquellas personas que respondieron afirmativamente a si demandarían el servicio prestado por GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT, llevados al total de población, esto sería 29.550 personas ($33.579 \times 88\%$), las cuales se constituyen en el mercado potencial.

Para calcular la demanda real del proyecto se tomó como referencia la demanda insatisfecha por el servicio actual, es decir, el porcentaje de la muestra que califico el servicio actual como regular y malo, lo cual corresponde al 28%, y se extiende hacia la población total (29.550)

En este orden ideas la demanda proyectada del servicio sería de 8.413 personas ($29.550 \times 28\%$), esto equivale a un promedio de 701 personas mensuales.

Por otra parte, para realizar las proyecciones para los próximos 5 años se tuvo en cuenta tasa de incremento de la población de Cartagena para los estratos 5 y 6 (información obtenida del Departamento Nacional de Estadística –DANE), a continuación se presentan los resultados de la estimación de la demanda:

Tabla 2-4. Proyecciones del número de tratamientos para usuarios locales al año

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	8413				
Tasa de Incremento poblacional		1,20%	1,19%	1,18%	1,16%
Total tratamientos proyectados al año	8413	8514	8615	8717	8819

Fuente: Elaboración propia

4.1.4.3. Cálculo de la demanda de turistas

De acuerdo a las encuestas realizadas a los diferentes hoteles visitados, se obtuvieron los siguientes resultados (Ver anexo N°3):

Tablas 2-5. Resultado de encuestas a hoteles

HOTEL	Antigüedad	Convenios para la prestación de servicios turístico	Productos Turísticos ofrecidos	Forma de ofertarlos	N° de Clientes o Usuarios en el 2009	Poseen un portafolio relacionado con el Turismo en Salud	Porcentaje de clientes que demanda este servicio	Estaría Interesado en aumentar o potencializar este servicio
HOTEL CARIBE	MAS DE 30 AÑOS	SI	Eventos y festividades	Paquetes adicionales	130.000	NO	10%	SI
HOTEL DAN LAS VELAS	ENTRE 5 Y 10 AÑOS	NO	Ecoturismo, Agroturismo y Turismo en Salud	Paquetes adicionales	10.685	NO	80%	SI
HOTEL ALMIRANTE CARTAGENA ESTELAR	ENTRE 10 Y 20 AÑOS	SI	Paseos culturales	Paquetes adicionales	94.974	NO	15%	SI
HOTEL PLAYA	MAS DE 30 AÑOS	SI	Ecoturismo Turismo en Salud	Paquetes adicionales	31.761	NO	30%	SI
HOTEL CARTAGENA MILENIUM	ENTRE 5 Y 10 AÑOS	NO	Eventos y festividades y Paseos Culturales	Paquetes adicionales	20.000	NO	60%	SI
HOTEL EL DORADO	MAS DE 30 AÑOS	NO	Eventos y festividades y Paseos Culturales	Paquetes adicionales	150.000	NO	70%	SI
HOTEL BAHINA	MAS DE 30 AÑOS	NO	Eventos y festividades y Paseos Culturales	Paquetes adicionales	NS/NR	NO	NS/NR	NO

Fuente: Elaboración propia

Tablas 2-6. Calculo de la demanda de turistas nacionales y extranjeros

HOTEL	Convenios para la prestación de servicios turístico	N° de Clientes o Usuarios en el 2009	Porcentaje de clientes que demanda este servicio	N° de Clientes que demandarían el Servicio
HOTEL CARIBE	SI	130.000	10%	13.000
HOTEL DAN LAS VELAS	NO	10.685	80%	8.548
HOTEL ALMIRANTE CARTAGENA ESTELAR	SI	94.974	15%	14.246
HOTEL PLAYA	SI	31.761	30%	9.528
HOTEL CARTAGENA MILENIUM	NO	20.000	60%	12.000
HOTEL EL DORADO	NO	150.000	70%	105.000
			Demanda Potencial	162.322

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a lo anterior, el proyecto se propone capturar el 5% de esta demanda potencial, mediante convenios establecidos con estos hoteles, los cuales no cuenta con un portafolio de servicios en actividades relacionadas con el Turismo en Salud, pero que

tienen la intensión y la necesidad de aumentar o potencializar la prestación de este servicio, y se mostraron con el interés de realizar convenios para tal fin.

En este orden de ideas la demanda esperada para este tipo de clientes es de 8.116 (162.322 personas X 5%), los cuales demandarán una terapia, lo que equivale decir que la demanda es de 8.116 Talasoterapia al año.

Este porcentaje de mercado fue establecido por la capacidad de atención que tendrá GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT, la cual se detallará con en el estudio técnico.

Para proyectar esta demanda se utilizará la tasa de crecimiento del sector, quien dentro de las proyecciones del Gobierno se estima en el 10% anual.

4.1.4.4. Demanda Total

Tabla 2-7. Cálculo de la demanda total

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total tratamientos proyectados al año para usuarios locales	8.413	8.514	8.615	8.717	8.819
N° de tratamientos proyectados vendidos a turistas nacionales e internacionales	8.116	8.928	9.820	10.802	11.883
Total tratamientos proyectados al año	16.529	17.442	18.436	19.520	20.702

Fuente: Autores del Proyecto

4.2. ESTUDIO TÉCNICO

4.2.1. Análisis de la localización del proyecto

El estudio de localización se orientó a analizar diferentes variables que determinaron el lugar donde se ubicará GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT, buscando alcanzar los objetivos finales del proyecto, sin embargo la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo consideró criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos y sociales.

Este proyecto nace con el fin de contribuir al fortalecimiento del Turismo de santa Catalina de Alejandría, es por esto que necesariamente debe estar ubicado en la zona.

Por otra parte para la práctica de la Talasoterapia se necesita que la materia prima esté muy cercana, con el fin disminuir los costos de inversión, adicionalmente, se debe contar con un ambiente costero, tranquilo, con amplias zonas de paisajes naturales, por tanto utilizando el criterio del factor determinante para determinar la localización del proyecto, la zona donde será desarrollado el proyecto debe tener las siguientes características:

- Facilidades para la práctica de la TALASOTERAPIA, la cual requiere:
 - Agua de Mar
 - Sales Minerales
 - Otros Productos naturales propios del Mar.
- Debe ser una zona amplia, un lugar de descanso, en donde se puedan practicar actividades ecológicas y conocer más profundamente sobre los ecosistemas costeros, como fuente natural de salud y longevidad.
- Que cuente con vías de acceso en buenas condiciones y segura
- Que sea una zona de desarrollo turístico
- Que cuente con complejos hidrológicos
- Que cuente con atractivos turísticos actuales y potenciales
- Que no se encuentre muy cerca de la congestión de la ciudad.
- Con buen servicio de energía eléctrica y agua potable.
- Zona con proyecciones de crecimiento
- Asequible en términos de los costos de terrenos
- Que cuente con cercanías relativa con grandes hoteles

La existencia o cumplimiento de las anteriores características justifican la toma de decisión de la localización del proyecto, por lo tanto y teniendo en cuenta las necesidades mencionadas, se escogió al corregimiento de Galerazamba como lugar de ubicación del proyecto teniendo en cuenta el siguiente análisis:

- **Aspectos Geográficos**

GALERAZAMBA es un corregimiento del Municipio de Santa Catalina de la Alejandría, el cual se encuentra localizado en la zona norte del departamento de Bolívar y del país, limita al norte: con el Mar Caribe, por el este: con los municipios de Piojó, al Oeste: con el Distrito Turístico de Cartagena de Indias, y al sur: con el Municipio de

Clemencia. Se encuentra a una distancia de 45 kilómetros de la ciudad de Cartagena de Indias.

○ **Aspectos Socioeconómicos**

La base de la economía es la agricultura, la ganadería y la explotación de sal. Actualmente se combinan los siguientes sistemas de producción: Agrícolas, pecuarios, pesqueros, acuícola, mineros, agroindustrial y turístico.

La zona cuenta con ciertas fortalezas que vale la pena resaltar, a saber:

- Zona Costera Playas de Galerazamba, Pueblo Nuevo y Loma De Arena.
- Agroindustrial Minera y Acuícola
- Complejo hidrológico del embalse el totumo, ciénagas de la redonda y el prieto.
- Zona de despensa agrícola, forestal y pecuaria.
- Zona de conservación natural
- Se encuentra cercano al parque natural municipal “EL TOTUMO”, donde se encuentra el tan reconocido Volcán del Totumo.

Según un estudio desarrollado por la Alcaldía del municipio de Santa Catalina de Alejandría, para la elaboración del Plan de Desarrollo Ecoturístico se realizó un inventario de los atractivos turísticos de la zona, y se establecieron 3 categorías:

Categoría I:

En esta categoría, aquellos recursos que obtuvieron 88 puntos fueron considerados de buena calidad y de un significado Nacional; entre estos tenemos:

Tabla 2-8: Inventario de atractivos turístico Categoría I

NOMBRE DEL RECURSO	CALIFICACIÓN	TIPO DE RECURSO
Plaza principal de Galerazamba	88	Cultural
Casa de huéspedes	88	Cultural
Salinas de Galerazamba	88	Cultural

Fuente: Alcaldía Municipio de Santa Catalina

Categoría II:

En esta categoría se ubicaron aquellos recursos y atractivos que dentro de la valoración obtuvieron de 80 a 82 puntos y son considerados de buena calidad y de un significado Regional; entre estos tenemos:

Tabla 2-9 Inventario de atractivos turístico Categoría II

NOMBRE DEL RECURSO	CALIFICACIÓN	TIPO DE RECURSO
Parque India Catalina en G/zamba	82	Cultural
Comidas típicas	82	Cultural
Volcán de Lodo el Totumo	80	Natural
Ciénagas costeras del Prieto y la Redonda	80	Natural
Embalse del Totumo	80	Natural
Playas	80	Natural

Fuente: Alcaldía Municipio de Santa Catalina

Categoría III:

En este se encuentran ubicados los recursos y atractivos que en la valoración obtuvieron un puntaje comprendido entre 76 y 79 puntos y fueron considerados de buena calidad y gozan de un significado a nivel local.

Tabla 2-10 Inventario de atractivos turístico Categoría III

NOMBRE DEL RECURSO	CALIFICACIÓN	TIPO DE RECURSO
Grupos folklóricos de Santa Catalina	76	Cultural
Grupos de Danzas	76	Cultural
Artesanías	76	Cultural
Lomas de piedras blanca y guayacán	76	Cultural
Haciendas Santa Catalina y la Vitrina	76	Cultural
Semana cultural de Santa Catalina	76	Festividades
Campeonato de softball	76	Festividades
Fiestas religiosas	76	Festividades y eventos
Isla Arena	78	Natural
Complejos de isla en el embalse del totumo	78	Natural
Hacienda el ceibal	78	Natural
Las maravillas y el jobo	78	Natural

Fuente: Alcaldía Municipio de Santa Catalina

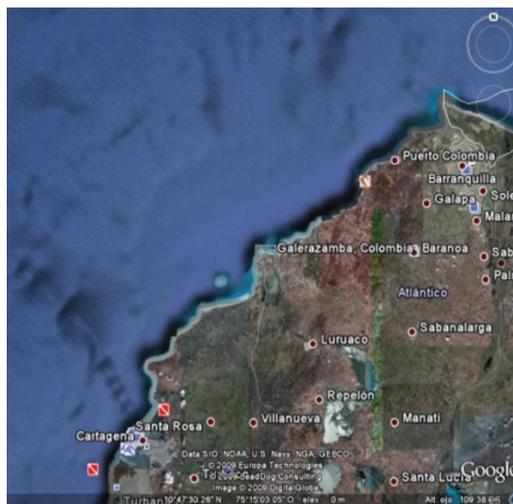
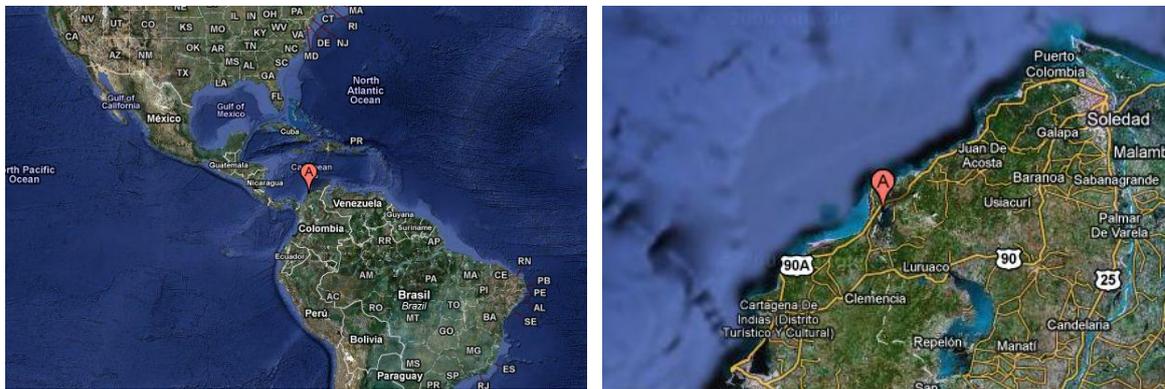
De acuerdo al anterior estudio, podemos resaltar las salinas de Galerazamba, sus playas, los complejos hidrológicos, el volcán del totumo, como la materias primas necesarias

para la presentación del servicio, razón de ser del proyecto, adicionalmente está cercano al eje de mayor desarrollo inmobiliario del país, cuenta con recursos naturales únicos, como los mencionados, junto con la proximidad de las ciudades de Barranquilla y Cartagena con sus correspondientes atributos.

4.2.1.1. Macrolocalización del proyecto

GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT, estará ubicado en Colombia, en el Departamento de Bolívar, frente al Mar Caribe en la Costa Atlántica, en la mitad Entre las ciudades de Cartagena y Barranquilla, a 45 Km por la Vía del Mar (30 minutos).

Grafico 2-5. Macrolocalización del proyecto



Fuente: Google Earth

Estará ubicado exactamente en el municipio de Santa Catalina de Alejandría, corregimiento de Galerazamba.

Grafico 2-6. Vías de acceso al lote del proyecto



Fuente: Autores del Proyecto

El proyecto se encuentra a 45 kilómetros de Cartagena sobre la doble calzada a Barranquilla.

Grafico 2-7. Vías de acceso al lote del proyecto (2)



Fuente: Autores del Proyecto

Cuenta con una carretera de acceso, a 4.5 kilómetros de la principal, en una carretera destapada en muy buen estado, la cual estará completamente pavimentada en el término de 1 año.

4.2.1.2. Microlocalización del proyecto

Gráfico 2-8. Vista satelital del lote del proyecto



Fuente: Autores del Proyecto

Gráfico 2-9. Playas cercanas al lote del proyecto



Fuente: Autores del Proyecto

En estas panorámicas podemos ver el área que corresponde a las playas del proyecto y la pendiente de acceso del área en el que se desarrollará el Proyecto. La longitud de la playa es de aproximadamente 350 metros

En esta área se planea adaptar el playón para construir piscinas naturales de mar. La Carretera de entrada a Galerazamba, pasa por el costado izquierdo del lote

Grafico 2-10. Vías de acceso y su articulación con el lote del proyecto



4.2.2. Análisis del tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de prestación del servicio por la unidad de tiempo que se defina, en el caso de este proyecto será la capacidad de atención por día, pero teniendo en cuenta aquellos días en donde haya temporadas altas, que es donde se presentarán mayor cantidad de usuarios, no obstante este proyecto enfrenta las restricciones de recursos, teniendo en cuenta que son altos los costos de hacer piscinas adicionales, y que no se puede limitar a los usuarios en la utilización de las mismas.

Las terapias ofrecidas en el spa serán:

- Hidrocinesiterapia
- Hidromasaje
- Peleidoterapia
- Psammoterapia
- Piscinas a chorros
- Algoterapia
- Lodoterapia

La demanda del servicio está dividida en dos poblaciones de clientes, a saber:

- Usuarios locales
- Turistas

Para los usuarios locales la demanda esperada es aproximadamente 700 tratamientos mensuales. Sin embargo teniendo en cuenta que la frecuencia de la demanda se da en su mayoría de jueves a domingo, podríamos decir, con un margen de error, que la demanda del servicio por parte de usuarios locales se da 16 días al mes, aproximadamente.

Estaríamos hablando de 43 personas diarias.

Para los turistas, en donde la demanda es estacional, y que principalmente se presenta en los meses de temporada alta como son Enero, Abril (Semana Santa), mitad de Junio y Julio, Noviembre y Diciembre, la demanda estimada para el primer año es de más de 8.116 personas, cerca de 1623 mensuales (meses temporada alta), y 54 turistas diarios aproximadamente en estas temporadas

De acuerdo a lo anterior, podríamos decir que la capacidad inicial del Spa tendría que ser para atender a 97 personas diarias, aunque en algunas temporadas sea menor o solo se cuente con los usuarios locales.

A continuación se presenta la descripción de la capacidad de la infraestructura:

Tabla 2-11: Capacidad de la Infraestructura Física

SERVICIO	Capacidad Máxima (Nº de Personas)	Duración promedio de la sesión (Minutos)
PISCINAS A CHORROS	16	30
PISCINAS DINÁMICAS	8	30
PISCINAS DE CONTRATETE TÉRMICO	7	30
JACUZZI	3	25
ZONA DE MASAJES	9	20
PISCINA MARINA	36	60
Totales	79	

Fuente: Autores del Proyecto

Para atender la demanda prevista en las temporadas altas es necesaria una infraestructura como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2-12 Infraestructura física necesaria

CANTIDAD	PRODUCTO	Capacidad Máxima (N° de Personas)	N° de personas con capacidad de atender por sesiones definidas	Duración promedio de la sesión (Minutos)
1	PISCINAS CHORROS A	16	16	30
2	PISCINAS DINÁMICAS	8	16	30
2	PISCINAS DE CONTRATETE TÉRMICO	7	14	30
2	JACUZZI	3	6	25
1	ZONA DE MASAJES	9	9	20
1	PISCINA MARINA	36	36	60
	Totales	79	97	

Fuente: Autores del proyecto

La anterior es la capacidad máxima, si partimos del supuesto que se prestara servicio a los 97 usuarios al tiempo.

Ver plano del proyecto en el Anexo N°4.

4.2.3. Aspectos de seguridad para la construcción y operación de piscinas

Teniendo que cuenta que los procesos misionales del spa se concentran en la práctica de la talasoterapia, utilizando el agua con fines terapéuticos, se presentan a continuación las normas mínimas de seguridad para las piscinas¹¹:

- No se debe permitir el acceso a menores de doce (12) años sin la compañía de un adulto;
- Deberá mantenerse permanentemente el agua limpia y sana, cumpliendo los requisitos higiénico-sanitarios establecidos por la secretaria de salud. El tratamiento de desinfección química debe cumplir las condiciones que establezca el reglamento para proteger la salud de los usuarios;
- Se deberá tener un botiquín de primeros auxilios con material para curaciones;

¹¹ Ley 1209/2008

- Deberán permanecer en el área de la piscina por lo menos dos (2) flotadores circulares con cuerda y un bastón con gancho;
- Se deberá escribir en colores vistosos y en letra grande, visible con claridad para cualquier persona la profundidad máxima de la piscina;
- Deberá haber en servicio las veinticuatro (24) horas del día en el sitio de la piscina un teléfono o citófono para llamadas de emergencia;
- Es obligatorio implementar dispositivos de seguridad homologados, como son: barreras de protección y control de acceso a la piscina, detectores de inmersión o alarmas de agua que activen inmediatamente un sistema de alarma provisto de sirena y protección para prevenir entrapamientos.

Por otra parte se instalarán cubiertas antientrapamientos en el drenaje de las piscinas; deberá equiparse la bomba de succión de las piscinas con un sistema de liberación de vacío de seguridad, un sensor de emergencia que desactive la succión automáticamente en caso de bloqueo del drenaje; existirá dispositivo de accionamiento manual que permita detener la bomba de succión. Este dispositivo deberá reposar en un sitio visible, señalizado como tal y de libre acceso y deberán tener por lo menos (2) dos drenajes.

Se pretenden señalar de manera visible los planos de la piscina indicando los tubos de drenaje. Los detalles de la piscina relativos a sus planos y, en especial, de sus tubos de drenaje deberán incluir dimensiones y profundidad, características, equipos y plano de todas las instalaciones.

Las piscinas tendrán marcar de forma visible la profundidad de la piscina. Las piscinas de adultos deberán ser marcadas en tres (3) partes indicando la profundidad mínima, la máxima y la intermedia.

En el fondo de la piscina se avisarán con materiales o colores vistosos los desniveles, con colores distintos para cada desnivel. Las piscinas tendrán un sistema de circulación de agua óptimo, según lo ordene el Reglamento que expide el Gobierno Nacional.

4.2.4. Análisis de las materias primas del proyecto

Las materias primas necesarias para el funcionamiento del GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT son:

- **Agua de Mar:**

La Talasoterapia está basada en el entorno marino y el agua del mar, ésta contiene más de 80 elementos necesarios para el buen funcionamiento del organismo humano, teniendo algunos de ellas las características de ser antitumorales, antibacterianas y antivirales.

La composición del agua de mar es similar a la del plasma sanguíneo. Esto hace que por medio de la absorción osmótica para que el organismo recupere su equilibrio. Este proceso natural ocurre en todas las células vivas y se basa en el flujo de agua por difusión desde zonas donde se encuentra relativamente pura, con baja concentración de sales, a zonas donde se encuentra con alta concentración, a través de una membrana semipermeable. El resultado final es el equilibrio de concentraciones entre los dos medios.

- **Sales Marinas**

Es un elemento que embellece y acelera el proceso de renovación celular. Las sales de por sí, nos aportan la energía que necesita el organismo y son especialmente buenas para apretar partes del cuerpo que se encuentren sueltas, por eso la importancia de los baños en el mar.

- **Barro o Lodo:**

El barro sirve para mejorar la salud en numerosas patologías. Las propiedades curativas del barro se basan en el poder regenerador, refrescante, desinflamante, descongestionante, purificador, cicatrizante, antiséptico, absorbente y calmante que posee la tierra, tiene minerales naturales que recoge del agua y de la tierra (hierro, magnesio, azufre, cobre).

Para otros tratamientos corporales se necesitan cremas para masajes, esencias, mascarillas o cremas especiales, así como insumos como algodones, gasas, pañuelos desechables

4.2.4.1. Adquisición de materias primas:

Para la utilización del agua de mar como recurso, es necesario la solicitud de permisos a los órganos correspondientes, el procedimiento estaría centrado en la gestión la

obtención de una concesión con la agencia marítima La Dimar S.A. para la utilización del agua de mar, la cual es propiedad del Estado, así como para la construcción de piscinas es necesario cumplir con lo establecido en la ley de piscinas, la cual se explicará con más detalle en los aspectos legales del proyecto.

Las sales marinas serán adquiridas a la empresa que en la actualidad cuenta con la concesión de Salinas de Galerazamba, estas sales son compradas por bultos, los cuales son distribuidos por la mencionada empresa.

Los productos adicionales serán adquiridos con diferentes proveedores, los cuales se encargan de dotar a diferentes spa del país, con productos de excelente calidad.

4.2.5. Análisis de la tecnología del proyecto

Este tipo de centros requiere, para su buen uso y reconocimiento, un equipamiento cada vez más sofisticado, diseñado específicamente para prestar servicios de calidad, puesto que la característica principal de los clientes es su alto grado de exigencia.

Los Spa y en general los centros de talasoterapia o mixtos, son sinónimo de lujo, evasión y cuidados excepcionales, cada uno es diferente y se distingue de la competencia por su ambiente, por su decoración, y por los servicios que ofrece. En cualquiera de los casos, el agua representa el elemento central en torno al que se concibe todo el diseño del spa. Los beneficios de la hidroterapia se funden aquí con la eficacia de los cuidados estéticos y las virtudes relajantes de masajes venidos de todo el mundo.

Para poder llevar a cabo con éxito este conjunto de actividades, GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT, requiere un diseño de avanzada tecnología y un equipamiento específico y muy variado, porque muchos de estos tratamientos, aunque complementarios, se aplican de modo muy diferente. Los fabricantes especializados en este sector rivalizan en imaginación: una combinación entre tecnología y diseño cada vez más elaborado, que permite la integración armoniosa del equipamiento dentro de estos espacios de salud, belleza y bienestar.

El agua se utiliza aquí en todas sus aplicaciones: en baños, en jacuzzis, en duchas afusión, con atomizadores o como vapores en piscinas de contraste térmico. En la mayoría de los casos, esta agua se utiliza enriquecida con algas, aceites esenciales u oligoelementos que le atribuyen sus propiedades tratantes, en el caso de la Talasoterapia

utilizaremos agua de mar como tratamiento fundamental, utilizando piscinas marinas. La temperatura del agua tiene gran importancia, puesto que el calor provoca una dilatación reparadora y relajante de los vasos sanguíneos, mientras que el frío provoca una vasoconstricción que calma el dolor y estimula y limpia el organismo. La combinación de frío y calor crea un efecto de bombeo que, además de estimular el sistema circulatorio, ayuda a eliminar mejor las toxinas. Gracias a estos equipos “inteligentes” se pueden llevar a cabo distintos cuidados corporales: adelgazamiento, tratamiento reafirmante, remineralización.

Por lo anterior GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT contará con:

- ***Piscinas dinámicas:***

Con el objetivo de ofrecer un verdadero bienestar, el baño de hidromasaje combina tres elementos fundamentales: calor del agua (entre 35 y 40°C), masaje corporal y sensación de ligereza. Sumergido en las piscinas dinámicas, el cuerpo recibe un hidromasaje gracias a chorros de agua, que salen de los cuellos de cisne, o de aire, o incluso gracias a flujos mixtos de agua y presión. La potencia y la duración de estos chorros de agua y aire se pueden personalizar en un hidromasaje corporal completo o parcial, como, por ejemplo, para realizar un masaje de los pies a la cabeza siguiendo los meridianos de acupuntura, acostados en una cama de agua.

Según el programa escogido, el baño será tonificante, adelgazante, o profundamente relajante. Las esencias aromáticas que se añaden al agua ejercen efectos positivos y directos sobre el organismo y la piel, y complementan este excepcional momento de baño.

El equipamiento de hidroterapia debe integrarse perfectamente en el entorno para despertar el placer de todos los sentidos. La armonía de volúmenes, colores y acabados tiene que ser acorde con el espacio en el que se encuentra.

- ***Jacuzzi***

El jacuzzi, es básicamente una tina equipada con chorros de agua y aire. Puede ser de tamaño pequeño, para uso individual, o más grande, para compartir entre varias personas a la vez, en este caso, tendrán la capacidad para 3 personas. Su principio de funcionamiento es muy parecido al de la bañera de hidromasaje, excepto por su sistema

de filtración, que permite el reciclaje permanente del agua. Al contrario que en las bañeras, en éstas no se puede añadir aceites esenciales o algas al agua, ya que se corre el riesgo de obstruir el sistema de filtración. La potencia de los chorros de agua y de aire se puede ajustar para un masaje corporal global o local. El jacuzzi es muy apreciado en las curas de adelgazamiento, y, también, por sus efectos tonificantes o relajantes.

○ ***Equipamiento para tratamientos y masajes***

El equipamiento de GALERAZAMBA MARINE SPA & RESOSORT tendrá en cuenta la funcionalidad para los profesionales, la comodidad de los clientes, y el diseño. Las mesas de masaje serán en maderas preciosas o exóticas, de modo que se integran en la decoración de manera armoniosa, para lograr un ambiente relajante y refinado. Existen tumbonas térmicas, de líneas refinadas y contorneadas, que se calientan para ofrecer un momento único de relax, lo mismo que algunas mesas de masaje, que aprovechan las propiedades caloríficas de la piedras, de las cuales también se contarán en el centro.

De la misma forma se utilizarán los mejores equipos importados y nacionales para tratamiento de aguas, las piscinas contarán con tecnología y equipamiento expulsivos de hidrotor, con jets diferentes para masajes en distintas partes del cuerpo, éstos son graduables y permiten gradual la potencia de cada uno de manera independiente.

Grafica 2-11. Tecnología y equipamiento expulsivos de hidrotor

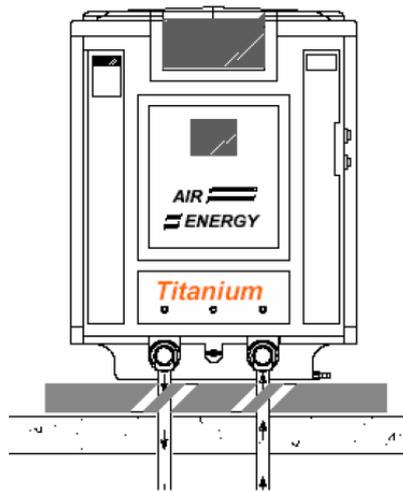


Fuente: www.hidrotor.com.ar

Los equipamientos Premium de Hidrotor son los más avanzados en tecnología aplicada a la Hidroterapia, cuentan con un sistema Premium Spa, que expulsa burbujas, este equipamiento es sistema de inyección de aire a través del piso de 3 velocidades y un sistema de inyección de aire a través de los jets, le brinda al hidromasaje 4 niveles de potencia.

Para la climatización de las piscinas se contará con un sistema de bombas de calor de un modelo estándar de 125 metros cúbicos: 88 x 88 x 94 cm. Sus componentes son de PVC y titanio, por lo que se puede decir que ostenta una gran resistencia a la corrosión sin que vaya a suponer ningún problema el que esté instalada en una piscina que funcione con clorador salino, como es nuestro caso.

Grafica 2-12. Bombas de calor de 125 metros cúbicos: 88 x 88 x 94 cm



Fuente: [www. cuesasport.com](http://www.cuesasport.com)

Las ventajas que presenta el sistema de bomba de calor frente a otros sistemas de climatización del agua son el ahorro de consumo eléctrico, es un método ecológico e instalado con rapidez y facilidad.

El sistema de iluminación de las piscinas será con unos focos sumergidos en la piscina de una potencia de 300 W alimentada a baja tensión (12 voltios) por un transformador de seguridad, de la misma forma se contará con Otras opciones de iluminación como los halógenos o los leds que cambian de color automáticamente.

Las piscinas tendrán un sistema de contracorriente, la cual aspira el agua de la piscina, mediante una bomba y la devuelve a presión, su instalación es perfectamente posible en todo tipo de piscinas nuevas, normalmente se instalará en una caseta de fibra suplementaria colocada lo más cercana posible al lugar del accesorio en el vaso.

También se adquirirán aparatos de limpiezas de piscinas.

De igual forma es indispensable un sistema de tratamiento de aguas, el cual contará con un desnatador de superficie, que se encarga de aspirar las impurezas flotantes en la superficie del agua. Su eficacia máxima es de 10 m³/h. Por lo tanto es imprescindible como mínimo un skimmer por cada 50 m² de lámina de agua.

Este sistema también tendrá boquillas de fondo, las cuales se colocan en el lugar más profundo de la piscina y sirve para drenar hacia el filtro las partículas en suspensión del agua. El 5% de bacterias a las que no afectaba el skimmer, no es un número desdeñable. Por ello, la boquilla de fondo es necesaria, así como las boquillas de impulsión, que son una pieza que permite el regreso del agua filtrada a la piscina.

Se contará de la misma forma con bombas, que permitan la aspiración del agua, su paso por el filtro y su devolución a la piscina. Está dotada de un motor monofásico (trifásico por encargo), su capacidad se calcula en función del agua a tratar.

4.2.6. Plan de mantenimiento

Para el mantenimiento del centro, es necesario un sistema de control, con el fin de detectar y corregir los defectos que surjan por defectos en el diseño, defectos constructivos o por el uso de la infraestructura y equipamiento.

Se necesitan dos tipos de acciones a desarrollar: Mantenimiento preventivo y Mantenimiento correctivo

4.2.6.1. Mantenimiento Preventivo

Este tipo de mantenimiento, que se aplicará al sistema de instalaciones hidráulicas, gas y eléctricas, con el fin de anticiparse a la falla y evitar reparaciones urgentes que ocasionan pérdidas económicas y operativas en el spa así como molestias al huésped.

Se programarán cuatro tipos de acciones: inspección, servicio, corrección y reparación.

- Inspección:
 - Ocular: se detectan las fallas que se encuentran a la vista: corrosión, desgaste, etc.
 - Sensible al olfato: en este caso, pueden percibirse fugas de gas, elementos a punto de quemarse.
 - Sensibles al tacto: se advierten vibraciones, humedades, temperaturas, etc.

- Servicio: se programarán un conjunto de acciones periódicas para que el sistema funcione correctamente. Como los mantenimientos en términos de limpieza de piscinas, equipos eléctricos informáticos y tecnológicos, etc.
- Corrección y reparación: aquí se encontrarán todas las acciones implementadas ante desperfectos, desgastes por paso del tiempo y emergencias para que el sistema funcione correctamente.

Se debe implementar un Plan de Mantenimiento preventivo que incluye los siguientes puntos:

- Especificar detalladamente a qué área del edificio e instalaciones se proporcionará servicio de mantenimiento, para lo cual es necesario detallar e identificar los equipos involucrados.
- Contar con datos acerca de la operación de mantenimiento requerida, partes componentes y exigencias de cada equipo.
- Disponer de manuales de revisión que incluyan: métodos, rutas, herramientas e instrumentos necesarios.

4.2.6.2. Mantenimiento Correctivo

Para este tipo de mantenimiento se planifican todo el conjunto de actividades destinadas a corregir desperfectos o fallas en el momento en que se presentan.

Es recomendable utilizarlo lo menos posible, pues resulta generalmente más caro que el mantenimiento preventivo, ya que las reparaciones son regularmente más onerosas, consumen más tiempo y además, podrían ocasionar molestias a los clientes de GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT.

Se relacionará todo aquello que ha de estar bajo la vigilancia y control de mantenimiento. Determinar sobre qué elementos concretos debemos aplicar las revisiones y la periodicidad de las mismas.

Para el mantenimiento de las piscinas se debe tener en cuenta:

- **PH**
 - Medir el pH al menos 1 vez por semana.

- El valor del pH del agua de la piscina debe estar comprendido entre 7,2 y 7,6. Así se evitan los "ojos rojos" y se logra una mayor eficiencia en el uso del cloro. Si está más alto o está más bajo, el cloro no actúa, y es tirar el dinero destinado al mantenimiento de piscinas.
- Si es necesario, usa un producto incrementador de pH o un producto reductor de pH.
- Al agregar agua nueva a la piscina analiza el pH y el cloro y ajústalos.

- **Cloro**

- El cloro mantiene limpia y cristalina el agua. Su función es destruir microorganismos como bacterias, hongos, etc.
- Se debe controlar el nivel de cloro al menos 1 vez por semana en verano. Debe mantenerse entre 1 y 1,5 partes por millón (p.p.m.).
- Cuando la piscina ha sido usada por mucha gente se debe aumentar la dosis de cloro.
- El cloro debe ser usado con ropa de trabajo
- Las pastillas de cloro no se deben tirar directamente a la piscina porque "quema" la pintura del fondo y deja manchas blancas.

- **Antialgas**

La formación de algas causa agua verde y superficies resbaladizas, es necesario tratarlas a tiempo para eliminarlas con mayor facilidad. Para esto se debe añadir una dosis apropiada de antialgas para mantener el agua limpia. Esta se debe añadir cada vez que se cambie el agua de la piscina, ya que el agua nueva sin tratar es más propicia a crear algas.

- **Floculante**

El agua de las piscinas se pone turbia por algas, polvo, sales, etc. Estas partículas son de un tamaño tan pequeño (coloidal) que no son retenidas por la arena de la depuradora. Para su eliminación están los **floculantes**. Lo que hace es aumentar el tamaño de las partículas coloidales en suspensión y provocar su decantación al fondo de la piscina, siendo entonces fácil sacar con el limpiafondos.

Cuando se añaden floculante, no se debe permitir el baño hasta haber pasado el limpiafondos.

- Filtrado en el mantenimiento de piscinas

Se debe dejar la bomba funcionando todos los días en temporada de baño desde las 10 de la mañana hasta el atardecer, si está corrigiendo **un problema de algas o turbidez**, se debe dejar en funcionamiento durante la noche también.

Grafica 2-13. Filtro de Arena



Fuente: www.sefiltra.com

Grafica 2-13. Depuradora



Fuente: www.depuradorasdeaguas.es

Siempre se deben realizar las aperturas y cierres de válvulas con la bomba parada, al igual que los cambios de posición de la válvula selectora, una a dos veces por semana se deben limpiar los filtros de arena.

Cuando la presión en el filtro haya subido por encima de 1,3 Kg./cm² significa que se deben lavar. Con el lavado a contra-corriente se consigue invertir el sentido de circulación del agua en el filtro y con ello se expulsa al desagüe las materias filtradas.

La arena del filtro se debe cambiar cada 3 ó 4 años dependiendo del uso del mismo.

4.3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.3.1. Aspectos legales del proyecto

Para el desarrollo de este proyecto se pretende constituir una sociedad limitada, para lo cual se necesita realizar una escritura pública de constitución de la sociedad en una notaría, para posteriormente inscribirla en la Cámara de Comercio de Cartagena para la obtención del registro mercantil. Además se inscribe el establecimiento de comercio a GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT dentro del registro mercantil de la sociedad limitada anteriormente registrada. De la misma forma es necesaria la obtención del Número de Identidad Tributaria (NIT) y del Registro Único Tributario (RUT) ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Una vez constituida la sociedad y definidos los planos definitivos del proyecto se solicita el permiso de construcción ante la secretaria de planeación del municipio de Santa Catalina de Alejandría (este trámite administrativo no tiene costo), esta secretaria expide una licencia de construcción de acuerdo a lo establecido en la ley 388/98 y al Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio.

Teniendo en cuenta que la obra civil contempla piscinas, se deben garantizar que los planos cumplan con lo establecido en la ley 1209/2008, por medio de la cual se establecen las normas de seguridad en piscinas.

Los planos deben contener detalles de instalación, servicios de información con respecto a los componentes individuales del sistema de circulación, como bombas, filtros, sistema de dosificación de químicos, entre otros.

Se debe solicitar una licencia ambiental a la corporación autónoma regional correspondiente para el caso del spa debe ser a CARDIQUE. De la misma forma se deben tener en cuenta los Lineamientos de Política para el Manejo Integral del Agua y las Política de ordenamiento integrado y Desarrollo Sostenible de las zonas costeras

Para la licencia de funcionamiento es necesario solicitar una licencia de operación y de salubridad a la secretaria de salud del Municipio, así como una certificación de idoneidad expedida por el cuerpo de policía.

Para la utilización del agua de mar para la piscina marina se debe solicitar un permiso a Dimar S.A.

El control de las piscinas se da conforme lo establece la ley de piscinas, mediante inspecciones físicas y del plan de seguridad y el manejo de las operaciones diarias del spa.

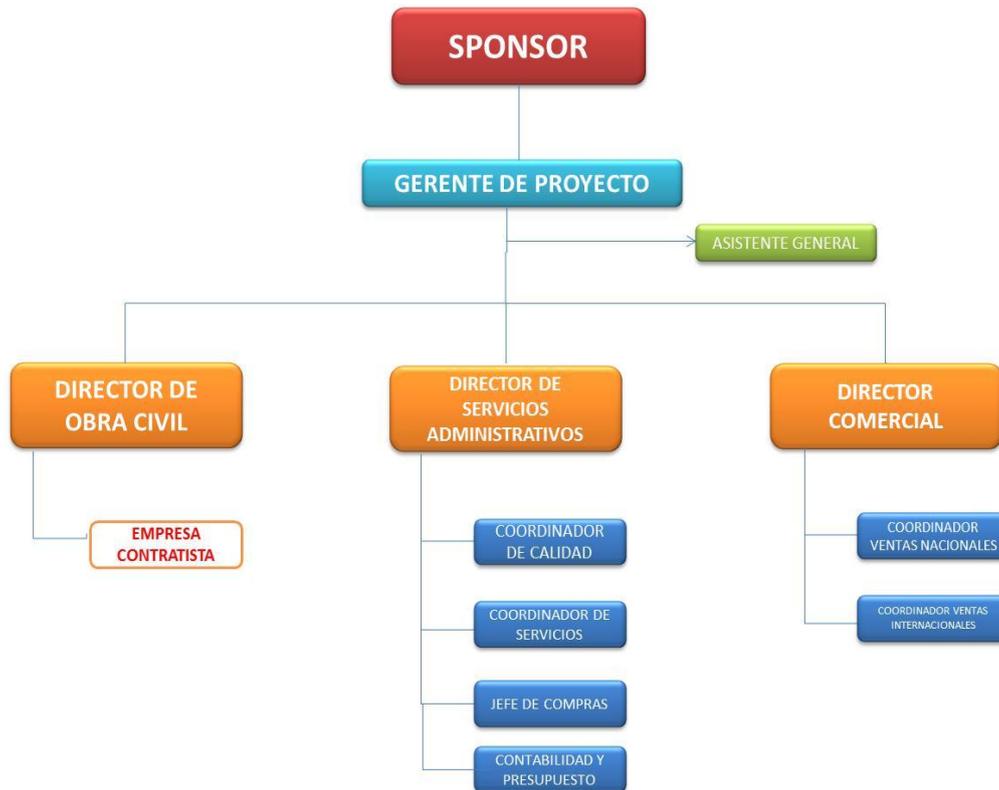
4.3.2. Organigrama del proyecto

Se diseñó una estructura funcional del proyecto, puesto que los trabajos se encuentran claramente definidos, identificados y estructurados de forma independiente en cada departamento.

El Gerente de Proyecto, será la persona encargada para alcanzar los objetivos del proyecto, de él dependerán un Director de Obra Civil, que garantizará el desarrollo de la obra, y desarrollará procesos de control al contratistas, de tal forma que se cumplan con los plazos, especificaciones y costos planificados.

De la misma forma habrá un Director de Servicios Administrativos que se encargará de la gestión de los procesos de calidad, servicios, contratación, compras, y presupuesto. Por último el Director Comercial deberá garantizar el cumplimiento de las metas de ventas establecidas en el estudio financiero.

Grafica 2-15. Organigrama del proyecto



Fuente: Autores del Proyecto

4.3.3. Planteamiento Estratégico

4.3.3.1. Misión

Nuestra misión en GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT es ofrecer el mayor bienestar y disfrute para nuestros clientes, promoviendo la salud para todos, como una empresa que ofrece servicios turísticos de salud, pero igualmente un espacio abierto para todos, integrando al ser humano con la naturaleza, y que logra un crecimiento sostenible sin agotar el medio ambiente natural y preservando la cultura de la comunidad local.

4.3.3.2. Visión

Nos vemos a 2014 como una empresa rentable y estructurada con un alto impacto en la Región, siendo el primer SPA MARINO de la Costa Caribe de Colombia; con una marca reconocida y posicionada en el sector turístico, de estética y bienestar a nivel regional y continuando con la expansión de la empresa por medio un eco parque orientado completamente a la vida marina.

5. CAPITULO II

5.1. EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

5.1.1. Identificación y evaluación de Impactos

Para la identificación y evaluación de los impactos ambientales, se relaciona el conocimiento del ecosistema con las actividades involucradas en el desarrollo del proyecto. Considerando el proyecto, se identificaron las actividades que podrían alterar las condiciones naturales del ambiente en el que se desarrollará el mismo y los elementos que serán afectados.

La identificación y evaluación de los impactos ambientales que se producirían por las actividades del proyecto en las fases de construcción y operación son presentadas en matrices simples donde se identifican las interacciones entre proyecto y medio ambiente y los impactos ambientales que ocasionaría la ejecución del proyecto.

Para la Fase de Construcción se han identificado tres principales acciones propuestas que son:

- Transporte de materiales para construcción;
- Almacenamiento de materiales para la construcción;
- Construcción de instalaciones.

5.1.1.1. Valoración del área de influencia

Tabla 3-1. Valoración del área de influencia

ÁREA DE INFLUENCIA								
ACTIVIDAD	COMPONENTES							
	FISICO				BIÓTICO		SOCIOECONÓMICO	
	Piasaje Naural	Suelos	Aire	Agua	Flora	Fauna	Población	Economía
1. Transporte de materias para construcción	Directa e Indirecta	Directa		-	-	Directa e Indirecta	Regional	Regional
2. Almacenamiento de materiales para la construcción	Directa e Indirecta	Directa e Indirecta		-	-	Directa e Indirecta	Regional	Regional
3. Construcción	Directa e Indirecta	Directa e Indirecta	Directa	Directa	Directa	Directa e Indirecta	Regional	Regional
Directa: confinada al área de actividad del proyecto								
Indirecta: Zonas alrededor del área de influencia								
Regional: se extiende fuera de área de influencia indirecta del proyecto								

Fuente: Autores del Proyecto

5.1.1.2. Sensibilidad Socioeconómica

Tabla 3-2. Sensibilidad Socioeconómica

SENSIBILIDAD SOCIECONÓMICA			
CRITERIO	COMPONENTE	SENSIBILIDAD	OBSERVACIONES
GENERACIÓN DE INGRESOS	Oportunidades de empleo directo (empleados o por venta de suministros)	Media	Las personas que se contratarán en el spa debe ser recurso calificado para lasterapias, sin embargo se prevee la contartación de personas para mantenimiento, los cuales se pretende que sean de la zona de influencia.
	oportunidades de empleo indirecto (economias externas)	Alta	Con la mayor afluencia de turistas se espera que surjan nuevos productos a comercializar, como artesanias, comidas típicas, etc.
ASPECTOS CULTURALES	Apreciación de la visita de turistas	Alta	Los residentes están abiertos a la recepción de turistas, por la experiencia del atractivo turístico del Volcan del Totumo.
	Conocimiento del mundo exterior	Baja	
EDUCACIÓN	Educación	Baja	No existe relación entre la educación de la comunidad y el turismo.
CALIDAD DE VIDA	Calidad de Vida	Baja	

Fuente: Autores del Proyecto

Tabla 3-3. Matriz de Interacciones

MATRIZ DE INTERACCIONES - FASE DE CONSTRUCCIÓN					
MEDIO AMBIENTE	FACTORES	ACCIONES DEL PROYECTO EN LA FASE DE CONSTRUCCIÓN			TOTAL DE INTERACCIONES
		1. Transporte de materias para construcción	2. Almacenamiento de materiales para la construcción	3. Construcción	
FISICO	AIRE			X	1
	SUELO	X	X	X	3
BIOLÓGICO	VEGETACIÓN	X		X	2
	ANIMALES TERRESTRES	X	X	X	3
SOCIOECONÓMICO Y CULTURAL	PAISAJE	X	X	X	3
	EMPLEO	X	X	X	3
	SERVICIOS	X	X	X	3
				TOTAL INTERACCIONES	18

Fuente: Autores del Proyecto

5.1.2. Evaluación del Impacto Ambiental

Tabla 3-4. Matriz de Valoración de Impactos Ambientales con el método de Leopold

MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES (MATRIZ DE LEOPOLD)														
CONSTRUCCIÓN DEL PROYECTO "GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT"														
ACCIONES DEL PROYECTO (ASPI)	FARI	Paisaje	Aire	Flora	Fauna	Ruido	Ecosistema	Residuos Sólidos	Salud del ser Humano	Social	Número de Interacciones		Promedio	
												(+)	(-)	(+)
1. Transporte de materias para construcción		Modifica el paisaje por el tránsito de vehículos pesados para el transporte de materiales	Alteración de la calidad de aire por operación de las coqueetas de carga para el transporte de materiales			Alteración de los niveles de ruido por operación de las volquetas de carga para el transporte de materiales	Posibilidad de introducción de especies de flora y fauna y microorganismos		Posibilidad de afectación del sistema respiratorio con la emisión de polvo al transitar vehículos pesados con material de construcción	Incremento de la actividad socioeconómica por la actividad de venta, compra y transporte de materiales	1	5	(+) 7/8	3,8/ 4,6
		(-) 4/5	(-) 2/3			(-) 4/5	(-) 7/4		(-) 2/6	(+) 7/8				
2. Almacenamiento de materiales para la construcción		Modifica el paisaje por la acumulación de materiales para la construcción en la zona de influencia del proyecto		Posibilidad de afectación directa a especies de flora por acumulación de materiales			Posibilidad de introducción de especies de flora y fauna y microorganismos			Incrementa la actividad socioeconómica por la actividad de almacenamiento de materiales				
		(-) 1/2		(-) 4/6			(-) 8/7			(+) 7/8	1	3	(+) 7/8	4,3 / 5
3. Construcción		Modifica el paisaje por la construcción de los espacios arquitectónicos		Desplazamiento de especies por ruido de maquinarias para la construcción		Alteración de los niveles de ruido por operación de la maquinaria necesaria para la construcción.	Posibilidad de introducción de especies de flora y fauna y microorganismos	Disposición inadecuada de desechos sólidos por parte del personal responsable de la construcción	Posibilidad de afectación del sistema respiratorio con la emisión de polvo al transitar vehículos pesados con material de construcción	Incremento de la actividad socioeconómica en Galerazamba por la actividad de construcción del SPA MARINO				
		(-) 3/4		(-) 8/8	(-) 6/7	(-) 8/7	(-) 7/8	(-) 2/6	(+) 8/9	1	6	(+) 8/9	5, 6 / 6,6	
SÍNTESIS	Número de Interacciones	(+)								3	3			
		(-)	3	1	1	1	2	3	1	2		14		
	Promedio	(+)								(+) 7,3 / 8,3			(+) 7,3 / 8,3	
		(-)	(-) 4/ 3,6	(-) 2/3	(-) 4/6	(-) 8/8	(-) 5/6	(-) 7,6 / 7	(-) 7/8	(-) 2/6				4,56/ 5,4

Fuente: Autores del Proyecto

5.1.3. Análisis de Resultados

Cabe resaltar los impactos positivo que traería la construcción de las instalaciones de GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT, términos de generación de ingresos a los habitantes del corregimiento, puesto que son muchos los servicios y la mano de obra no calificada que se pueden contratar durante el transcurso de la obra civil.

Vemos que los factores ambientales más susceptibles a recibir impacto son la fauna, el ecosistema y los residuos sólidos, principalmente en la fase de construcción de la obra. Se debe tener en cuenta que el lote del proyecto esta distante de donde se encuentran los habitantes del corregimiento, es decir que el impacto sobre ellos no es significativo.

5.1.4. Plan de Manejo Ambiental

El Plan de Manejo Ambiental (PMA) se diseñó con base en la evaluación de los potenciales impactos ambientales de la construcción del proyecto “GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT”. El presente PMA incluye diferentes medidas cuyo objetivo general consiste en prevenir, eliminar, minimizar y mitigar los impactos del proyecto que puedan afectar al ambiente, así como brindar protección a las áreas de interés humano y ecológico donde se lo realizará.

A continuación se presentan las medidas generales de prevención y mitigación de los potenciales impactos ambientales relacionados con la construcción del proyecto “GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT”. Estas medidas se presentan de forma matricial, a saber:

Tabla 3-5. Plan de Manejo Ambiental

MEDIDAS DE PREVENCIÓN, MITIGACIÓN Y CONTROL		
ACTIVIDAD	IMPACTO	MEDIDAS
1. Transporte de materias para construcción	Paisaje: por vías de acceso a la zona del proyecto y modifica el paisaje por el tránsito de vehículos pesados	Adoquinar as vías de circulación de vehículos pesados o en su defecto humedecer permanentemente los caminos con la finalidad de mitigar las emisiones de polvo.
		Definir horarios de tránsito de vehículos pesados, con el fin de minimizar la sobrecarga vehicular en las áreas de circulación
	Aire: Alteración de la calidad de aire por operación de los volquetes de carga para transportar materiales	Utilizar lonas para cubrir las volquetas que trasladan el material de construcción, evitando la alteración del aire por el desprendimiento de partículas de polvo.
		Adecuar la vía de acceso, adoquinar las vías o en su defecto humedecer el camino con el fin de mitigar las emisiones de polvo
	Ruido: alteración de los niveles de ruido por operación de las volquetas de carga para el transporte de materiales	Implementar un plan de concientización de los trabajadores con el fin que no generen ruidos innecesarios al conducir los vehículos y las máquinas
	Ecosistema: Posibilidad de introducción de especies de flora, fauna y microorganismos	Elaborar manual de seguridad de trabajo, con los respectivas indicadores para el uso de los vehículos (velocidad límite, etc)
2. Almacenamiento de materiales para la construcción	Paisaje: modifica el paisaje por la acumulación de materiales para la construcción en la zona de influencia del proyecto	Acumular el material de acuerdo a una adecuada planificación de ejecución de obras evitando la sobre carga del área.
		Acumular el material únicamente en la zona destinada para esta actividad con el fin que las zonas boscosas que rodean el lote del proyecto sirva de barrera visual, minimizando el impacto.
	Flora: posibilidad de afectación directa a individuos de especies de flora por acumulación de materiales	Ubicar el material únicamente en la zona destinada para esta actividad, evitando la afectación de las áreas de influencia.
	Ecosistema: Posibilidad de introducción de especies de flora, fauna y microorganismos	Elaborar manual de control para evitar el ingreso de especies introducidas en la zona del proyecto.

MEDIDAS DE PREVENCIÓN, MITIGACIÓN Y CONTROL		
ACTIVIDAD	IMPACTO	MEDIDAS
3. Construcción	Paisaje: modifica el paisaje por la construcción de los espacios arquitectónicos	Los módulos arquitectónicos deben ser construidos con los lineamientos bio arquitectónicos, como por ejemplo, utilización de una madera tratada, minimización del impacto visual, etc. Delimitar el sendero de acceso público a las playas.
	Ruido: alteración de los niveles de ruido por operación de las máquinas necesarias para la construcción (remoción de tierras, mezcladoras de concreto, vibradores, taladros, etc.)	Implementar un plan de concientización de los trabajadores con el fin que no generen ruidos innecesarios al operar los vehículos y maquinarias.
	Flora: remoción de ejemplares de flora por parte de los responsables de la construcción	En lo posible se deben preservar los árboles y suprimir el mínimos de vegetación.
		Suprimir solamente la vegetación necesaria y preservar los nidos de animales y ecosistemas locales.
	Desechos sólidos: Disposición inadecuada de desechos sólidos por parte del personal responsable de la construcción	Capacitación de los trabajadores de la obra con el fin que se dé un adecuado manejo de los desechos generados en la etapa constructiva.
		Emplazamiento de baterías sanitarias portátiles para el uso de los trabajadores en la construcción.
	Fauna: Desplazamiento de especies por ruido de maquinarias para la construcción y perturbación de animales por comportamiento de los responsables de la construcción.	Implementar un plan de concientización dirigido a los trabajadores con la finalidad que no generen ruido innecesario al operar los vehículos y maquinarias, ni que se perturbe la fauna del área del proyecto.
Ecosistema: Posibilidad de introducción de especies de flora, fauna y microorganismos	Elaborar manual de control para evitar el ingreso de especies introducidas en el proyecto	
Salud del ser Humano: posibilidad de afectación al sistema respiratorio con la emisión de polvo al transitar los vehículos pesados con material de construcción.	El personal de la obra deberá utilizar mascarillas de filtro, con el fin que no ingresen partículas de polvo al sistema respiratorio.	

Fuente: Autores del proyecto

Para la implementación del PMA el proyecto define de manera clara las relaciones y funciones que deben tener con los diferentes responsables, con el fin de realizar las medidas de seguimiento y control del Plan de Prevención y Mitigación anteriormente planteadas. En el siguiente organigrama se grafica la estructura y responsabilidad sobre el PMA.

5.1.5. Estrategia ambiental del proyecto

GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT busca que el turismo del Municipio de Santa Catalina de Alejandría se lleve a cabo con una mayor calidad y diversidad en los servicios ofrecidos, desarrollando una cultura promotora de la actividad turística entre

los prestadores de servicios que permita la articulación entre los diferentes tipos de atractivos, generando un desarrollo económico sostenido, así como la sustentabilidad ecológica y beneficios sociales para los habitantes de la región.

Dentro de los objetivos en términos ambientales del proyecto tenemos:

- Aumentar la calidad de las instalaciones y servicios turísticos de la región
- Gestionar la protección del ambiente natural de la región.
- Promover el diseño y ejecución de nuevos productos turísticos, articulados con el SPA con bajo impacto ambiental que permitan un aprovechamiento racional de los recursos disponibles.

Estrategias Ambientales:

Nos planteamos dos grandes objetivos estratégicos que se convierten en criterios rectores de la estrategia ambiental del proyecto:

- conservar los recursos naturales, poniendo especial énfasis en el recurso agua, y
- Evitar la contaminación ambiental.

En la zona existen condiciones naturales ideales para llevar a cabo varios proyecto turístico que incluya actividades de ecoturismo, GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT se propone impulsar estas actividades, sustentado en un plan de capacitación ambiental en la comunidad que fortalezca el turismo ecológico en la región, y que mejore la calidad de la educación relacionada al servicio de turismo receptivo.

El Proyecto tiene como lineamiento fundamental brindar un servicio de calidad a los clientes y aportar sobremanera a la conservación del entorno natural. Este servicio de calidad ambiental y turística se efectuará con la puesta en operación del SPA MANINO, en el corregimiento de Galerazamba. La puesta en operación se la realizará paralelamente con el cumplimiento de las normas y leyes existentes que coadyuven al cumplimiento de un proceso de Turismo Sostenible. El proyecto basa sus acciones, propuestas de gestión e infraestructura de acuerdo a los siguientes aspectos:

- **Un Lugar sostenibles:**

El lugar de construcción del spa es en un terreno semibaldío, lo que contribuye a no afectar en gran medida la arborización.

- **Uso de energía solar y eléctrica de generación eólica**

El agua para el servicio de duchas y piscinas de contraste térmico, se calentará a través de paneles solares, ubicados en las cubiertas con el fin de evitar emanaciones por combustión y no contribuir negativamente al calentamiento global lo que en esta particularidad corresponde. La energía eléctrica requerida para el funcionamiento del SPA se lo hará a través de la conexión a la red pública, es generada por un sistema eólico, lo que permite que la producción de esta energía sea radicalmente benigna para el medio ambiente en tanto su producción no exige de la combustión de combustibles de origen fósil, lo que nos enmarca en un manejo muy amigable y responsable con el medio ambiente.

- **Materiales y Recursos:**

Para minimizar el transporte excesivo de materiales tanto para construcción como operación es necesario se creará un espacio o bodega donde se almacene estos materiales evitando impactos ambientales, reduciendo contaminación del aire, disminuyendo las basuras y promoviendo el reciclaje tanto de materiales como de recursos.

- **Calidad ambiental interior:**

Para obtener calidad interna y condiciones agradables hemos diseñado la estructura del spa muy abierta al aire natural, por el uso de las diferentes piscinas y del entorno ecológico adecuado del que contamos, pues es un área despejada de tráfico, de aire contaminado donde se resalta mucho la naturaleza, además es un lugar completamente silencioso donde no se presentara disturbio de ninguna clase.

- **Diseños Innovadores**

Se incentivara el uso de maquinaria con tecnología limpias, es decir utilizaríamos maquinaria actualizada y ahorradora de recursos pues es importante fomentar innovación pues con ello obtendremos mejores resultados.

- **Prioridad Regional**

Este aspecto es muy importante, pues unas de las ventajas de crear el spa en Galerazamba, es su región, la cual cuenta con hermosos atractivos naturales, que pueden ser mostrado, fomentando el turismo ecológico en la zona.

Otro aspecto importante es hacerle ver a la comunidad que este proyecto se hará para el desarrollo de su económico y social, que no va a impactar negativamente y que también es parte de ellos y que deben proteger este lugar turístico. También se debe concientizar a los clientes de cuidar el spa y de tener sentido de pertenencia hacia un lugar que los acoge con cariño y brinda a sus clientes el mejor servicio.

5.2. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL

5.2.1. Identificación de Impactos

GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT es un proyecto que busca prestar un servicio de bienestar para sus clientes, mediante la práctica de la Talasoterapia y demás terapias basadas en la utilización del medio marino.

Los insumos necesarios para la prestación del servicio es el agua potable, el agua de mar, sales marinas, lodos y demás cremas basadas en algas y otros productos propios del mar. Adicionalmente se necesitan equipo y productos para el funcionamiento y mantenimiento de las diferentes piscinas.

El servicio será prestado en un 100% en las instalaciones del GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT. Este consta de la práctica de terapias basadas en la Talasoterapia, con el fin de obtener la satisfacción de nuestros clientes.

Grafica 3-1. Análisis de insumos para evaluación económica



Fuente: Autores del Proyecto

INSUMOS

Inicialmente para el funcionamiento del proyecto se hace necesaria la importación de tecnología; aumentando las importaciones se da un sacrificio de recursos, puesto que es necesario el sacrificio de divisas para la adquisición de dicha tecnología (costo de los equipos y transporte), dando como resultado el un costo marginal económico.

Adicionalmente los insumos necesarios para la prestación del servicio el agua potable, el agua de mar, sales marinas, lodo y otras cremas y productos basados en el mar. Para algunos de ellos como el agua potable, las sales y las cremas y otros productos se produce un aumento en la producción nacional para los insumos o recursos naturales necesarios se da un aumento de la utilización de dichos recursos, dándose un aumento en el costo marginal.

Grafica 3-2. Análisis de Outputs para evaluación económica



SALIDAS

Las salidas del proyecto es el cliente satisfecho (una vez se le haya prestado el servicio).

Para los clientes o usuarios locales el efecto económico es un aumento en la producción nacional, ya que la Talasoterapia es un servicio que de cierta forma motivará el aumento en el consumo de la misma (cambio en las preferencias), para este escenario la valoración económica se realiza con la disposición a pagar de estos consumidores.

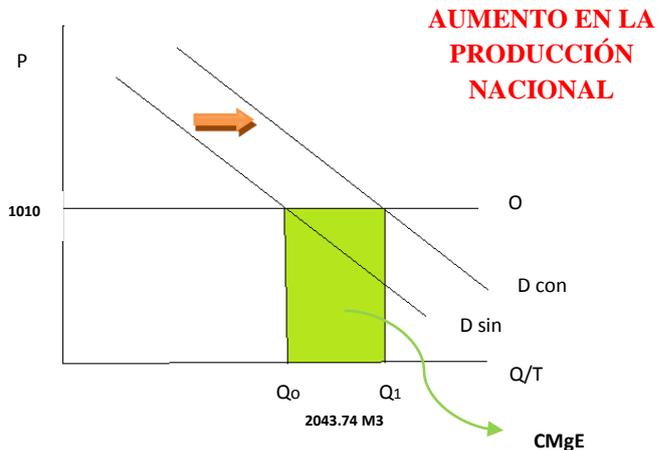
Por otra parte la demanda del servicio por parte de los turistas produce un desplazamiento de otros oferentes, dándose una liberación de recursos por la oferta desplazada, para lo cual el numerario será la divisa.

Fuente: Autores del Proyecto

5.2.2. Valoración de los Impactos

○ Insumos:

Grafica 3-3. Valoración de los impactos (Aumento de la Producción Nacional)



En el análisis del mercado interno observamos que el insumo agua potable genera un aumento en la producción nacional de éste, pero sin ocasionar cambios en el precio por sus mismas características (servicio público regulado). Para el precio \$1010 (precio del M3 de agua en el municipio de Santa Catalina de Alejandría) se ofrecen todas las cantidades que se demandan. El aumento de la demanda de agua potable gracias al proyecto hace que se desplace la curva de demanda en las 4724,9 M3 (consumo anual del proyecto). El mercado se ajusta vía cantidades demandadas, y toda la demanda requerida por el proyecto se satisface con incrementos en la producción nacional, por tanto el efecto sobre el país se da en sacrificio de recursos, éste se valora con el Costo Marginal Económico.

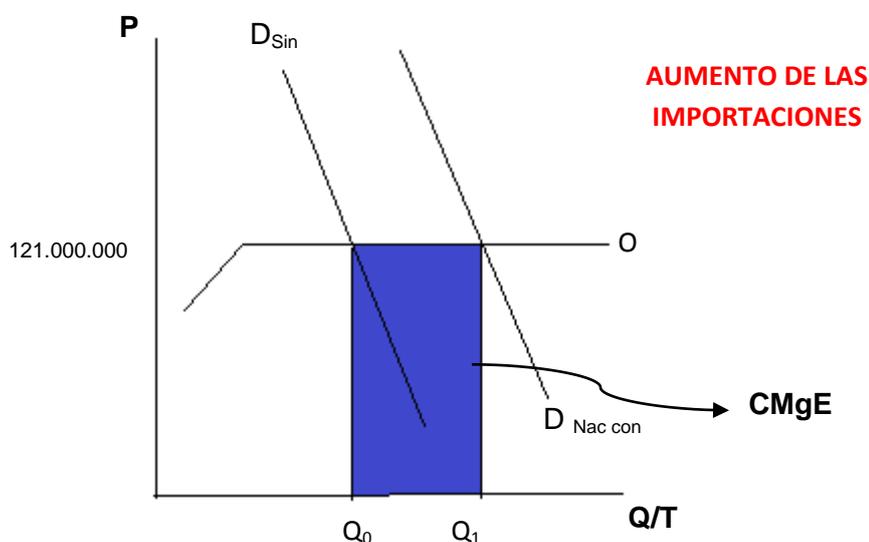
El costo marginal económico del proyecto es:

$$\text{CMgE} = 2034,74 \times 1010$$

$$\text{CMgE} = 2'055.087,4$$

De la misma forma se da un aumento en la utilización de recursos naturales como el agua de mar, sales marinas y lodos. Esto igualmente genera un sacrificio de recursos.

Grafica 3-4. Valoración de los impactos (Aumento de las importaciones)



El proyecto demandará tecnología que debe ser importada, como resultado se incrementa el flujo de importaciones gracias al proyecto, desplazando la curva de demanda del bien importado, lo que produce un sacrificio de recursos por la compra de la tecnología importada, más los costos de transporte hasta el sitio del proyecto.

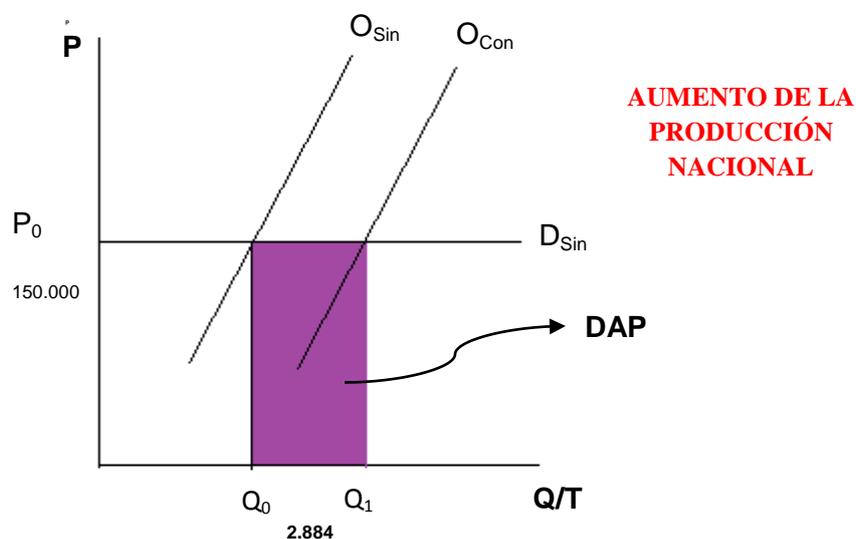
El $CMgE = 121.000.000 \times 1 = 121.000.000$.

- **Salidas**

El análisis de las salidas o productos del proyecto se analiza desde dos puntos de vistas, desde la demanda de usuarios locales y de la demanda por parte de turistas. A continuación se presenta la descripción de cada uno:

Para los usuarios locales:

Grafica 3-5. Valoración de los impactos (para usuarios locales)



Fuente: Autores del Proyecto

Teniendo en cuenta que la práctica de los tratamientos ofrecidos por el spa es novedosa en Cartagena, por tanto, los efectos económicos del proyecto estarán dados por un aumento en la producción nacional (aumento de la oferta del servicio). Lo de las cantidades demandas por usuarios locales está dado por el número de tratamientos al año.

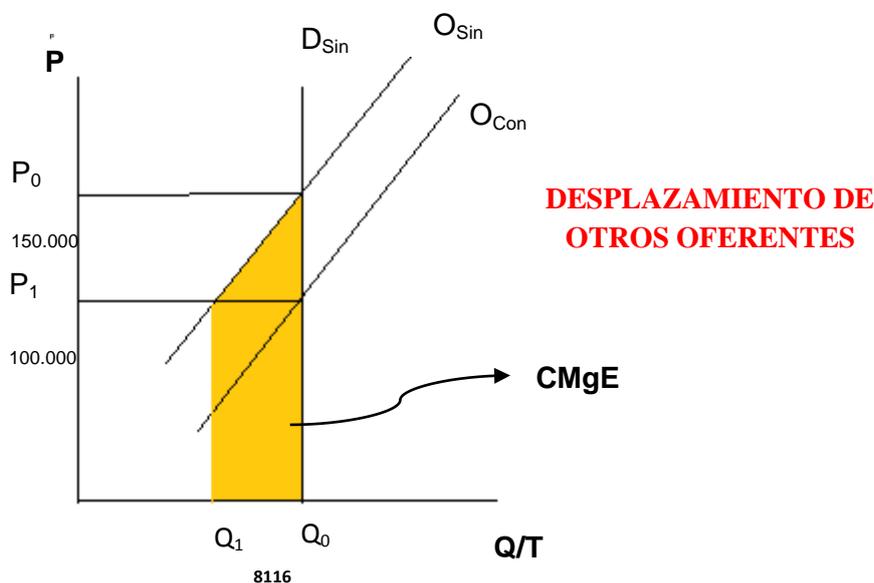
El aumento de la oferta total del mercado aumentará el consumo interno en 2.884 tratamientos/año (lo que ofrece el proyecto) y por tanto un incremento en el consumo del País.

El valor económico está dado, en este caso, por la Disponibilidad a Pagar, que corresponde a

$$\mathbf{DAP = 2.884 \times 150.000 = 374.920.000.}$$

Para los turistas:

Grafica 3-6. Valoración de los impactos (para turistas nacionales y extranjeros)



Fuente: Autores del Proyecto

Para el análisis de la demanda del servicio por parte de los turistas que llegan a Cartagena, se puede decir que las cantidades demandadas son fijas, puesto que el flujo de turistas depende de otras variables propias de la ciudad. El proyecto busca capturar el 5% del total de turistas que demandan este tipo de servicios, es decir 8116 turistas.

El impacto económico del anterior enunciado produce un desplazamiento de otros oferentes del servicio en las cantidades producidas por el proyecto (8116 tratamiento/año)

Teniendo en cuenta que la demanda por parte de turistas es fija en cada año, el ajuste del mercado se da vía precios, por lo cual se da un desplazamiento de la curva de oferta en las cantidades producidas por el proyecto, el valor económico de esta dada por la liberación de recursos que producida, y se calcula por la CMgE. El nuevo precio está dado por el que asigna el proyecto.

$$CMgE = (8.116) (100.000) + (8.116)(50.000)$$

2

$$CMgE = 933.340.000$$

5.2.3. Matriz de Impactos Económicos

Tabla 3-6. Matriz de impactos económico

	SIN PROYECTO	CON PROYECTO	SACRIFICIO O BENEFICIO PARA PAÍS
INSUMO PRINCIPAL (AGUA)	Se demanda las cantidades actuales	Aumenta las cantidades demandas de agua debido al incremento en el consumo en 4724,9 M3 gracias al proyecto.	Sacrificio de recursos para el país.
UTILIZACIÓN DE RECURSOS NATURALES	No se utilizan recursos naturales adicionales	Utilización de recursos naturales adicionales	Sacrificio de recursos para el país.
AUMENTO DE LAS IMPORTACIONES	El país puede o no importar tecnología.	El país importa tecnología.	Sacrificio de divisas para la adquisición y transporte de dicha tecnología hasta el sitio del proyecto.
PRESTACIÓN DEL SERVICIO	El país puede buscar otras formas de ofrecer servicios de bienestar y confort.	El país cuenta con más establecimientos que presten servicios de talla mundial que atraiga a nuevos turistas y que aumente el inventario turístico de la Región.	Aumento en el consumo de este de tratamiento.
	El país puede buscar otras formas de generación de ingresos para los habitantes de la zona (Municipio de Santa Catalina de Alejandría)	Se generan nuevos puestos de empleos directos, y de economías externas al spa.	Aumento en el ingreso nacional

Fuente: Autores del Proyecto

5.2.4. Cálculo del Precio Cuenta del Insumo

Tabla 3-7. Cálculo del precio cuenta del insumo

COSTO	PRECIO DE MERCADO	RPC	PRECIO ECONÓMICO
AGUA	2'055.087,4	2,65	5'445.981,61
TOTAL	2'055.087,4		5'445.981,61

Fuente: Autores del proyecto

RPC = Precio Económico/ Precio de Mercado

En este caso teniendo en cuenta que el insumo no asume costos de transporte puesto que va incluido en el precio de mercado, la RPC es de 2,65

5.2.5. Flujo Económico

Tabla 3-7. Flujo económico

FLUJO ECONÓMICO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BENEFICIOS		1.186.520.000	1.305.160.000	1.435.800.000	1.579.370.000	1.737.290.000
COSTOS		5.470.070	5.911.693	6.397.477	6.931.841	7.519.600
BENEFICIO NETO		1.181.049.930	1.299.248.307	1.429.402.523	1.572.438.159	1.729.770.400
INVERSIONES (LOTE, OBRA CIVIL, ESTUDIOS, DOTACIÓN Y INSUMOS PRIMER AÑO)	(3.378.026.005)					
FLUJO NETO ECONÓMICO	(3.378.026.005)	1.181.049.930	1.299.248.307	1.429.402.523	1.572.438.159	1.729.770.400
	TDS	12%				
	TIR	30%				

Fuente: Autores del Proyecto

Teniendo en cuenta que la TIR es mayor que tasa de descuento, los beneficios del proyecto cubren los costos económicos asociados al mismo y hacen que la inversión retorne, produciendo beneficios netos económicos positivos y representativos.

El análisis de insumos del proyecto se analiza desde el mercado interno por el consumo del agua potable, insumo necesario para la práctica de las diferentes terapias asociadas a la Talasoterapia. En este caso el CMgE del agua es de 2'055.087,4, equivalente a su precio de mercado (para el proyecto), el precio cuenta de este insumo es de 5'445.981,61.

De la misma forma para la puesta en marcha del proyecto es necesaria la adquisición de una tecnología que se debe importar, lo que produce un sacrificio de divisas equivalentes al costo de la tecnología. A esta última no se le calculó su precio económico puesto que no constituye un insumo, ésta hace parte de la inversión inicial.

El análisis de los recursos se da desde dos perspectivas, desde la demanda de usuarios locales y desde la demanda por parte de turistas; los primeros producen un aumento en las cantidades ofrecidas del servicio, desplazando la curva de oferta del servicio, la valoración se da por el aumento el consumo (calculada por la DAP), esto es equivalente a 374.920. 000.

Por otra parte el efecto de la demanda del servicio por parte de turistas produce un desplazamiento de otros oferentes de este tipo de servicios, debido a que la cantidad de turistas que llegan a Cartagena es fija en un año, y su variación está determinada por otras variables, sin embargo en el largo plazo el proyecto si puede afectar la afluencia de turistas.

El efecto del desplazamiento de oferentes hace que el precio disminuya, produciendo una liberación de recursos, calculado por el CMgE, equivalente en el primer año a 933.340.000.

Al realizar el flujo económico del proyecto obtenemos que la TIR (30%) es superior a la tasa de descuento (12%), garantizando el retorno de la inversión y demostrando que los beneficios económicos son suficientes para asumir los costos económicos del proyecto y obtener beneficios netos económicos significativos.

5.3. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.3.1. Inversiones

5.3.1.1. Inversión fija

Tabla 3-9. Inversión Fija

	Unidad	Cantidad	Valor	Total
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO				
Costo del lote	Global		300.000.000	300.000.000
Via de acceso	Global		100.000.000	100.000.000
Movimiento de tierras	Global		300.000.000	300.000.000
Acueducto	Global		250.000.000	250.000.000
Alcantarillado y saneamiento	Global		120.000.000	120.000.000
Instalaciones energía solar	Global		11.000.000	11.000.000
Instalaciones eléctricas	Global		50.000.000	50.000.000
Adoquín Vehicular	m2	819	45.000	36.855.000
Adoquín Peatonal	m2	4000	48.000	192.000.000
Bordillos Peatonal	ml	1200	22.000	26.400.000
Bordillos Vehicular	ml	200	65.000	13.000.000
Zonas Verdes	m2	1300	10.000	13.000.000
Piscina a chorro	Global	1	70.000.000	70.000.000
Piscina Marina	Global	1	14.000.000	14.000.000
Piscina Dinámica	Global	2	32.800.000	65.600.000
Piscina de contraste término	Global	2	75.000.000	150.000.000
Jacuzzi	Global	2	13.800.000	27.600.000
Zonas sociales	Global		90.000.000	80.000.000
Paisajismo	Global		10.000.000	10.000.000
Construcción de oficinas	Global		100.000.000	100.000.000
Administración de Obra.* (incluye Director de la Obra, Ing. Residente, pago de servicios en la obra, etc.	Global		250.000.000	250.000.000
MUEBLES Y ENSERES	Global			60.000.000
EQUIPO DE COMPUTO				8.000.000
TOTAL INVERSIÓN FIJA				2.247.455.000

Fuente: www.construdata.com y autores del proyecto

5.3.1.2. Inversión preoperativa

Tabla 3-10. Inversión preoperativa

	Unidad	Cantidad	Valor
ESTUDIOS			
Topografía y estudio de suelo	Global		11.000.000
Diseño Arquitectónico	Global		10.000.000
Diseño Estructural	Global		18.000.000
Diseño Hidro-sanitario	Global		8.000.000
Diseño Eléctrico	Global		3.000.000
PUBLICIDAD	Global		140.000.000
CAPACITACIÓN	Global		4.000.000
OTROS COSTOS (Impuestos y Trámites)			29.891.505
TOTAL INVERSIÓN PREOPERATIVA			223.891.505

Fuente: www.construdata.com

5.3.1.3. Inversión en capital de trabajo

Tabla 3-11. Inversión en Capital de Trabajo

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Recaudos por ventas												
Recaudos por ventas a usuarios locales	12.619.500	50.478.000	63.097.500	126.195.000	63.097.500	63.097.500	189.292.500	63.097.500	63.097.500	126.195.000	189.292.500	252.390.000
Recaudos por ventas a turistas nacionales e internacionales	11.362.400	28.406.000	68.174.400	124.986.400	153.392.400	181.798.400	249.972.800	278.378.800	306.784.800	335.190.800	96.580.400	136.348.800
Total Recaudos por ventas	23.981.900	78.884.000	131.271.900	251.181.400	216.489.900	244.895.900	439.265.300	341.476.300	369.882.300	461.385.800	285.872.900	388.738.800
(-) salidas de efectivo												
Salarios	20.042.400	20.042.400	20.042.400	29.613.600	20.042.400	20.042.400	29.613.600	20.042.400	20.042.400	20.042.400	29.613.600	29.613.600
Prestaciones sociales	4.607.906	4.607.906	4.607.906	4.607.906	4.607.906	27.042.706	7.282.856	4.607.906	4.607.906	4.607.906	7.282.856	22.089.656
Parafiscales	1.803.816	1.803.816	1.803.816	1.803.816	1.803.816	1.803.816	2.665.224	2.665.224	2.665.224	2.665.224	2.665.224	2.665.224
Otros Costos y gastos	24.900.000	20.400.000	17.900.000	27.400.000	17.900.000	20.400.000	24.900.000	20.400.000	17.900.000	20.400.000	24.900.000	28.400.000
Total salidas de efectivo	51.354.122	46.854.122	44.354.122	63.425.322	44.354.122	69.288.922	64.461.680	47.715.530	45.215.530	47.715.530	64.461.680	82.768.480
Saldo Mes	- 27.372.222	32.029.878	86.917.778	187.756.078	172.135.778	175.606.978	374.803.620	293.760.770	324.666.770	413.670.270	221.411.220	305.970.320
Saldo acumulado	- 27.372.222	4.657.656	91.575.434	279.331.512	451.467.290	623.603.068	998.406.688	1.292.167.458	1.616.834.228	2.030.504.498	2.251.915.718	2.557.886.038
Déficit acumulado máximo de efectivo	- 27.372.222											

Fuente: Autores del Proyecto

5.3.1.4. Inversión total

Tabla 3-12. Inversión Total

Inversión Fija	2.247.455.000
Inversión Preoperativa	223.891.505
Inversión Capital de trabajo	27.372.222
Inversión Fija + Inversión Preoperativa	2.471.346.505
Inversión Fija y Preoperativa llevada a valor presente	2.679.284.117
Inversión de Capital de trabajo	27.372.222
Total Inversión año 0	2.706.656.339

Fuente: Autores del Proyecto

5.3.2. Ingresos

Tabla 3-12. Ingresos totales

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
N° de tratamientos proyectados vendidos a usuarios locales	8.413	8.514	8.615	8.717	8.819
N° de tratamientos proyectados vendidos a turistas nacionales e internacionales	8.116	8.928	9.820	10.802	11.883
N° total de tratamientos vendidos al año	16.529	17.442	18.436	19.520	20.702
Política de precios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio de tratamientos para usuarios locales (mensuales)	150.000	153.210	158.113	163.172	168.394
Precio de tratamientos para Turistas nacionales y Extranjeros (3 horas de SPA)	70.000	71.498	73.786	76.147	78.584
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos tratamientos usuarios locales	1.261.950.000	1.304.436.450	1.362.218.950	1.422.441.362	1.485.051.935
Ingresos tratamientos turistas nacionales y extranjeros	568.120.000	638.305.545	724.604.454	822.570.977	933.782.573
Total Ingresos	1.830.070.000	1.942.741.995	2.086.823.404	2.245.012.339	2.418.834.507

Fuente: Autores del Proyecto

5.3.3. Costos

Tabla 3-14. Costos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Mano de Obra Directa					
Masajistas	73.440.000	79.497.055	82.910.956	90.346.673	98.442.471
Costo de Materiales Directos					
Consumo de agua	24.000.000	25.886.206	28.210.792	30.742.667	33.497.460
Insumos para tratamientos	60.000.000	64.715.515	70.526.980	76.856.668	83.743.651
Total Materiales directos	84.000.000	90.601.720	98.737.772	107.599.335	117.241.111
Costos Indirectos de Fabricación					
Instructores	34.272.000	70.262.528	72.510.929	74.831.279	75.715.842
Personal de mantenimiento	45.890.208	47.040.762	48.546.067	50.099.541	51.702.726
Materiales Indirectos (insumos para mantenimiento de piscinas)	9.600.000	10.354.482	11.284.317	12.297.067	13.398.984
Servicios Públicos	72.000.000	77.658.618	84.632.376	92.228.001	100.492.381
Transporte de turistas (buses)	48.000.000	51.772.412	56.421.584	61.485.334	66.994.920
Total CIF	209.762.208	257.088.802	273.395.273	290.941.222	308.304.854
TOTAL COSTOS	367.202.208	427.187.578	455.044.002	488.887.230	523.988.435

Fuente: Autores del Proyecto

5.3.4. Gastos

Tabla 3-15. Gastos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de personal administrativo					
Gerente	51.408.000	52.508.131	54.188.391	55.922.420	57.711.937
Coordinador tratamiento	33.048.000	33.755.227	34.835.394	35.950.127	37.100.531
Secretaría	14.688.000	15.002.323	15.482.398	15.977.834	16.489.125
Personal de servicio al cliente	17.136.000	17.502.710	18.062.797	18.640.807	19.237.312
Personal de seguridad	24.480.000	25.003.872	25.803.996	26.629.724	27.481.875
Outsourcing de contabilidad	20.400.000	20.836.560	21.503.330	22.191.436	22.901.562
Otros Gastos administrativos					
Papelería	4.800.000	4.902.720	5.059.607	5.221.514	5.388.603
Relaciones públicas	12.000.000	12.600.000	13.860.000	15.246.000	16.770.600
Total Gastos Administrativos	177.960.000	182.111.544	188.795.913	195.779.863	203.081.546

Gastos personal de ventas					
Jefe de ventas	36.720.000	37.505.808	38.308.432	39.128.233	39.965.577
Personal de ventas	40.392.000	41.256.389	42.139.276	43.041.056	43.962.135
comisiones por ventas	15.000.000	15.321.000	15.648.869	15.983.755	16.325.808
Total Gastos de ventas	92.112.000	94.083.197	96.096.577	98.153.044	100.253.519
Total Gastos	270.072.000	276.194.741	284.892.491	293.932.907	303.335.65

Fuente: Autores del Proyecto

5.3.5. WACC

Se asume un préstamo bancario correspondiente al 30% del valor de la inversión total, con una tasa de interés 15,43% ea. La rentabilidad esperada por el inversionista se toma la tasa de interés más una prima de riesgo correspondiente al 5%, lo que corresponde a 22,43%. Luego el WACC obtenido es de 18,93%

5.3.6. Depreciaciones y amortizaciones

Las inversiones depreciables son los edificios, los equipos de cómputo y los muebles y enseres, a continuación de se presenta el cálculo de la depreciación de cada uno:

Tabla 3-16. Depreciación de edificios

Inversiones Depreciables		Años=20
Edificios		\$1.879.455.000
Gasto Depreciación anual		\$93.972.750
TABLA DE DEPRECIACION		
Periodo	Deprec Acumu	Vr Libros
1	93.972.750	1.785.482.250
2	187.945.500	1.691.509.500
3	281.918.250	1.597.536.750
4	375.891.000	1.503.564.000
5	469.863.750	1.409.591.250
6	563.836.500	1.315.618.500
7	657.809.250	1.221.645.750
8	751.782.000	1.127.673.000
9	845.754.750	1.033.700.250
10	939.727.500	939.727.500
11	1.033.700.250	845.754.750
12	1.127.673.000	751.782.000
13	1.221.645.750	657.809.250
14	1.315.618.500	563.836.500
15	1.409.591.250	469.863.750
16	1.503.564.000	375.891.000
17	1.597.536.750	281.918.250
18	1.691.509.500	187.945.500
19	1.785.482.250	93.972.750

20	1.879.455.000	-
----	---------------	---

Fuente: Autores del Proyecto

Tabla 3-17. Depreciación equipos de computo

Equipos de Computo	8.000.000	Años = 3
Gasto de Depreciación anual	2.666.667	
TABLA DE DEPRECIACION		
Periodo	Deprec Acumu	Vr Libros
1	2.666.667	5.333.333
2	5.333.333	2.666.667
3	8.000.000	-

Fuente: Autores del Proyecto

Tabla 3-18. Depreciación muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES	60.000.000	Años = 5
Gasto Depreciación anual	12.000.000	
TABLA DE DEPRECIACION		
Periodo	Deprec Acumu	Vr Libros
1	12.000.000	48.000.000
2	24.000.000	36.000.000
3	36.000.000	24.000.000
4	48.000.000	12.000.000
5	60.000.000	-

Fuente: Autores del Proyecto

Tabla 3-19. Amortización del capital preoperativo

Amortización del Capital Preoperativo		
Total Inversión Preoperativa	223.891.505	
n=5	44.778.301	por año

Fuente: Autores del Proyecto

Tabla 3-20. Total depreciación y amortización anual

Edificios	93.972.750
Muebles y Enseres	2.666.667
Inversión preoperativa	12.000.000
Total depreciación y amortización anual	108.639.417

Fuente: Autores del Proyecto

5.3.7. Flujo de caja

Como se mencionó anteriormente, se tiene contemplado que el inversionista aporte el 70% del capital y 30% restante sea apalancado con una entidad Finaciera, en la siguiente tabla se presenta la tabla de amortizaciones de capital para la deuda, la cual ascendería a \$811.996.902, a un tasa de interés efectiva anual de 15,43%, obteniendo unas cuota fijas de \$244.702.080.

Tabla 3-21. Proyección de deuda

		Periodo	Interés	Capital	Saldo	Cuota
Porcentaje de Financiación	30%	0			811.996.902	
Préstamo	811.996.902	1	- 125.291.122	- 119.410.958	692.585.944	- 244.702.080
Plazo	5	2	- 106.866.011	- 137.836.069	554.749.875	- 244.702.080
Tasa de Interés del Prestamo	15,43%	3	- 85.597.906	- 159.104.174	395.645.701	- 244.702.080
		4	- 61.048.132	- 183.653.948	211.991.753	- 244.702.080
		5	- 32.710.327	- 211.991.753	-	- 244.702.080

Fuente: Autores del Proyecto

Tabla 3-22. Flujo de caja del proyecto

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Tratamientos usuarios locales a vender		8.413	8.514	8.615	8.717	8.819
Tratamientos turistas nacionales y extranjeros a vender		8.116	8.928	9.820	10.802	11.883
Precio de tratamientos para usuarios locales (mes de tratamiento)		150.000	153.210	158.113	163.172	168.394
Precio de tratamientos para Turistas nacionales y Extranjeros (3 horas de SPA)		70.000	71.498	73.786	76.147	78.584
Ingresos por Ventas usuarios locales		1.261.950.000	1.304.436.450	1.362.218.950	1.422.441.362	1.485.051.935
Ingresos por Ventas turistas nacionales y extranjeros		568.120.000	638.305.545	724.604.454	822.570.977	933.782.573
Venta de Activo Fijo						1.409.591.250
Total Ingresos		1.830.070.000	1.942.741.995	2.086.823.404	2.245.012.339	3.828.425.757
Egresos						
Costos de Mano de Obra Directa		73.440.000	79.497.055	82.910.956	90.346.673	98.442.471
Costo de Materiales Directos		84.000.000	90.601.720	98.737.772	107.599.335	117.241.111
CIF		209.762.208	257.088.802	273.395.273	290.941.222	308.304.854
Gastos Administrativos		161.160.000	164.608.824	169.876.306	175.312.348	180.922.343
Gastos de ventas		92.112.000	94.083.197	96.096.577	98.153.044	100.253.519
Otros gastos		16.800.000	17.502.720	18.919.607	20.467.514	22.159.203
Depreciacion		108.639.417	108.639.417	108.639.417	105.972.750	105.972.750
Valor en Libros Activos Vendidos						1.409.591.250
Total Egresos		745.913.625	812.021.735	848.575.909	888.792.887	2.342.887.500
Utilidad Operativa (U.A.I.I.)		1.084.156.375	1.130.720.259	1.238.247.495	1.356.219.453	1.485.538.257
(-) Pago de Intereses Prestamo bancario		- 125.291.122	- 106.866.011	- 85.597.906	- 61.048.132	- 32.710.327
Utilidad Antes de Impuestos (U.A.I.)		958.865.253	1.023.854.248	1.152.649.590	1.295.171.321	1.452.827.929
(-) Impuesto Renta		335.602.839	358.348.987	403.427.356	453.309.962	508.489.775
Utilidad Neta		623.262.415	665.505.261	749.222.233	841.861.359	944.338.154
Ajustes Contables						
(+) Depreciaciones y Amortizacion (8)		108.639.417	108.639.417	108.639.417	105.972.750	105.972.750
(+) Valor en Libros Activos Vendidos (9)						1.409.591.250
(-) Inversiones						
Terrenos	- 300.000.000					
Edificios	- 1.879.455.000					
Equipos de computo	- 8.000.000					
Muebles y enseres	- 60.000.000					
Capital de Trabajo	- 27.372.222					
Gastos de Puesta en Marcha	- 223.891.505					
Total Inversiones	- 2.498.718.727					
(+) Ingresos por Recursos de Creditos	473.007.455					
(+) Recuperacion de Capital de Trabajo						27.372.222
(+) Valor de Desecho por Ventas de Activos						
(-)abono a capital prestamo		- 119.410.958	- 106.866.011	- 85.597.906	- 61.048.132	- 32.710.327
Flujo Neto de Caja	- 2.025.711.272	612.490.873	667.278.667	772.263.744	886.785.977	2.427.191.827

Fuente: Autores del Proyecto

5.3.8. Variables de decisión

VALOR PRESENTE NETO	764.825.763
TASA INTERNA DE RETORNO	33%

Bajo este el inversionista del este proyecto recuperaría la inversión, sobre los saldo adeudados de capital se gana el interés deseado por el proyecto y a pesos de hoy el proyecto genera \$764.825.763. (Teniendo en cuenta al TIR es superior a la tasa de descuento calculada).

6. CAPITULO III

6.1. PLAN DE GESTIÓN DEL PROYECTO

A continuación se presenta el plan de gestión del proyecto, el cual se irá detallando en cada las áreas de conocimiento de la gerencia de proyectos, según el enfoque del PMI.

6.1.1. Acta de inicio del proyecto

En el Anexo 6, formato 1 (ver Formato 1 Project Charter) se presenta el acta de inicio del proyecto o Project Charter, el cual contiene la oportunidad de negocio, el objetivo del proyecto, y los entregables con sus respectivos requisitos y criterios de aceptación.

6.1.2. Gestión del alcance

6.1.2.1. Estructura de desglose del trabajo (WBS)

La WBS se presenta en el formato 3 (Ver Formato 2. WBS) en cual fue realizado en el programa MindManager.

El proyecto fue dividido en ocho (8) fases, las cuales constituyen el primer nivel de la WBS, estas son: licencias y permisos, estudios preliminares, diseños, construcción, pruebas de operación de piscinas, gestión comercial, puesta en marcha y capitalización y cierre

6.1.2.2. Diccionario de la WBS

El diccionario de la WBS contiene una descripción detallada en la cual se menciona las actividades asociadas al primer nivel de la WBS, así como la duración, los costos y los responsables (Ver Formato 3)

6.1.3. Gestión de Tiempo

La gestión de tiempo detalla los procesos e instrumentos necesarios para que el proyecto termine de acuerdo al cronograma.

6.1.3.1. Cronograma

Para la determinación del cronograma del proyecto se partió de la WBS, con el fin de definir las actividades para la ejecución de cada paquete de trabajo (último nivel de la WBS). De la misma forma se definieron los hitos que corresponde a cada entregable.

Una vez definidas las actividades se establecieron la secuencia e interrelación de las mismas, y así identificar cuáles serían predecesoras o antecesoras; con esta secuencia se utilizó MSProject para la elaboración del cronograma mediante el método de programación por precedencia.

Por último se estimaron los recursos y duración de las actividades teniendo utilizando para esto último el método PERT, el cual maneja tres estimaciones para cada actividad.

Con esta estimación se logró la construcción del cronograma del proyecto y se estableció la ruta crítica del mismo. (Ver Formato 4)

6.1.4. Gestión de Costos

Este plan detalla los procesos requeridos para asegurar que el proyecto se complete dentro del presupuesto acordado. Para tal fin PMI establece tres procesos que constituyen la gestión de costos, a saber:

6.1.4.1. Estimación de los costos y elaboración del presupuesto.

Para estimar los costos se tuvo en cuenta la disyuntiva entre hacer o contratar, específica en la etapa de construcción del proyecto y los riesgos asociados. Se utilizó el método PERT, el cual permite observar tres valores, uno optimista, uno probable y uno pesimista, con el fin de obtener un valor real o esperado para la elaboración del presupuesto. (Ver Formato 5. Estimación de Costos)

Adicionalmente se otorgó un porcentaje de incertidumbre, con lo cual obtuvimos la Reserva de Contingencia, la cual corresponde a una reserva para los riesgos conocidos. (Ver Formato 6. Reserva de Contingencia)

6.1.5. Gestión de Calidad

El proyecto Galerazamba Marine Spa & Resort debe asegurar la satisfacción de las necesidades de los interesados del proyecto de los futuros clientes. Debido a las características del servicio que se pretender ofrecer, el sistema de gestión de calidad del proyecto debe ser muy riguroso para que pueda cumplir con las expectativas y posicionar en la región.

A continuación se describe el proceso de prestación del servicio con su respectivo flujograma y cursograma analítico. De la misma forma se definen las encuestas de satisfacción al cliente como el instrumento para las pruebas de calidad.

6.1.5.1. Proceso en la prestación del servicio

El cliente llega a las instalaciones del spa y se acerca a la recepción donde se toman los datos del cliente, allí es atendido y remitido donde un profesional el cual le indica de acuerdo a su problema o necesidad cual es tratamiento inicial más recomendable, dependiendo del tratamiento diagnosticado el cliente ingresa a las áreas de atención, pero antes de esto se dirige a la recepción para cancelar el costo del servicio o su plan de pagos si adquiere un paquete de tratamiento.

Los tratamientos que el spa son los siguientes:

- **Hidrocinesterapia:** Terapia o ejercicio dentro del agua, realizada en piscina, es la técnica por excelencia para recuperar o mejorar la función, la flexibilidad y la potencia muscular, recuperar y mantener la forma física, en un ambiente agradable, sereno, tranquilo, sin contaminación y en contacto con la naturaleza, aprovechando de manera adecuada los factores intrínsecos y extrínsecos del agua. El método de trabajo incluiría por un lado los ejercicios donde se produce un desplazamiento de todo el cuerpo, como la natación y la marcha, y, por otro lado, los ejercicios de uno o varios segmentos corporales, estando el paciente estabilizado en una determinada posición (apoyado en una camilla sumergida y sujeta por un lado o soportado con flotadores y sujetándose a la barandilla, o en la posición sentado o de pie)
- **Hidromasaje:** Siendo el agua la materia prima de las duchas de hidromasaje, ésta práctica ha sido apropiada por muchas personas de distintas edades, quitando la exclusividad a los centros dedicados a éstos procedimientos de relajación, por su fácil acceso a la fuente. La técnica de hidromasaje tiene un efecto asombroso en la salud física y emocional de las personas. El estrés o la ansiedad han dejado de ser un problema, pues los efectos positivos que este método trae. Los hidromasajes tienen enormes beneficios en tu salud. Ha sido aplicada durante años de manera terapéutica para mejorar la calidad de vida y combatir enfermedades asociadas al corazón.

- ***Peleidoterapia:*** En la práctica, la peloidoterapia es parte de la hidrología médica y no es posible desvincular totalmente al peloides del agua mineromedicinal que le da origen. Se trata de un barro empleado en terapéutica. Desde 1948, la Sociedad Internacional de Hidrología Médica, admite, con carácter internacional, como peloides: los productos formados por la mezcla de un agua mineral (que incluye entre estas, las de mar y lago salado) con materias orgánicas o inorgánicas, resultantes de procesos geológicos o biológicos, aislada o conjuntamente, que pueden ser utilizados en aplicaciones locales o generales con fines terapéuticos. Son siempre hipertermales, bien sea natural o artificialmente.

En las aguas mineromedicinales y en especial, en las de considerable mineralización, los cambios de temperatura, la pérdida de gas carbónico, la oxidación, las variaciones de los potenciales de oxidación-reducción y la acción de la flora autótrofa, facilitan la formación de sedimentos por precipitación, de componentes normales disueltos o suspendidos, o neoformados, en virtud de causas diversas. En estos sedimentos o depósitos figuran con frecuencia silicatos, carbonatos, sulfatos, halogenuros, sulfuros y sulfosales. Hay que considerar también, los componentes orgánicos, tales como los ácidos húmicos, fulvoácidos, y múltiples representantes de algabacterias, sulfobacterias, ferrobacterias, e incluso amebas, rizópodos, infusorios, paramecios rotíferos y larvas diversas. Estos sedimentos constituyen los peloides

- ***Psammoterapia:*** este tratamiento consiste en cubrir con una capa de arena de las partes del cuerpo o el cuerpo entero, mostrando sólo la cabeza. Se encuentra en la posición durante al menos media hora, aunque se extiende a un par de horas de tratamiento, los mejores resultados. De hecho, el psammoterapia no puede considerarse como una práctica aislada, ya que debe ser practicado sólo por el mar, o por el medio ambiente y la sal yodada, que enriquecen el aire, la vista, la ruptura de las ondas que interactúan en una mezcla que sin duda añade al tratamiento con valores de arena para hacer frente a la terapéutica y sea más saludable.
- ***Sesiones en Piscinas a chorros:*** consiste en aplicar masajes con chorros de agua (siempre me refiero a agua de mar) a 37 grados de temperatura. Se emplean

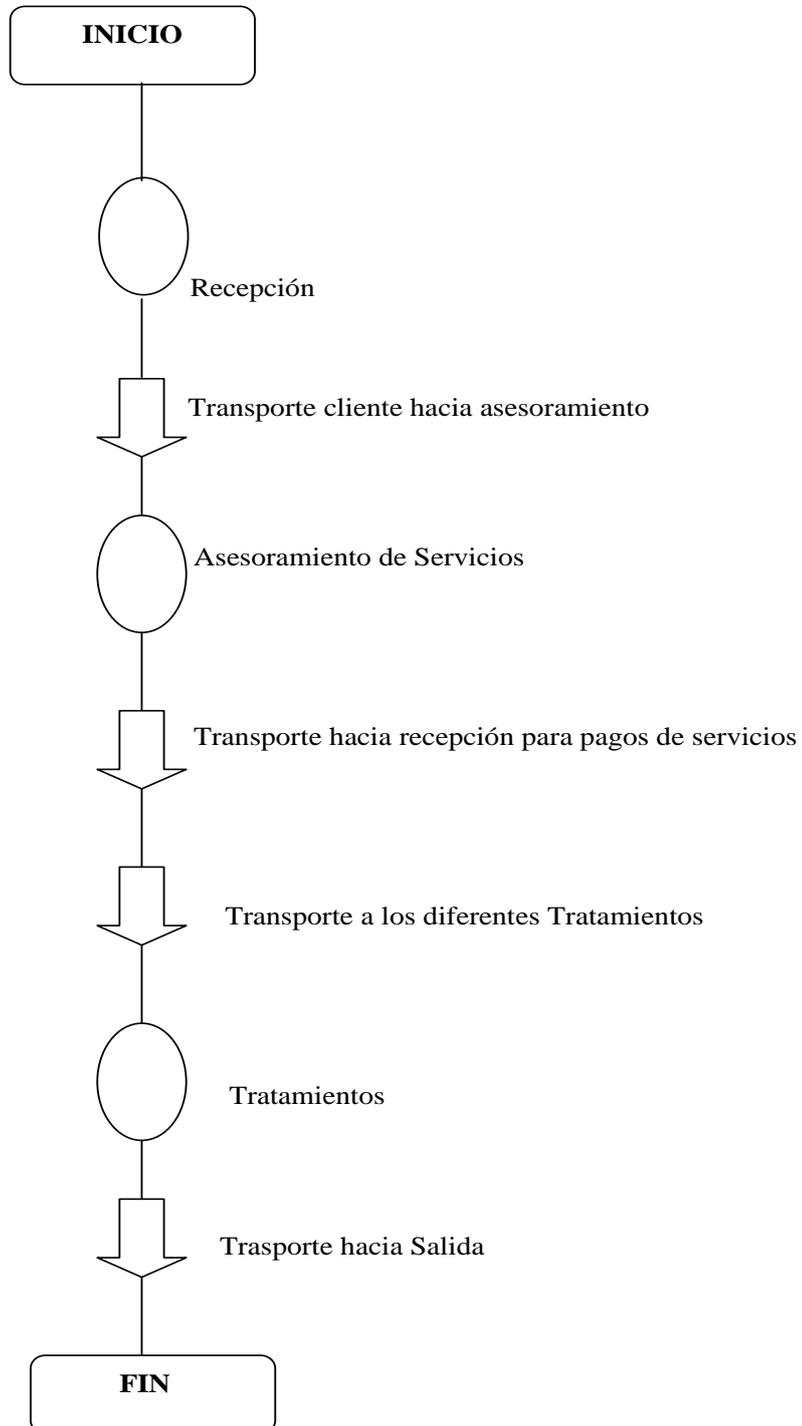
básicamente en la zona cervical, hombros, abdomen y extremidades, porque estimula la circulación, disminuye las contracturas musculares y revitaliza la piel, entre otros beneficios. También se realizan secciones de relajación en piscinas con una temperatura de 37 grados, además de la relajación, logra desconstruir y tonificar.

- **Algoterapia:** Las algas se aplican microestrelladas en las bañeras de hidromasaje o en recubrimientos corporales para tonificar y desintoxicar el organismo. Aportan vitaminas, oligoelementos, minerales y aminoácidos a través de la piel mediante la ósmosis provocada por la acción del calor. Para poder utilizarlas en los tratamientos, las algas se someten a un proceso de desbacterización.
- **Lodoterapia:** Consiste en cubrir el cuerpo con barro. Por su carácter medicinal por los componentes naturales que posee como la vitamina A y D y los minerales, ayuda a que la piel se rejuvenezca. Además, el tratamiento permite que se liberen tensiones y se despeje la mente. Otro de los beneficios es la desaparición de las celulitis, también reduce los niveles de grasa en la piel. Esta terapia, usada por los antepasados como medicina natural, está en pleno auge y las razones son claras: es un tratamiento rico en proteínas, ayuda a mejorar la apariencia, libera toxinas y deja la piel luminosa y revitalizada. Aporta beneficios agradables al cuerpo al nutrir la piel, la deja más suave, la reafirma y tonifica. También actúa como método de relajación, mediante baños de spa. Esta terapia es apta para toda clase de usuarios, con excepción de quienes sufren y tienen problemas en la piel como alergias, pueden realizar este proceso cualquier día de la semana de 8 de la mañana a 6 de la tarde.

A continuación se ilustraran diferentes diagramas en los cuales se describe el proceso del cliente desde que ingresa a las instalaciones, hasta su partida.

6.1.5.2. Diagrama de flujo

Grafica 4-1. Diagrama de flujo del servicio



Fuente: Autores del Proyecto

6.1.5.3. Cursograma analítico

Tabla 4-1. Cursograma analítico

CURSOGRAMA ANALÍTICO							
Operador / Material / Equipo			Diagrama # 1		Hoja 1 de 1		
Objeto: Identificar todas las actividades por las que el cliente pasa en Galerazamba marine spa & resort	RESUMEN						
	ACTIVIDAD	Actual	Propuesto	Economía			
	Operación 	3					
Actividad: Servicios ofrecidos al cliente	Inspección 	0					
	Transporte 	4					
Método: Actual	Espera 	0					
	Almacenamiento 	0					
Compuesto por:	Distancia (m)	120					
	Tiempo (min.)	25					
DESCRIPCIÓN	Cantidad (Kg.)	Distancia (m)	Tiempo (min.)	SÍMBOLO			O B S E R V A C I O N E S
							
Recepción del cliente			5	X			
Traslado del cliente hacia el especialista		10			X		
Asesoramiento con especialista			20	X			
Traslado nuevamente hacia recepción para pago de servicios		10			X		
Traslado hacia el tratamiento indicado por el especialista		50			X		
Aplicación de tratamiento				X			
Salida del establecimiento		50			X		

Fuente: Autores del Proyecto

6.1.5.4. Pruebas de Calidad

Para medir la calidad de nuestro servicio se ha diseñado la una encuesta, a través de la cual se medirá el nivel de calidad y de satisfacción de los clientes, incluyendo los servicios prestados, la infraestructura, el personal de trabajo, los costos y la frecuencia de empleo del servicio. (Ver Formato 7. Encuesta de satisfacción del Cliente)

6.1.6. Gestión de Riesgos

La gestión de riesgos se realiza con el fin de conocer la verdadera dimensión de los riesgos a los que está expuesto el proyecto y de esta forma priorizar su administración para evitar, mitigar o eliminar los impactos negativos.

Esta gestión implica su identificación, valoración cualitativa y cuantitativa, la planeación de la respuesta y el plan de control y seguimiento. A continuación se explica cómo se realizó cada uno de estos procesos en el proyecto.

6.1.6.1. Identificación de riesgos

Para realizar la identificación de los riesgos se utilizó el juicio de expertos con el fin de determinar las posibles amenazas en impacto de situaciones inesperadas. Se establecieron seis categorías en donde se pueden presentar riesgos para el proyecto, las cuales son: riesgos normativos, riesgos asociados a fenómenos naturales, riesgos económicos, riesgos en la cadena de suministros, riesgos técnicos y otros riesgos.

Para cada categoría se establecieron los riesgos asociados, la descripción, causas y consecuencias, así como el objetivo que impacta. A continuación se presentan la matriz de identificación de riesgos:

Tabla 4-2. Identificación de riesgos

IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS								
ID	CATEGORÍA	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CAUSAS	CONSECUENCIAS	OBJETIVO ASOCIADO		
						TIEMPO	COSTO	
N1	NORMATIVOS	Autoridades Locales	Poca aceptabilidad por parte de las autoridades del Municipio de Santa Catalina de Alejandría para el desarrollo del proyecto, retrasando los permisos necesarios para el inicio la obra	Falta de gestión por parte de los líderes del proyecto o inversionistas, ante las autoridades locales, de tal forma que no hayan logrado concientizar a éstos sobre los beneficios y externalidades positivas del proyectos.	Retrasos para el inicio de la obra y efectos en términos de la promoción del proyectos y futuros fondos externos que contribuirán a las nuevas inversiones para ampliación.	X		
N2		Normatividad Ambiental	Por ser un proyecto innovador en la localidad donde se desarrollará, es posible que exista un mayor rigor para el otorgamiento de la licencia ambiental.	Información entregada a la autoridad incompleta; falta de rigurosidad en la elaboración del Plan de Manejo Ambiental	No otorgamiento de la licencia de construcción, o posteriormente sanciones o multas por parte de la autoridad ambiental.	X	X	
F1	FENÓMENOS NATURALES	Condiciones Naturales	Condiciones naturales como la vegetación, precipitaciones, estabilidad de los terrenos, entre otros que pueden dificultar el desarrollo de la obra civil y posterior funcionamiento del SPA	Falta de rigurosidad en los estudios técnicos preoperativos realizados.	Retraso en el inicio de la obra civil y su respectivo costo de oportunidad	X	X	
F2		Condiciones Climáticas	Por estar el SPA ubicado muy cerca a la playa, en épocas de inviernos, las lluvias torrenciales que provocan mar de leva pueden afectar las operaciones.	Localización del SPA	Disminución del número de clientes, mayores gastos en mantenimiento y personal, elaboración y desarrollo de planes de contingencia para desastres, los cuales implican altos costos.			X
E1	ECONÓMICOS	Cambios de Moneda	Un porcentaje considerable de clientes nos turistas extranjeros, los cuales realizar el pago de los servicios del hotel en dólares	Características propias del Sector Turismo y del Negocio	Disminución de los ingresos en moneda local, cuando se trate del fenómeno de la revaluación del peso con respecto al dólar u otra moneda extranjera.			X
E2		Tipos de Interés	Un aumento en las tasas de interés afectaría el flujo de caja del negocio, debido al mayor pago de la deuda.	Cambios en el comportamiento de los mercados y sectores productivos o decisiones gubernamentales.	Disminución del flujo de caja neto del proyecto y por ende de los niveles de rentabilidad del mismo, así como disminución de futuras inversiones, por ello costo del capital			X
E3		Evolución de Mercados	Cambios en las tendencias del sector y en las preferencias de los consumidores	Resistencia al cambio por parte de los socios debido a las inversiones en actualización tecnológica y de servicio; poco monitoreo y seguimiento por parte del área comercial y calidad sobre las preferencias y satisfacción de los clientes actuales y potenciales	Resago en mercado, disminución del número de clientes, cierre del negocios.			X
E4		Conflicto Social	Poda aceptación por parte de las comunidades locales y por ende falta de articulación para la generación de economías externas al proyecto, a fin de mejorar las condiciones de vida de los habitantes de Galerazamba y generación de nuevas fuentes de empleo	Inefectividad de los procesos de sensibilización y comunicación a las comunidades y autoridades locales	Malta recepción de clientes por parte de los nativos de Galerazamba, pocas posibilidades para la generación de nuevas asociaciones empresariales por parte de la comunidad, poco impacto del proyecto para el desarrollo de la zona.	X		X
C1	CADENA DE SUMINISTROS	Negociación con cadenas Hoteleras	Para trasladar a los turistas nacionales e internacionales, se ha planteado como estrategia principal, la articulación con hoteles de la ciudad de Cartagena, que no cuenta con el servicio de SPA, a fin de lograr una forma de integración vertical.	Falta de receptividad por parte de los hoteles; no existencia de acuerdos económicos y logísticos para la publicidad del SPA y el transporte de los turistas	Disminución del número de clientes turistas y por ende de ingresos para el SPA; mala publicidad para el mismo.			X
C2		Materias primas no cumpla con las especificaciones establecidas	Las materias primas utilizadas por el SPA se encuentran recursos naturales como sales marías y algas, de la misma forma se adquirirán productos cosméticos para la realización de ciertos tratamientos de relajación y otros. Se puede presentar problemas con las características de los productos los cuales no pueden cumplir con las condiciones de calidad necesarias.	Mala gestión de compras, al no verificar las adquisiciones y las garantías dadas por los proveedores	Consecuencias en la salud de los clientes.			X
T1	TÉCNICOS	Equipos e Instalaciones	Por su localización, se encuentra expuesto al problema de la corrosión, lo cual puede disminuir la vida útil de la tecnología y de las instalaciones	Plan de Mantenimiento que no contemple planes de acción para constreñir o tratar que no se acelere el problema.	Depreciación de forma acelerada de los activos fijo, mayores gastos de inversión.			X
T2		Receptibilidad del Servicio	Por ser un servicio relativamente nuevo para los usuarios locales, se hace necesaria una publicidad agresiva y de " enamoramiento" desde la primera visita al SPA, por lo cual se hace necesario estrategias efectivas que garanticen la aceptabilidad del servicio de la Talasoterapia	Desconocimiento de los beneficios del servicios o poco entendimiento del mismo; publicidad poco efectiva	Falta de clientes e ingresos para el SPA	X		X
T3		Formación del personal y servicio al cliente	El práctica de la talasoterapia necesita de un persona idóneo y capacitado, a fin de lograr la satisfacción plena del cliente, adicionalmente, deben ser persona con una alta orientación al servicio al cliente, la falta de algunos de estos componente puede considerarse como un riesgo	Ausencia de planes de formación y actualización e ineficacia e ineficiencia de los procesos de selección	Malta prestación del servicio, y por ende clientes insatisfechos que no querrán volver al SPA	X		X
O1	OTROS	Tiempos estimados vs los reales	Amplia variación en los tiempos estimados en la formulación del proyecto y los que reales	No se pudieron contemplar todas las variables en la formulación, cambios externos al proyectos de atrasaron las actividades, falta de gestión del gerente de proyecto	Costo de oportunidad asociados, inversión de los socios comprometivas, poca capacidad de pago a los bancos.	X		X
O2		Condiciones de Políticas del País	Todos los conflictos del país, en terminos de inseguridad o cualquier variable que genere desconfianza o especulación internacional, afecta el flujo de turistas que visitan Colombia.	Condiciones sociales, políticas, económica e históricas que vive el País	Disminución del flujo de clientes del SPA			X

Fuente: Autores del Proyecto

6.1.6.2. Análisis Cualitativo y Cuantitativo de los Riesgos

Para el análisis se cualitativo de los riesgos se estableció una escala de probabilidad, en donde la frecuencia de ocurrencia del riesgo es que se presente mensualmente y la más baja es que se presente en periodos de diez o más años.

Para el análisis cuantitativo de los riesgos se estableció una escala de impacto tanto en tiempo como en costos, calificando el mayor impacto como “muy crítico” y el menor impacto como “insignificante”, como se muestra a continuación.

Tabla 4-3. Definición de escalas de probabilidad e impacto

ESCALA DE PROBABILIDAD			ESCALA DE IMPACTO EN COSTO			ESCALA DE IMPACTO EN TIEMPO		
5	MUY ALTA	Muy alta probabilidad que se presente mensualmente	5	MUY CRITICO	Más de 140'000.000 millones de pesos	5	MUY CRITICO	Mas de tres meses
4	ALTA	Alta probabilidad de que se presente o ha sido de frecuente ocurrencia (varias veces al año)	4	CRITICO	Entre 100'000.000 y 140'000.000 millones de pesos	4	CRITICO	Entre dos y tres meses
3	MEDIA	Media probabilidad de que se presente o ha sido de ocurrencia ocasional (una vez al año)	3	MODERADO	Entre 60'000.000 y 100'000.000 millones de pesos	3	MODERADO	Entre uno y dos meses
2	BAJA	Baja probabilidad de que se presente o ha ocurrido en períodos de cinco años	2	LEVE	Entre 20'000.000 y 60'000.000 millones de pesos	2	LEVE	Menos de un mes
1	MUY BAJA	Remota probabilidad de que se presente o ha ocurrido en periodos de diez años o más	1	INSIGNIFICANTE	Menos de 20.000.000 de pesos	1	INSIGNIFICANTE	Menos de una semana de retraso en la entrada en operación del proyecto

Fuente: Autores del Proyecto

Posteriormente se establecieron los niveles de aceptabilidad del riesgo con el fin de poder medirlo frente a su probabilidad de ocurrencia y la severidad de sus consecuencias. Estos niveles fueron establecidos teniendo en cuenta las expectativas de los interesados.

Tabla 4-4. Niveles de aceptabilidad del riesgo

NIVELES DE ACEPTABILIDAD							
PROBABILIDAD	5	MUY ALTA	6	10	15	20	25
	4	ALTA	4	8	12	16	0
	3	MEDIA	3	6	9	12	0
	2	BAJA	2	4	6	8	0
	1	MUY BAJA	1	2	3	4	0
			INSIGNIFICANTE	LEVE	MODERADO	CRITICO	MUY CRITICO
			1	2	3	4	5
			IMPACTO				

Fuente: Autores del Proyecto

Tabla 4-5. Niveles de aceptabilidad del riesgo (Descripción)

CALIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
ACEPTABLE	Bajo ninguna circunstancia se deberá mantener un riesgo con esa capacidad potencial de afectar el logro de los objetivos del proyecto. Estos riesgos requieren una atención de alta prioridad para buscar disminuir en forma inmediata su calificación
TOLERABLE	Se requiere desarrollar acciones prioritarias a corto plazo para su gestión debido al alto impacto que tendrían sobre el logro de los objetivos del proyecto
INACEPTABLE	Aunque deben desarrollarse actividades para la gestión sobre el riesgo, tienen una prioridad de segundo nivel, pudiendo ejecutarse a mediano plazo
INADMISIBLE	El riesgo no tiene una gravedad significativa, por lo que no amerita la inversión de recursos y no requiere acciones adicionales a las ya aplicadas. Se deben conservar las acciones implementadas para mantener el nivel

Fuente: Autores del Proyecto

Con estos criterios, se procedió a la valoración de la probabilidad e impacto de los riesgos identificados y de esta forma poder calcular el riesgo puro.

Tabla 4-6. Valoración de los riesgos

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE RIESGO ASOCIADOS AL OBJETIVO DE TIEMPO						MATRIZ DE EVALUACIÓN DE RIESGO ASOCIADOS AL OBJETIVO DE COSTO							
PROBABILIDAD	5	MUY ALTA	5	10	15	20	25						
	4	ALTA	4	8	12	16	20	N1 T2					
	3	MEDIA	3	6	9	12	15	O1					
	2	BAJA	2	4	6	8	10	N2 E4 F1					
	1	MUY BAJA	1	2	3	4	5	T3					
			INSIGNIFICANTE	LEVE	MODERADO	CRITICO	MUY CRITICO						
			1	2	3	4	5						
			IMPACTO										

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE RIESGO ASOCIADOS AL OBJETIVO DE TIEMPO						MATRIZ DE EVALUACIÓN DE RIESGO ASOCIADOS AL OBJETIVO DE COSTO							
PROBABILIDAD	5	MUY ALTA	5	10	15	20	25						
	4	ALTA	4	8	12	16	20						
	3	MEDIA	3	6	9	12	15	T2 E4 F2	O2				
	2	BAJA	2	4	6	8	10	N2 C1	F1	E3 O1			
	1	MUY BAJA	1	2	3	4	5	T3	C2				T1
			INSIGNIFICANTE	LEVE	MODERADO	CRITICO	MUY CRITICO						
			1	2	3	4	5						
			IMPACTO										

Fuente: Autores del Proyecto

Con base en esta valoración, los riesgos más probables y de mayor impacto son la poca aceptabilidad por parte de las autoridades del Municipio de Santa Catalina de Alejandría para el desarrollo del proyecto y la receptibilidad del servicio por parte de los clientes.

Por otra parte GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT, se enfrenta a muchos riesgos, que muchos de ellos son difíciles de controlar, como los cambios en las preferencias, las tasa de interés, la tasa de cambio, la receptibilidad del servicio, definitivamente, por ser un producto nuevo en Cartagena o de poco reconocimiento, se deben enfocar los esfuerzos, a dar a conocerlas bondades del servicio, con el fin de penetrar en el mercado y lograr un reconocimiento.

6.1.6.3. Plan de respuesta a los riesgos:

Para responder a estos riesgos a continuación se presenta el plan de gestión de riesgos:

Tabla 4-7. Plan de respuesta a los riesgos

NOMBRE	TIPO		MEDIDA DE ADMINISTRACIÓN	RESPONSABLES	FECHA ESTIMADA
Autoridades Locales	Riesgo Negativo	Evitar	Desarrollar un Plan de Sensibilización en la Comunidad de Galerazamba, con el fin de dar a conocer las bondades y oportunidades del proyecto,	GERENTE	Tres (3) meses antes a que inicien los estudios preoperativos al inicio de la obra civil
			Establecer alianzas estratégicas con las autoridades locales, con el fin de apoyar la creación o consolidación unidades, cooperativas o asociaciones de personas nativas, en actividades relacionadas con el turismo, contribuyendo de manera agregada el desarrollo de la localidad	GERENTE	Tres (3) meses antes a que inicien los estudios preoperativos al inicio de la obra civil
Normatividad Ambiental	Riesgo Negativo	Evitar	Durante el proceso de elaboración y presentación ante la autoridad ambiental, del plan de manejo ambiental, contratar los servicios de un consultor experto y conocedor de las normas y trámites, con el fin de minimizar el riesgo de rechazo o no otorgamiento de la licencia ambiental, así como contar un plan de gestión ambiental lo suficiente riguroso para disminuir los impactos generados por el SPA	GERENTE	Seis (6) Meses antes a que inicie la Obra Civil
			Consolidar al interior de la estructura organizativa, un grupo de trabajo que desarrolle y controle la implementación del plan de gestión ambiental.	JEFE DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	Inmediatamente inicie la obra civil
Condiciones Naturales	Riesgo Negativo	Evitar	Elaborar estudios técnicos rigurosos, contando con un equipo de ingenieros especializados en estos temas, a con el fin de la adquisición de materiales adecuados y contar con un diseño idóneo, minimizando el impacto de las condiciones naturales a la operación	GERENTE EMPRESA CONTRATADA PARA EL DESARROLLO DE LA OBRA CIVIL	Tres (3) meses antes a que inicien la obra civil
			Desarrollar un Plan de Mantenimiento preventivo, con el fin de detectar cualquier anomalía que se presente en la estructura o cualquier situación que afecte la operación, productos de causas naturales	JEFE DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	Inmediatamente se entregada la obra (finalizadas) e inicie la puesta en marcha del SPA
Condiciones Climáticas	Riesgo Negativo	Mitigar	Elaborar estudios técnicos rigurosos, contando con un equipo de ingenieros especializados en estos temas, a con el fin de la adquisición de materiales adecuados y contar con un diseño idóneo, minimizando el impacto de las condiciones naturales a la operación	GERENTE	Tres (3) meses antes a que inicien la obra civil
			Desarrollar un plan de prevencios y emergencia, que incluya simulacros y demás estrategias asociadas.	JEFE DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	Inmediatamente se entregada la obra (finalizadas) e inicie la puesta en marcha del SPA

NOMBRE	TIPO		MEDIDAD DE ADMINISTRACIÓN	RESPONSABLES	FECHA ESTIMADA
Cambios de Moneda	Riesgo Negativo	Evitar o Eliminar	Evaluar la volatilidad de la tasa de cambio y la disponibilidad y, articulados con la jefatura de ventas determinar el precio que establecerá para cada año en dólares, teniendo en cuenta el valor más bajo o piso esperado de la tasa de cambio y el valor del servicio en el mercado	GERENTE JEFE DE VENTAS	Un mes antes que inicie la puesta en marcha del SPA
Tipos de Interés	Riesgo Negativo	Tranferir	Utilizar Instrumentos financieros (CAP), de tal forma que establezcan condiciones iniciales que fijen una tasa de interés de tal forma que no se comprometan los flujos de caja esperados	GERENTE	Una vez se inicien los estudios financieros para la adquisición del crédito de financiación
Evolución de Mercados	Riesgo Negativo	Mitigar	Elaborar un plan de mercadeo integral, que se encargue de monitorear permanentemente las nuevas tendencias y nuevos servicios, de tal forma que siempre exista una oferta vanguardista.	JEFE DE VENTAS	Inmediatamente inicie la puesta en marcha del SPA
			Implementar un plan de calidad del servicio, que realice encuestas de satisfacción periódicas, con el fin de evaluar los niveles de satisfacción de los clientes internos y externos y elaborar planes de mejoramiento de acuerdo a los resultados encontrados	JEFE DE VENTAS GERENTE	Inmediatamente inicie la puesta en marcha del SPA
			Identificar nuevas oportunidades de alianzas, que dinamicen o impulsen el desarrollo turístico de la zona, contribuyendo al posicionamiento y reconocimiento del SPA	GERENTE	Inmediatamente inicie la puesta en marcha del SPA
Conflicto Social	Riesgo Negativo	Evitar	Desarrollar un Plan de Sensibilización en la Comunidad de Galerazamba, con el fin de dar a conocer las bondades y portunidades del proyecto,	GERENTE	Tres (3) meses antes a que inicien los estudios preoperativos al inicio de la obra civil
			Establecer alianzas estrategicas con las autoridades locales, con el fin de apoyar la creación o consolidación unidades, cooperativas o asociaciones de personas nativas, en actividades relacionadas con el turismo, contribuyendo de manera agregada el desarrollo de la localidad	GERENTE	Tres (3) meses antes a que inicien los estudios preoperativos al inicio de la obra civil
Negociación con cadenas Hoteleras	Riesgo Negativo	Evitar	Realizar una identificación con los hoteles a articular, bajo criterios definidos. Posteriormente realizar actividades de promoción, sensibilización y firma de convenios en donde queden establecidos claramente los compromisos de las partes	GERENTE JEFE DE VENTAS	Seis (6) meses antes a que inicien la puesta en marcha del SPA

NOMBRE	TIPO		MEDIDA DE ADMINISTRACIÓN	RESPONSABLES	FECHA ESTIMADA
Materias primas no cumpla con las especificaciones establecidas	Riesgo Negativo	Evitar	Definir e implementar procedimientos de gestión de compras, que incluya Inscripción, Selección, Evaluación y Reevaluación de proveedores.	JEFE DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	Dos (2) Meses antes inicie la operación del SPA
			Realizar un control de los insumos recibidos y de las calidad y estados de los mismos	COORDINADOR MEDICO	Dos (2) semanas antes que inicie la operación del SPA
			Realizar la evaluación de proveedores mensualmente, en términos de la calidad de los productos, de tal forma que se logren tomar las medidas preventivas y correctivas.	JEFE DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	Inmediatamente se realice la primera adquisición de materias primas
Equipos e Instalaciones	Riesgo Negativo	Mitigar	Desarrollar un plan de mantenimiento preventivo a los equipos e instalaciones del SPA, utilizando productos de calidad e implementando medidas de mitigación de la corrosión	JEFE DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	Inmediatamente se entregada la obra (finalizadas) e inicie la puesta en marcha del SPA
Receptibilidad del Servicio	Riesgo Negativo	Mitigar	Elaborar e implementar un plan de promoción y publicidad agresivo y de "enamoramamiento" desde la primera visita al SPA, así como el diseño de estrategias comerciales efectivas que garanticen la aceptabilidad del servicio de la Talasoterapia	JEFE DE VENTAS	Doce (12) meses antes a que inician la puesta en marcha del SPA
Formación del personal y servicio al cliente	Riesgo Negativo	Evitar	Desarrollar un plan de formación para el personal, para el perfeccionamiento de los tratamientos asociados a la Talasoterapia	COORDINADOR MEDICO	Un mes antes que inicie la puesta en marcha del SPA
			Implementar un programa de actualización para el personal de masajes y demás tratamientos.		Inmediatamente inicie la puesta en marcha del SPA
Tiempos estimados vs los reales	Riesgo Negativo	Evitar	Elaborar un plan de gestión del proyecto participativos, en el cual se logre prever de cierta manera los todos los inconvenientes que se puedan presentar.	GERENTE	Inmediatamente se tengan los resultados de los estudios preoperativos
Condiciones de Políticas del País	Riesgo Negativo	Aceptar	Desarrollar alianzas con autoridades distritales y organismos relacionados con el turismo, con el fin de contribuir en el posicionamiento de la marca de ciudad, y generar confianza y reconocimiento a nivel nacional e internacional	GERENTE	Inmediatamente inicie la puesta en marcha del SPA

Fuente: Autores del Proyecto

Con la implementación del Plan de Gestión de Riesgos se espera que la exposición al Riesgo, asociados al objetivo del tiempo disminuyan en un 62% en promedio, y en un 57 % en el objetivo del costo. (Ver Formato 8. Calculo de la Vulnerabilidad).

6.1.7. Gestión de Recursos Humanos

En este plan se define el equipo que desarrollará el proyecto y se establecen los roles y funciones de cada uno de los involucrados sobre el desarrollo del trabajo contemplado en la WBS.

El plan de recursos humanos de este proyecto está conformado el organigrama (Ver Gráfico N°) y la matriz de roles y funciones. Se diseñó un organigrama basado en una estructura funcional porque cada área realiza un trabajo específico en el proyecto, de forma independiente, es decir, las funciones se encuentran claramente definidas e identificadas.

Por otra parte la matriz de roles y funciones nos permite distribuir adecuadamente quién realiza determinada labor y cuál es el grado de autonomía y de toma de decisiones de un determinado individuo. (Ver formato 9. Matriz de Roles y Funciones).

6.1.8. Gestión de las Adquisiciones

El plan de adquisiciones fue elaborado utilizando el método de la Matriz Hacer-Compras, en la cual se analizan las razones por las cuales se deberían tomar cualquiera de las dos alternativas. (Ver Formato 10. Matriz Hacer – Comprar)

De acuerdo a este análisis se definió que las actividades asociadas al trámite de licencias y permisos, a los estudios y diseños del proyecto y a la construcción y pruebas de la infraestructura física serían contratadas. Las demás actividades contempladas en el WBS serán desarrollados por el equipo del proyecto.

6.1.9. Gestión de las Comunicaciones

La gestión de las comunicaciones es uno de los procesos más importantes de la Gerencia de Proyecto, y para desarrollarlo de forma efectiva es necesario realizar la identificación de los todos los interesados del proyecto (Ver Formato 11. Identificación de Stakeholders), con el fin gestionar las expectativas de cada uno de ellos. Para esto es fundamente realizar un plan de comunicaciones que establezca lo que se debe comunicar, la frecuencia y el medio que se utilizará para dicha comunicación.

Para el proyecto se elaboró una matriz de comunicaciones con los principales interesados la cual se muestra en el Formato 12.

7. CONCLUSIONES

- Se desarrollaron todos los objetivos del proyecto, por medio de la realización de los diferentes estudios (Mercado, Técnico, Organizacional, Ambiental, Económico, Financiero y el Plan de Gestión), analizando así la prefactibilidad para la creación del primer spa marino de costa caribe colombiana “Galerazamba Marine Spa & Resort en el corregimiento de Galerazamba, obteniendo resultados favorables para el desarrollo del proyecto.
- Al realizar el análisis entorno de proyecto mostró un escenario favorable para el desarrollo del mismo, en donde el turismo en salud, es una de las apuestas productivas contenidas en el plan de competitividad regional de Bolívar, y con amplias proyecciones a mediano y largo plazo.
- Galerazamba Marine Spa & Resort se encontrará localizado en el corregimiento de Galerazamba, con el fin de aprovechar todos los recursos naturales de la zona y agotarlos, y contribuir su desarrollo. Contará con los siguientes diferentes servicios asociados con la Talasoterapia.
- El estudio de mercado se basó en información de fuentes primarias (encuestas). De acuerdo con los resultados de este estudio, se espera atender una demanda de 8.413 usuarios locales y 8.116 turistas nacionales y extranjeros en el primer año de operaciones, con un crecimiento promedio del 5,7% anual para los siguientes cinco años. Con la prestación del servicio, se prevé que los ingresos asciendan a \$1'830.070.000 de pesos al inicio de las actividades, y de ahí en adelante se pronostica que éstos crecerán a un ritmo promedio del 7,36% anual.
- La inversión total necesaria para el desarrollo del proyecto de \$2'706.656.339 de pesos. El financiamiento de la inversión se realizará con el aporte del 70% de los patrocinadores y el 30% restante, será capitalizado mediante deuda directa con una entidad financiera. Los resultados obtenidos del análisis financiero demuestran que el proyecto generara una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 33.15%, equivalente a un Valor Presente Neto (VPN) de \$764.825.763 de pesos, considerando un WACC de 18,93%. Con estos resultados se estima que en 5

años se habrá recuperado el capital invertido se en su totalidad, demostrando así la idoneidad de realizar la inversión.

- El proyecto contará con una estrategia ambiental que propenda por la generación de una cultura promotora de la actividad turística entre los prestadores de servicios que permita la articulación entre los diferentes tipos de atractivos, generando un desarrollo económico sostenido, así como la sustentabilidad ecológica y beneficios sociales para los habitantes de la región.
- El proyecto contempla la comercialización del mismo, por tal motivo se incluyó dentro del organigrama una Dirección Comercial, el cual deberá garantizar el desarrollo de los procesos de comercialización y gestión convenios, que permitan el cumplimiento de las metas de ventas establecidas en el estudio financiero.
- Se elaboraron diferentes formatos del plan de gestión del proyecto asociados a las nueve áreas del conocimiento contenidas en la Guía de Dirección de Proyectos del PMI. En los diferentes planes se plantearon estrategias para la gestión del proyecto, específicamente para la gestión de los stakeholders, puesto que éstos influyen muy significativamente, como se mostró en el análisis de riesgos.
- El proyecto se muestra como una gran oportunidad para el desarrollo de zona, y para el reconocimiento de Cartagena como un destino de bienestar y salud, la cual es una nueva tendencia a nivel mundial.
- Este proyecto más que una simple inversión, se constituye en un proyecto de desarrollo local, que puede generar una dinámica positiva, generando nuevas fuentes de empleo, economías externas al proyecto e integraciones verticales u horizontales, que acompañados del apoyo de las autoridades locales y regionales, puede ser llevar a ser una los atractivos turísticos más importantes de la región.

8. RECOMENDACIONES

- Se requiere documentar todos los procesos asociados a cada gestión, de tal forma que se pueda los activos de los procesos de la organización. Esta labor debe consolidarse en Coordinación de Calidad.
- La gestión comercial debe iniciar desde el inicio de la obra, puesto que es necesario ahondar esfuerzos para la gestión de convenios y las relaciones corporativas de GALERAZAMBA MARIENE SPA & RESORT.
- Deben estar claramente definidas las políticas de precios de tal forma que se disminuya el impacto de la revaluación de la moneda, y no se pongan en riesgos las metas en términos de ingresos, las cuales fueron estimadas en pesos.
- Dentro de las funciones establecidas a cada miembro del equipo del proyecto se deben asignar las actividades asociadas al plan de gestión de riesgos, de tal forma que se garantice disminución de los posibles impactos.
- Se recomienda que para el desarrollo del proyecto se realice una evaluación social de proyecto, la cual contemple la valoración de las externalidades positivas que se generarán alrededor del proyecto, con el fin de ratificar la importancia y pertinencia del mismo, y de esta forma buscar algún tipo de apalancamiento o subsidio por parte del Estado.
- Gestionar la articulación del proyecto con el plan de desarrollo local, de tal forma que este tipo de proyectos se convierta en el primero de muchos que aprovechen las potencialidades de la zona e impulse la llegada de turistas, ofreciéndoles un destino lleno de actividades deportivas, lúdicas, terapéuticas, entre otras.

9. BIBLIOGRAFIA

- CARDENAS ESPINOSA, Ismael, Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa de diseño e implementación de sistemas domóticos en la ciudad de Cartagena D.T. y C. 2009.
- CARREÑO CLEMENTE, Juan Antonio, Introducción a un marco estratégico de actuación para la mejora del producto turismo de salud. Universidad de Las Palmas. 2008.
- CERRADA FERNÁNDEZ-CLEMENTE, Alberto, Talasoterapia. Revisión de los artículos científicos publicados en los últimos 20 años. Anales de Hidrología Médica. 2007.
- FUENTES, Mayra, TOALA, Guisella, Propuesta para la Creación de un Centro de Talasoterapia en el Cantón General Villamil Playas. Escuela Superior Politécnica del Litoral. 2005.
- GARDELLA, Rodrigo, AGUAYO, Eva. IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO. Estudios económicos del desarrollo internacional. 2002.
- HERNÁNDEZ ILIZALITURRI, Alma Amalia. El Ecoturismo como estrategia de desarrollo sostenible: un análisis basado en la teoría económica.
- MARTINEZ MOURE, Olga, Talasoterapia y turismo: los recursos terapéuticos del agua de mar como mecanismo sostenible para la promoción turística para los municipios costeros. Medicina Naturista. 2008.
- MARTINEZ MOURE, Olga, Turismo y territorio. Ejemplos modélicos de Planificación turística desde la perspectiva de la Sostenibilidad. La perspectiva político – social del Espacio rural: análisis del turismo de salud. Universidad Nacional de Educación a Distancia. 2005.
- OSORIO GARCIA, Maribel. El carácter social del Turismo. Estudios y Perspectiva en Turismo. 2007.
- OTERO URIETA, *Adriana*. La importancia de la visión de territorio para la construcción de desarrollo competitivo de los destinos turísticos. 2007.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO INDUSTRIAL, Manual para la preparación de estudios de viabilidad industrial. 1994.

- ROCHA ORTIZ, Maribel. Orígenes y Fundamentos de la Talasoterapia. Revista de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Alfonso X el Sabio. 2004.
- PLAN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD DE CARTAGENA Y BOLIVAR 2008-2032, Cámara de Comercio de Cartagena, Mayo de 2010.
- PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos, Cuarta Edición. 2008.
- SANTANA TURÉGANO, Manuel Ángel. Turismo, empleo y desarrollo. Universidad de La Laguna. 2005.
- SUCH DEVESA, María Jesús, Turismo y Crecimiento Económico: Un análisis empírico de Colombia. Universidad de Alcalá. 2009.

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA PARA USUARIOS LOCALES

Esta encuesta tiene por objeto desarrollar una investigación acerca de demanda actual de servicios asociados con actividades de estética, bienestar, relax y esparcimiento, con el fin de impulsar la oferta de estos servicios en la Región.

1. Nombre y Apellido
2. Edad
3. Estrato Socioeconómico Actual:
4. Estado Civil
5. Realiza actividades asociadas al turismo en salud, como tratamiento de estética, relajación, etc.:
 - Si
 - No
6. Cómo califica el servicio prestado en los establecimiento donde suele realizar estas actividades:
 - Malo
 - Regular
 - Aceptable
 - Bueno
 - Excelente
- 7.Cuál es el grado de satisfacción por este servicio:
 - Completamente insatisfecho
 - Insatisfecho
 - Satisfecho
 - Completamente satisfecho
8. Cuánto dinero destina para este servicio:
 - Menos de \$100.000
 - Entre \$100.000 y \$150.000
 - Entre \$150.000 y \$200.000
 - Entre \$200.000 y \$300.000
 - Más de \$300.000
9. Con qué frecuencia realiza estas actividades
 - Diariamente
 - Semanalmente
 - Quincenalmente
 - Mensualmente
 - Bimensualmente
 - Trimestralmente
 - Semestralmente
 - Otra
 - Cual: _____
10. Conoce usted la TALASOTERAPIA:
 - Si
 - No
11. Estaría interesado en demandar los servicios de un spa marino basado en la TALASOTERAPIA, Ciencia milenaria que utiliza el agua de mar con fines terapéutico, esta terapia se basa en la utilización del medio marino (agua de mar, algas, barro y otras sustancias extraídas del mar) y del clima marino como agente

terapéutico, ya que el agua del mar contiene más de 80 elementos necesarios para el buen funcionamiento del organismo humano, teniendo algunos de ellos las características de ser antitumorales, antibacterianas y antivirales.

- Si
- No
- Por

qué:

12. Con qué frecuencia demandaría este servicio?

- Diariamente
- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Bimensualmente
- Trimestralmente
- Semestralmente
- Otra

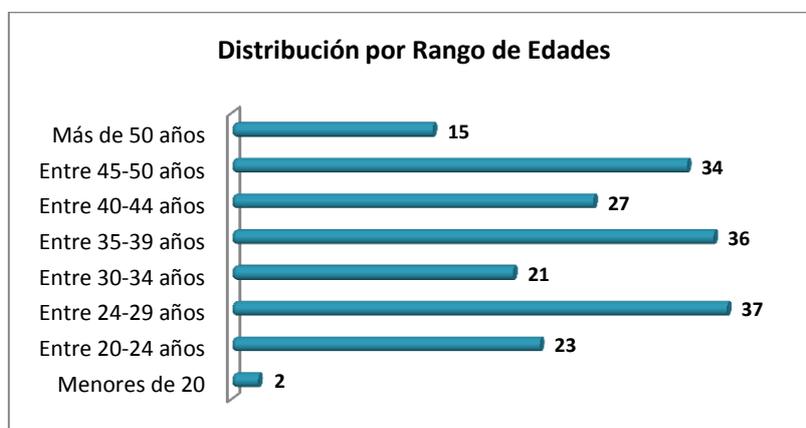
Cual: _____

ANEXO 2

ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS

- **Pregunta N°2: Rangos de Edades de las personas encuestadas:**

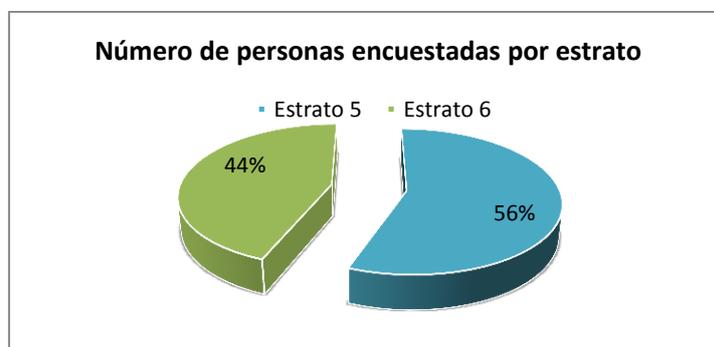
Gráfica N°4. Pregunta 2



Fuente: Autores del Proyecto

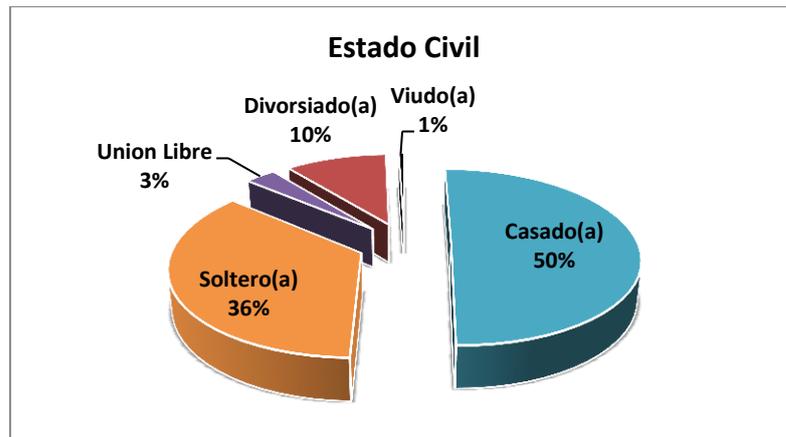
- **Pregunta N° 3: Clasificación por estrato de personas encuestadas:**

Gráfica N°5. Pregunta 3



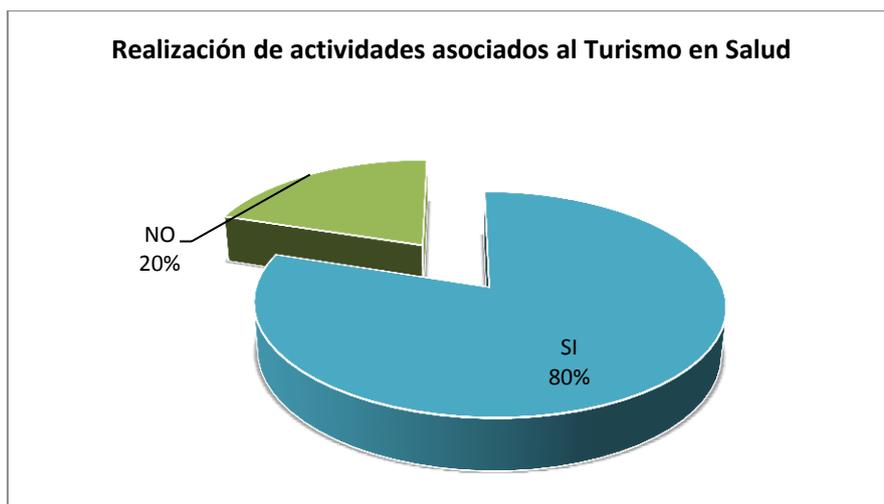
Fuente: Autores del Proyecto

○ **Pregunta N° 4: Estado Civil de las personas encuestadas**



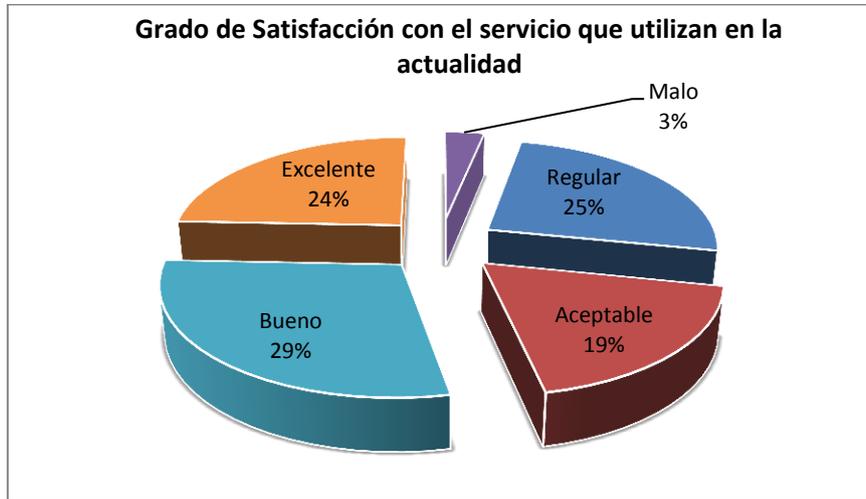
Fuente: Autores del Proyecto

○ **Pregunta N°5: ¿Realiza actividades asociadas al turismo en salud, como tratamientos de estética, relajación etc.?**



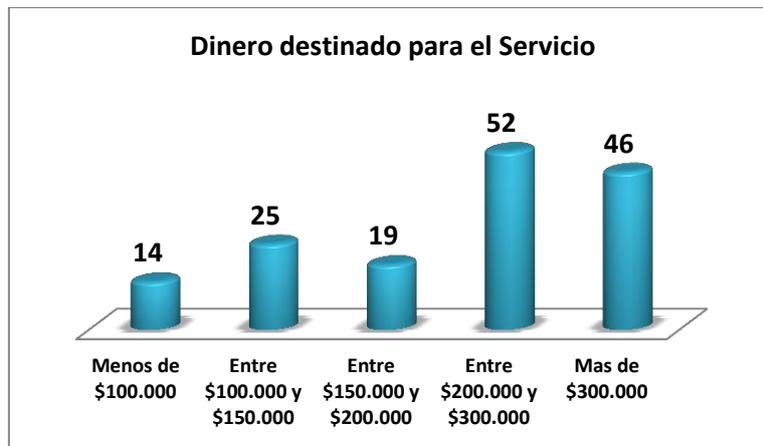
Fuente: Autores del Proyecto

- Para las personas que respondieron afirmativamente a la pregunta N°5, **Pregunta N° 6: ¿Cómo califica el servicio en los establecimientos en donde suele realizar estas actividades?**



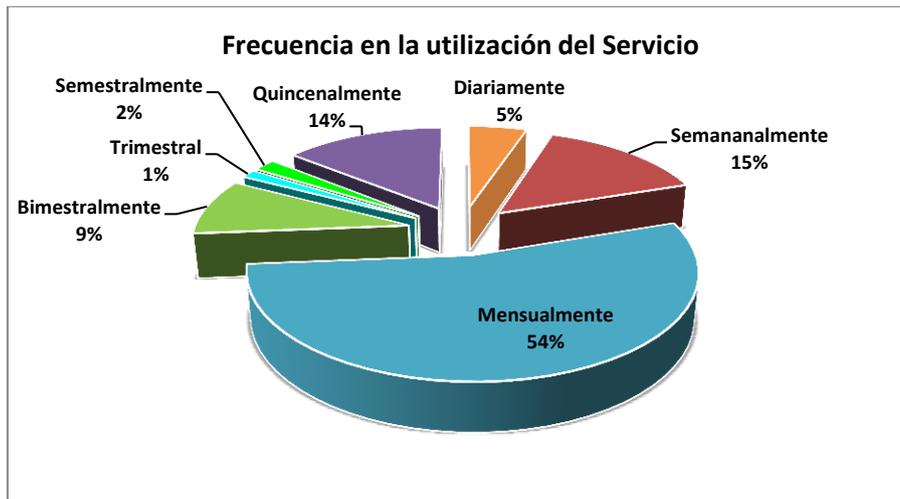
Fuente: Autores del Proyecto

- **Pregunta N°8: ¿Cuánto Dinero destina para este Servicio?**



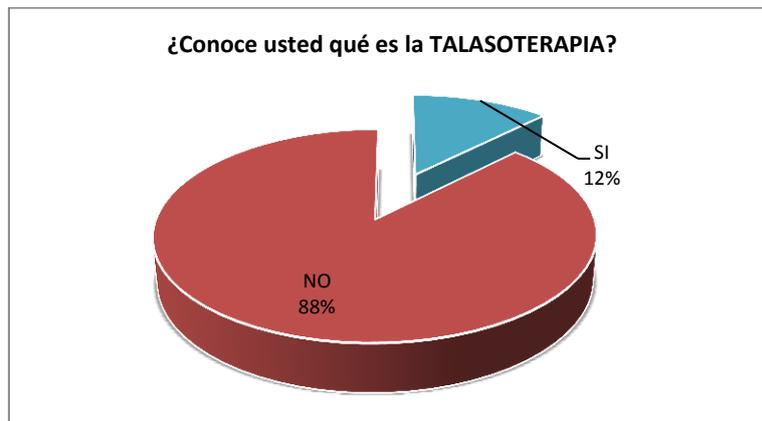
Fuente: Autores del Proyecto

- **Pregunta N°9: ¿Con qué frecuencia se realiza este tipo de tratamientos?**



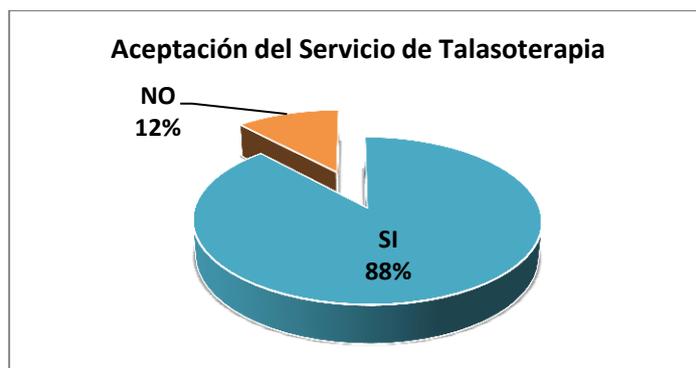
Fuente: Autores del Proyecto

- **Pregunta N°10: ¿Sabe usted qué es la Talasoterapia?**



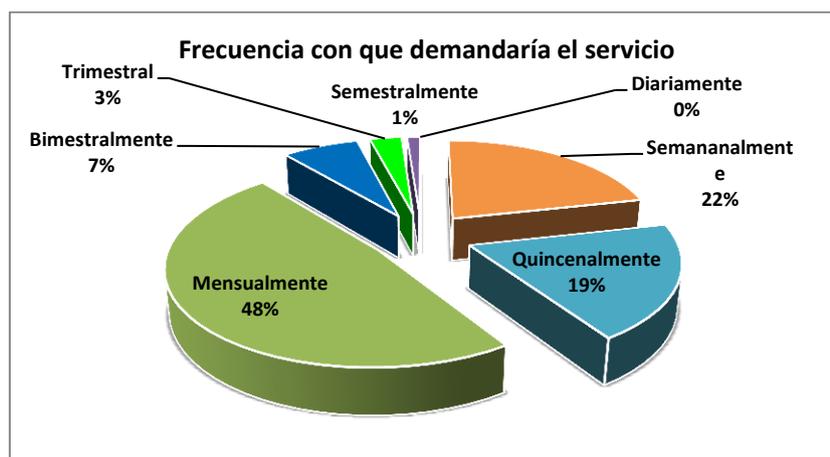
Fuente: Autores del Proyecto

- **Pregunta N° 11: ¿Estaría interesado en demandar los servicios de un spa marino basado en la TALASOTERAPIA?**



Fuente: Autores del Proyecto

- **Pregunta N°12: Con qué frecuencia demandaría este servicio?**



Fuente: Autores del Proyecto

ANEXO 2

ENCUESTA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Recientemente se ve desarrollar en Colombia un proceso muy prometedor para el sector turístico del país, proceso que ha sido impulsado por el gobierno siguiendo las meta propuesta de convertir a Colombia en un destino turístico de talla mundial. Para tal propósito se hace indispensable trabajar en el desarrollo de la oferta de cada uno de los servicios que ofrecen las distintas ciudades y regiones turísticas que tiene el país, en el perfeccionamiento de cada producto, el desarrollo de proyectos de alto impacto para el fortalecimiento de la industria turística, en seguridad y en el mejoramiento de la imagen de Colombia en el exterior con miras a ser cada vez más competitivo en un mercado de magnitudes mundiales y tendencias globales claramente marcadas principalmente en los países de Latinoamérica que cuentan con riquezas naturales, culturales e históricas muy llamativas.

La ENCUESTA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS tiene como objeto, desarrollar una investigación acerca de los productos turísticos actuales con los que cuentan el sector hotelero de Cartagena y la Región, con el fin de determinar la oferta de éstos y, el análisis de la demanda de posibles nuevos productos que puedan ser ofrecidos por ustedes.

1. **Nombre del Hotel:** _____
2. **Dirección:** _____
3. **Cargo de la persona que responde la encuesta:** _____

Marque con una X

4. Cuántos años tiene el Hotel:

- Menos de 5 años
- Entre 5 y 10 años
- Entre 10 y 20 años
- Entre 20 y 30 años
- Más de 30 años

5. Tiene el Hotel algún tipo de convenio para la prestación de servicios turísticos:

- Si
- No

6. Qué productos turísticos son ofrecidos por ustedes fuera de las instalaciones del Hotel:

- Eventos y Festividades
 - Ecoturismo
 - Agroturismo
 - Actividades asociadas con el turismo en salud (SPA, Estética, u otras actividades de relajación)
 - Paseos culturales
 - Otros
- Cuales: _____

7. De qué manera son ofrecidos estos productos:

- Incluidos en las tarifas
- Paquetes adicionales
- Otros
- Cuales: _____

8. ¿Cuántos usuarios o clientes ha registrado el Hotel en lo corrido del año? _____

9. ¿Cuenta el Hotel con un portafolio de servicios relacionado con el turismo en Salud¹²?

- Si
- No

10. ¿Qué porcentaje de sus usuarios o clientes podría decir que demandan servicios de bienestar, salud, relax u otros servicios asociados al turismo en salud? _____

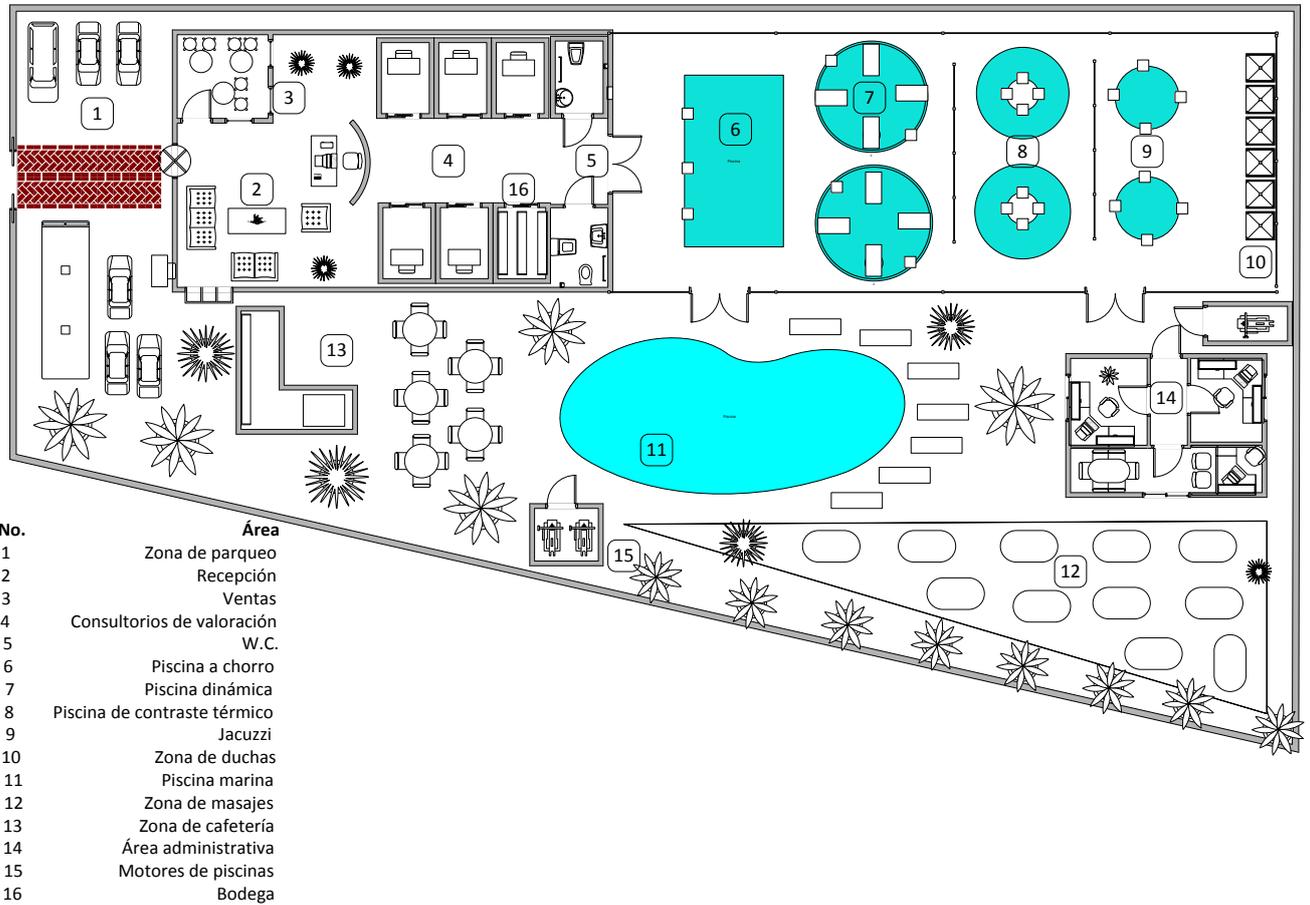
11. ¿Está el Hotel interesado en aumentar o potencializar la prestación de este servicio?

- Si
- No
- ¿Por qué?

¹² Esta clase de turismo se enfoca a ese grupo de personas que se desplazan interesado en disfrutar de lugares donde encuentren diversiones sanas, educativas y recreativas y a la vez cuidan su salud. Los turistas van en busca de climas y ecosistemas que sean benéficos para su salud y que en su lugar de residencia no lo disfrutan, convirtiéndose en una forma de resolver problemas que genera la vida cotidiana.

ANEXO 4

PLANO DE GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT



Fuente: Autores del Proyecto

ANEXO 5

FORMATOS PLAN DE GESTIÓN DEL PROYECTO

Formato 1.

	<h2 style="margin: 0;">PROJECT CHARTER</h2>
---	---

Nombre del Proyecto: DISEÑO, CONSTRUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PROYECTO GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT EN EL MUNICIPIO DE SANTA CATALINA DE ALEJANDRÍA

Oportunidad de Negocio

Inexistencia de un SPA en la costa Caribe Colombiana dedicado a la Talasoterapia con fines terapéuticos.

Objetivo

Diseño, construcción y comercialización el proyecto de GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT en el municipio de Santa Catalina de Alejandría.

Alcance del Proyecto

Hace parte del Proyecto	No hace Parte del Proyecto
Topografías y estudios de suelo	Operación del SPA
Diseño arquitectónico	Evaluación ex post
Diseño Estructural	
Diseño Hidrosanitario	
Diseño Eléctrico	
Gestión de licencias y permisos ambientales	
Gestión de licencias de construcción	
Sensibilización a las autoridades locales y a la comunidad sobre los beneficios del proyecto	
Gestión de articulación con las autoridades locales para el impulso del proyecto	
Adquisición de materiales para la construcción	
Construcción de las instalaciones	
Gestión comercial	
Puesta en marcha	
Capitalización y cierre	

Entregables / Requerimientos y Criterios de Aceptación

Entregable	Criterios de Aceptación
Estudios preliminares	Validar que el cumplan con las Normas y Especificaciones Nacionales e Internacionales requeridas y verificar la calidad y rigurosidad de los mismos.
Diseño arquitectónico, estructural, hidrosanitario y eléctrico	Verificación de la calidad y rigurosidad de los diseños, validando que éstos cumplan con las normas y especificaciones nacionales e internacionales requeridas.
Permisos ambientales	Otorgamiento de la licencia ambiental
Permisos de Construcción	Otorgamiento de los permisos de construcción
Construcción de Obras Civil, Eléctricas e Hidrosanitarias	Las Obras de todas las especialidades involucradas deben estar de acuerdo a las especificaciones y diseños suministrados
Montaje de Equipos Requeridos	Los equipos se instalaron de acuerdo a los requerimientos y a las recomendaciones de los fabricantes

Pruebas de Operación de Equipos y Piscinas	Comprobar que los equipos y las piscinas funcionen de manera apropiada, de acuerdo a los requerimientos entregados
Personal Reclutado y Capacitado	Verificar la efectividad de la capacitación mediante validación de competencias
Convenios con hoteles de la Región	Convenios firmados y planes de acción para su implementación.
Entrega a Operación del SPA	Entregar a satisfacción el SPA, al equipo asignado para su operación
Capitalización y cierre	Liquidación de los contratos Acta de cierre

Supuestos y Restricciones

Supuestos	Restricciones
El terreno en donde se construirá el SPA cuenta con las condiciones físicas necesarias	Dificultades ambientales y de suelo
Existe receptividad a cerca del proyecto por parte de las autoridades locales y las comunidades	Restricciones políticas por parte de las autoridades locales
El diseño del SPA y los estudios preliminares se realizaron en la fecha establecida	Poca receptividad por parte de la comunidad
La capacidad de atención del SPA será suficiente para la demanda presentada	Poca demanda del servicio
Los permisos ambientales son otorgados	La construcción del SPA no excederá 16 meses.
Existe presupuesto suficiente y disponible para la finalización total de la obra	Se trabajará de lunes a sábados hasta las 4:00 PM.
Se tendrán todos los permisos y licencias de construcción al inicio de los trabajos	

Recursos, Roles y Responsabilidades

Recursos	Rol	Responsabilidades
Inversionista xxx	Sponsor	Dueño del Proyecto
Carmen Charry Sampayo	Gerente del Proyecto	Cumplir con el Plan de Dirección del Proyecto
Ana Paola Torres	Directora comercial del Proyecto	Desarrollar estrategias de comercialización y alianzas estratégica para la venta del servicio, una vez se ponga en marcha
Eduardo Ruiz	Contratista - Director de Obra Civil	Gestionar el desarrollo de los estudios preliminares y Ejecutar el proyecto cumpliendo con las especificaciones técnicas requeridas

Riesgos, Impactos y Contingencias

Riesgo	Impacto en el Proyecto	Contingencia
No encontrar la financiación requerida para el desarrollo del proyecto	Se detiene el Proyecto	Buscar Inversionistas, solicitar financiación a entidades bancarias
Demora o negación de las licencias y permisos de construcción	No se puede Realizar el Proyecto	Realizar acercamiento con los entes que otorgan las Licencias y Permisos y exponer el beneficio e impacto social del proyecto, como catalizador para la generación de economías externas
Retrasos generales en la construcción del SPA debido a condiciones	Retraso en la entrega de la obra, incremento de los costos.	Realiza programación de horas extras y nocturnas para recuperar el tiempo.

climáticas		
No aceptación del proyecto por parte de las autoridades locales	Se detiene el Proyecto	Plan de sensibilización y articulación con las autoridades locales, con el fin de incluir el proyecto como fuente de desarrollo y generación de ingresos para la comunidad.
Poca aceptación del servicio	Cierre del SPA	Plan comercial agresivo, convenios con hoteles, alta inversión en publicidad.

Hitos del Proyecto

Hito	Fecha
Estudios preliminares	X de 20XX
Diseños para la construcción de la SPA y entrega del presupuesto definitivo	X+1 de 20XX
Construcción de Obra Civil, Eléctricas e Hidrosanitarias	X+10 20XX
Montaje de equipos requeridos para el funcionamiento de las piscinas	X+11 20XX
Pruebas de operación de piscinas y reclutamiento y capacitación	X+12 de 20XX
Entrega a Operación	X+14 de 20XX
Capitalización y cierre	X+17 de 20XX

Costo del Proyecto

El proyecto tiene un costo total de \$ 2'706.656.339

Aprobación:

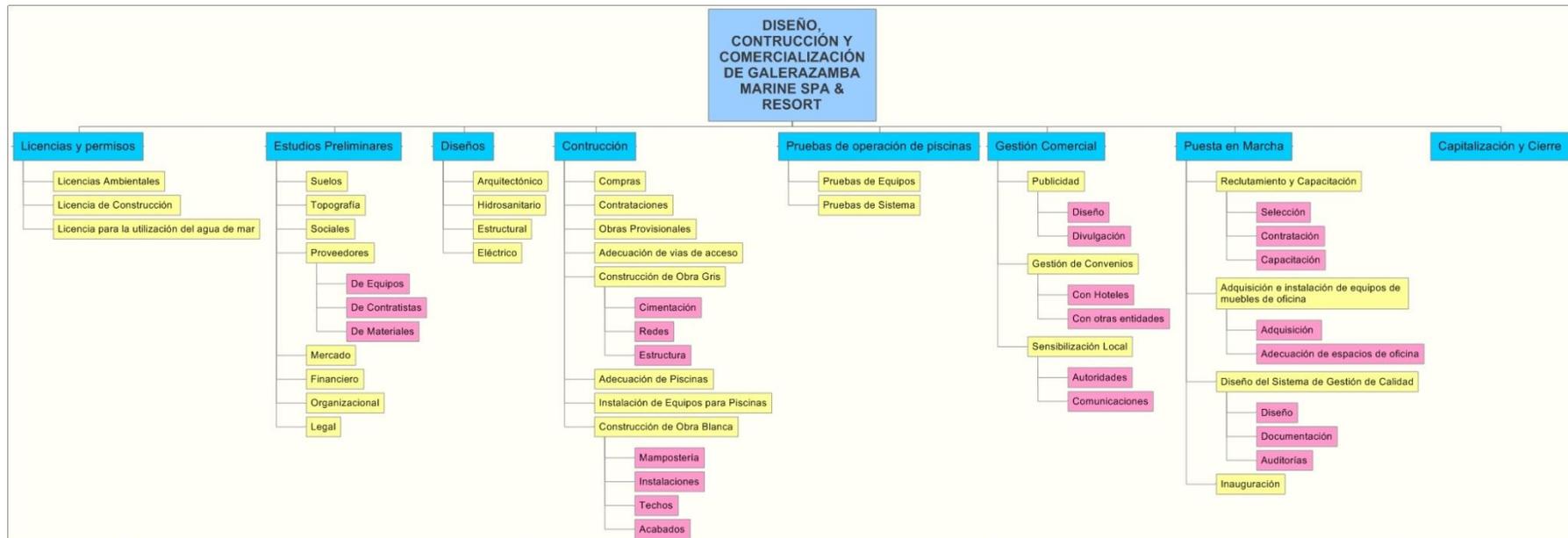
Sponsor

Gerente del Proyecto

Fecha

Fuente: Autores del Proyecto

Formato 2



Fuente: Autores del Proyecto

Formato 3

	<u>DICCIONARIO DE LA WBS</u>
---	------------------------------

NOMBRE DEL PROYECTO: ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD Y FORMULACIÓN DEL PLAN DE GESTIÓN PARA EL DISEÑO, CONSTRUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PROYECTO GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT EN EL MUNICIPIO DE SANTA CATALINA DE ALEJANDRÍA

1.1	Licencias y permisos
Descripción	Gestionar la emisión de la licencia ambiental, ante la autoridad ambiental correspondiente, y la licencia para la utilización del agua de mar ante La Dimar, con el fin que se pueda dar inicio a los demás procesos y se garantice la razón de ser del negocio. De la misma forma esto incluye la gestión para la licencia de construcción que la debe otorgar el municipio de Santa Catalina de Alejandría.
Actividades	<ul style="list-style-type: none">- Licencia Ambiental- Licencia para la utilización de agua de mar- Permiso de construcción
Duración	60 días
Costos	\$ 29'891.505
Responsable	Gerente de Proyecto

1.2	Estudios Preliminares
Descripción	Hace relación a todos los estudios previos que se deben realizar para la evaluación final del proyecto, de tal forma que éste se pueda iniciar teniendo en cuenta todos los aspectos requeridos.
Actividades	Estudios de suelo y topográfico, estudio de mercado, estudio organizacional, legal, estudio de proveedores de equipos y otros, estudio social.
Duración	4 Meses
Costos	\$ 38'000.000
Responsable	Gerente de Proyecto

1.3	Diseños
Descripción	Desarrollo de todos los diseños requeridos para la construcción y funcionalidad del SPA
Actividades	<ul style="list-style-type: none">- Diseño Arquitectónico- Diseño Estructural- Diseño Hidrosanitario- Diseño Eléctrico
Duración	30 Días
Costos	\$ 40'000.000
Responsable	Director de Obras

1.4	Construcción
Descripción	Construir todas las facilidades requeridas para la instalación piscinas y de equipos y la funcionalidad del SPA.
Actividades	<ul style="list-style-type: none">- Compras y Contratación- Construcción de obras provisionales- Adecuación de vías de accesos

	<ul style="list-style-type: none"> - Construcción de la obra gris - Adecuación de piscinas - Instalación de equipos para piscinas - Construcción de la Obra blanca
Duración	12 Meses
Costos	\$ 2.179.455.000
Responsable	Director de Obras

1.5	Pruebas de operación de piscinas
Descripción	Realizar las pruebas para verificar el buen funcionamiento de las piscinas y de sus equipos asociados.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> - Pruebas de quipos - Pruebas del sistema
Duración	15 días
Costos	\$ 2'000.000
Responsable	Director de Obras

1.6	Gestión Comercial
Descripción	Realizar todas las actividades comerciales necesarias para garantizar la demanda del servicio, una vez entregada la obra
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> - Publicidad - Gestión de convenios - Sensibilización a las autoridades y comunidades locales
Duración	12 meses
Costos	\$ 170'000.000
Responsable	Directora Comercial

1.7	Puesta en Marcha
Descripción	Realizar la entrega formal de la obra, a operaciones realizando capacitaciones al personal, adecuando los equipos de oficina y registro de la entrega; así como los procesos y procedimientos documentados para la puesta en marcha del SPA.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> - Reclutamiento y capacitación - Adquisición e instalación de muebles y equipos de oficina - Diseño del sistema de gestión de calidad - Inauguración
Duración	8 Meses
Costos	\$ 100'000.000
Responsable	Director del Proyecto

1.8	Capitalización y Cierre
Descripción	Entrega de toda la documentación técnica y administrativa resultante en el proyecto
Actividades	Realizar la Capitalización y el Cierre Formal (en sistema) de la fábrica
Duración	15 Días
Costos	\$ 1'500.000
Responsable	Gerente del Proyecto

Formato 6.

ACTIVIDAD	VALOR (M\$)	% CONTINGENCIA	% ESCALACIÓN	% CONT+ESCAL	(\$) CONT+ESCAL	VALOR TOTAL
INICIO	0					
LICENCIAS Y PERMISOS	\$ 29.891.505	40%	3,30%	43,30%	12.943.022	42.834.527
ESTUDIOS PRELIMINARES	\$ 11.000.000	15%	3,30%	18,30%	2.013.000	13.013.000
Estudio de Proveedores y Contratistas	\$ -	29%	3,30%	31,87%	-	-
DISEÑO	\$ 39.000.000	22%	3,30%	25,52%	9.953.667	48.953.667
CONSTRUCCION	\$ 2.247.455.000	13%	3,30%	16,44%	369.545.815	2.617.000.815
PRUEBAS DE OPERACIÓN DE PISCINAS	\$ 2.000.000	17%	3,30%	19,97%	399.333	2.399.333
GESTION COMERCIAL	\$ 135.000.000	14%	3,30%	17,23%	23.265.000	158.265.000
Sensibilización local	\$ 2.000.000	33%	3,30%	36,63%	732.667	2.732.667
PUESTA EN MARCHA	\$ 27.372.222	14%	3,30%	17,16%	4.696.291	32.068.513
Inauguración	\$ 5.000.000	17%	3,30%	19,97%	998.333	5.998.333
CAPITALIZACIÓN Y CIERRE	\$ -					
TOTALES	\$ 2.498.718.727				424547127,90	2923265854,90
	↓				↓	↓
	Presupuesto sin contingencia				Reserva de Contingencia	Presupuesto con contingencia

Fuente: Autores del Proyecto

Formato 7

	ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
---	---

La siguiente encuesta contiene preguntas que nos ayudaran a conocer su concepto acerca de nuestro servicio, a ser mejores, y les ayudara a ustedes a expresar su grado de satisfacción.

1. Cuantas veces ha utilizado nuestros servicios?
a) 1-5 b) 6-10 c) 11 en adelante

2. Que clase de servicios o tratamientos ha experimentado?

3. Como le parece el trato con los empleados del spa?
a) malo b) regular c) bueno d) excelente

4. Como considera la infraestructura de Galerazamba Marine Spa & Resort?
a) malo b) regular c) bueno d) excelente

5. El servicio que se le es prestado como lo considera?
a) malo b) regular c) bueno d) excelente

6. Los precios de los tratamientos son:
a) económicos b) relativamente altos c) altos

7. Regresaria a utilizar nuestros servicios? Porque
a) si b) no

8. Sugerencias:

Formato 8

CALCULO DE LA VULNERABILIDAD						
NOMBRE	OBJETIVO: TIEMPO			OBJETIVO: COSTO		
	VULNERABILIDAD RIESGO PURO	VULNERABILIDAD RIESGO RESIDUAL	REDUCCIÓN DE LA EXPOSICIÓN AL RIESGO	VULNERABILIDAD RIESGO PURO	VULNERABILIDAD RIESGO RESIDUAL	REDUCCIÓN DE LA EXPOSICIÓN AL RIESGO
Autoridades Locales	20	9	-55%			
Normatividad Ambiental	6	2	-67%	4	1	-75%
Condiciones Naturales	6	1	-83%	6	1	-83%
Condiciones Climáticas				9	6	-33%
Cambios de Moneda				10	5	-50%
Tipos de Interés				6	3	-50%
Evolución de Mercados				8	4	-50%
Conflicto Social	9	2	-78%	3	1	-67%

CALCULO DE LA VULNERABILIDAD						
NOMBRE	OBJETIVO: TIEMPO			OBJETIVO: COSTO		
	VULNERABILIDAD RIESGO PURO	VULNERABILIDAD RIESGO RESIDUAL	REDUCCIÓN DE LA EXPOSICIÓN AL RIESGO	VULNERABILIDAD RIESGO PURO	VULNERABILIDAD RIESGO RESIDUAL	REDUCCIÓN DE LA EXPOSICIÓN AL RIESGO
Negociación con cadenas Hoteleras				4	1	-75%
Materias primas no cumpla con las especificaciones establecidas				6	1	-83%
Equipos e Instalaciones				10	6	-40%
Receptibilidad del Servicio	20	9	-55%	12	6	-50%
Formación del personal y servicio al cliente	2	1	-50%	2	1	-50%
Tiempos estimados vs los reales	12	6	-50%	12	4	-67%
Condiciones de Políticas del País				12	9	-25%

Fuente: Autores del Proyecto

Formato 9.

MATRIZ DE ROLES Y FUNCIONES DEL PROYECTO										
ROL	Sponsor	Gerente de Proyectos	Director de Obra Civil	Director de Servicios Aditivos	Director Comercial	Empresa contratista	Coordinador de Calidad	Coordinador de Servicios	Jefe de Compras	Jefe de Contabilidad y Presupuesto
LICENCIAS Y PERMISOS										
Licencia Ambiental	A	C	P	E		P	E	E		P
Licencia de Construcción	A	R	E			P				
ESTUDIOS PRELIMINARES										
Estudio de Suelo		A	C			E				
Estudio Topográfico		A	C			E				
Estudios Sociales		A	C			E				
Estudio Financiero	A	R	P	P	P	P	P	P	P	E
Estudio de Proveedores y Contratistas										
Equipos		A	P	P		P	P	P	E	
Contratistas	R	A	E							
Estudio organizacional y legal	A	C		E						
DISEÑO										
Diseño Arquitectónico	A	R	P	P		E	P			
Diseño Hidrosanitario	R	A	C	P		E	P			
Diseño Estructural	R	A	C	P		E	P			
Diseño Eléctrico	R	A	C	P		E	P			
CONSTRUCCION										
Compras y contrataciones		A	P	P		E	P	P	P	
Obras Provisionales		A	C	P		E	P	P	P	
Adecuación de vías de acceso		A	C	P		E	P	P	P	
Construcción de Obra Gris										
Cimentación		R	A			E	P	P	P	
Redes		R	A			E	P	P	P	
Estructura		R	A			E	P	P	P	
Adecuación de Piscinas		R	A			E	P	P	P	
Instalación de Equipos para Piscinas		R	A			E	P	P	P	
Construcción de Obra Blanca										
Mampostería		R	A			E	P	P	P	
Instalaciones		R	A			E	P	P	P	
Techo		R	A			E	P	P	P	
Acabados		R	A			E	P	P	P	
PRUEBAS DE OPERACIÓN DE PISCINAS										
Pruebas de equipos		R	A			E	P	P	P	
Pruebas del Sistema		R	A			E	P	P	P	
GESTION COMERCIAL										
Publicidad	A	R		P	E		P			
Gestión de Convenios	A	C		P	E		P			
Sensibilización local										
Autoridades	A	R		C	P			E		
Comunidades	A	R		C	P			E		
PUESTA EN MARCHA										
Reclutamiento y capacitación										
Selección		A		R	P			E		
Vinculación		A		R	P			E		
Capacitación		A		R	P			E		
Adquisición e instalación de EMO										
Adquisición		A		C			P	E	P	
Dotación de espacios de oficina		A		C			P	E	P	
Diseño del Sistema de Gestión de Calidad		A		C			P	E	P	
Inauguración		C		P			P	E	P	
CAPITALIZACIÓN Y CIERRE	A	C		R	R		P	P		E

E: ejecuta, P: participa, C: coordina, R: revisa, A: autoriza

Fuente: Autores del Proyecto

Formato 10

MATRIZ MAKE - BUY				
No	HACER	¿POR QUÉ?	COMPRAR/CONTRATAR	¿POR QUÉ?
1	Gestionar la Licencia de Construcción	Estas licencias deben ser gestionadas antes de iniciar el proyecto y deben programarse unas acciones permanentes para su mantenimiento aun cuando termine el proyecto e inicie la operación	Gestionar la Licencia Ambiental	Es necesario contratar a un experto en gestión ambiental, el cual identifique los posibles impactos ambientales y elabore el plan de prevención, mitigación y compensación necesarios para la licencia ambiental. Este experto será contratado por un determinado tiempo hasta la adquisición de la licencia, el plan de manejo ambiental será administrado por el Director de Servicios Administrativos.
2	Estudio Financiero	La gestión financiera es un proceso estratégico en el desarrollo del proyecto, por los limitados recursos, por lo que se debe garantizar la racionalización de los recursos por eso debe encargarse los líderes del proyecto.	Estudio de Suelo	Se trata de labores específicas por un corto tiempo, por tal motivo no se hace necesario realizar contratación directa ni que hagan parte del organigrama de proyecto por la corta duración en el mismo.
3	Gestión de contratistas	Se debe garantizar todos el proceso de contratación para garantizar las racionalizaciones de los recursos y los estándares de calidad	Estudio Topográfico	
4	Estudio organizacional y legal	Se debe garantizar la racionalizaciones de los recursos y la mejor formas de estructurar legalmente el proyecto, de tal forma que se pueda alcanzar el planteamiento estratégico	Estudios Sociales	
5	Gestión comercial	La gestión comercial es estratégica para garantizar la generación de los ingresos necesarios	Diseño Arquitectónico	
6	Sensibilización con las localidades	La poca receptibilidad por parte de la comunidad local representa unos de los riesgos de mayor impacto en el proyecto, por lo que se deben destinar considerables esfuerzos en el proceso de sensibilización, por parte de los líderes del proyecto de tal forma que no hayan inconvenientes con ellos.	Diseño Hidrosanitario	
7	Reclutamiento y capacitación	Con el fin de garantizar la racionalidad y eficiencia de los recursos, así como los estándares de calidad definidos es necesario que esto se realice por parte del equipo del proyecto.	Diseño Estructural	
8			Diseño Eléctrico	
9			Construcción	La contratación directa de todo el personal para la obra generaría unos costos mas altos, debido al costo de oportunidad, las empresas contratistas ya cuentan con sistemas mas estructurados de contratación para estas obras.
10			Pruebas de operación de piscinas	Se trata de una labor específicas por un corto tiempo, por tal motivo no se hace necesario realizar contratación directa ni que hagan parte del organigrama de proyecto por la corta duración en el mismo.

Fuente: Autores del Proyecto

Formato 11

REGISTRO DE STAKEHOLDER							
NOMBRE DEL PROYECTO		CONSTRUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PROYECTO GALERAZAMBA MARINE SPA & RESORT EN EL MUNICIPIO DE SANTA CATALINA DE ALEJANDRÍA					
IDENTIFICACION			EVALUACION			CLASIFICACION	
Nombre	Rol en el Proyecto	Información de Contacto	Requerimientos Primordiales	Expectativas Principales	Influencia	Interno/Externo	Apoyo/Neutro/Opositor
SPONSOR	Propietario del SPA y quien toma las grandes decisiones	termassa@termas.com	Consolidar a Galerazamba Marine Spa & Resort en el mejor spa marino de la Costa Caribe Colombiana	Posicionamiento y reconocimiento del SPA a corto plazo, de tal forma que se garantice el retorno de la inversión.	Alta	Interno	Apoyo
GERENTE DEL PROYECTO	Líder del proyecto y encargado de la gestión para el satisfactorio desarrollo del mismo	carmencherry96@hotmail.com	Gestionar el desarrollo del proyecto, conformes los requisitos establecidos por los interesados y de acuerdo con las restricciones establecidas	Superar las expectativas de los stackholders	Alta	Interno	Neutro
GOBERNANTES DEL MUNICIPIO DE SANTA CATALINA	Regulador del proyecto	infor@govsantacatalina.com	Que el proyecto no afecte negativamente a los habitantes de la zona	Garantizar el desarrollo de la zona	Alta	Externo	Apoyo
LIDERES COMUNITARIOS	Participantes en la planeación de las actividades que afecten a la comunidad		Que el proyecto no afecte negativamente a los habitantes de la zona	Garantizar el desarrollo de la zona	Alta	Externo	Neutro
HABITANTES DE GALERAZAMBA	Beneficiarios o perjudicados por el proyecto		Que el proyecto no afecte negativamente a los habitantes de la zona	Generación de nuevas fuentes de empleo y mejoramiento en las condiciones de vida	Media	Externo	Neutro
CAMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA	Facilitador de convenios y patrocinios	info@cccartagena.com	Que el proyecto se desarrolle en el marco de plan reional de competitividad	Desarrollo regional y sectorial	Baja	Externo	Apoyo
HOTELES DE CARTAGENA	Aliados para la prestación del servicio	infor@cotelco.com	Que el proyecto cumpla con los requerimientos establecidos	Altos indices de calidad	Media	Externo	Apoyo
GOBERNACIÓN DE BOLIVAR	Regulador del proyecto	info@govbolivar.com	Que el proyecto no afecte negativamente a los habitantes de la zona y genere desarrollo social	Generación de nuevas fuentes de empleo y mejoramiento en las condiciones de vida	Media	Externo	Neutro
AUTORIDADES AMBIENTALES	Regulador del proyecto		Que con afecte los ecosistemas	Cumplimiento de las normas ambientales, y de los planes de prevención, mitigación y compensación	Media	Externo	Neutro

Fuente: Autores del Proyecto

Formato 12

MATRIZ DE COMUNICACIONES													
MATRIZ DE LAS COMUNICACIONES		Quién Informa	Estado Semanal	Reporte Mensual	Actas de Juntas Interna	Acta de juntas de proveedores	Ordenes de Cambio	Requisición de Pagos	Control y ejecución presupuestal	Estados de las compras	Evaluación de Proveedores	Plan del Proyecto	
			PERIODICIDAD										
STAKEHOLDER	NOMBRE		SEM	MEN	SEM	SEM	MEN	QUIN	MEN	MEN	OTRO	MEN	
SPONSOR	TERMAS S.A.	Gerente de Proyecto											
Gerente de Proyecto	CARMEN CHARRY	Directores de los diferentes procesos											
Autoridades locales	Alcalde de Santa Catalina	Gerente de Proyecto											
Líderes de la comunidad	JUAN MIGUEL MARTINES	Gerente de Proyecto											
Autoridad ambiental	CORPORACIÓN AUTONOMA REGIONAL	Gerente de Proyecto											
Director de Obras	Alexi Gamero	Contratista											
Coordinador administrativo	Comunidad	Coordinaciones											
NOMENCLATURA			SEM:	SEMANAL									
			MEN:	MENSUAL									
			QUIN:	QUINCENAL									
				EMAIL									
				IMPRESO									
			*	SEÑALA QUIEN GENERA LA INFORMACIÓN									

Fuente: Autores del Proyecto