



**Estudio de factibilidad para abrir un hostel fundamentado en tradiciones antioqueñas  
en la ciudad de Medellín.**

Jeniffer Andrea Lopera García

Monografía presentada para optar al título de Especialista en Evaluación Socioeconómica de  
Proyectos

Asesor

Jorge Andrés Villabona Reyes, Magíster (MSc) en Administración de Empresas

Universidad de Antioquia  
Facultad de Ciencias Económicas  
Especialización en Evaluación Socioeconómica de Proyectos  
Medellín, Antioquia, Colombia  
2024

---

Cita

(Lopera Garcia, 2024)

---

**Referencia**

Lopera Garcia, J., (2024). *Estudio de Factibilidad para abrir un hostel fundamentado en tradiciones Antioqueñas* [Trabajo de grado especialización]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.

Estilo APA 7 (2020)

---



Especialización en Evaluación Socioeconómica de Proyectos, Cohorte XXVII.



Centro de Documentación Economía

**Repositorio Institucional:** <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - [www.udea.edu.co](http://www.udea.edu.co)

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

### **Dedicatoria**

Dedico todo este esfuerzo a mis padres y hermana, quienes me han apoyado a lo largo de mis procesos personales y profesionales creyendo en mi y en mis capacidades, por ustedes todo este esfuerzo, que ha valido mucho la pena.

Al igual que la dedico a mi querida Avril, quien hoy no me acompaña, pero estuvo conmigo durante el proceso de realización de la monografía y fue mi apoyo emocional por casi 9 años, brindándome su hermosa compañía y amor. Gracias.

## Tabla de contenido

Resumen .....	9
Abstract .....	10
Introducción .....	11
1. Planteamiento del problema.....	13
1.1 Antecedentes .....	13
2. Justificación .....	17
3. Objetivos.....	18
3.1 Objetivo general.....	18
3.2 Objetivos específicos.....	18
4. Marco teórico .....	19
5. Metodología.....	22
6. Estudio De Mercado .....	27
6.1. Análisis y resultados .....	27
7. Estudio Técnico .....	49
7.1. Tamaño por demanda proyectada .....	49
7.2. Localización .....	50
7.2.1. Macro localización y Micro localización .....	50
7.3. Ingeniería del proyecto.....	51
7.4. Presupuesto de inversiones.....	52
7.4.1. Determinación de los costos directos para la prestación del servicio .....	53
8. Estudio organizacional.....	56
8.1. Aspectos legales .....	56
9. Aspectos Administrativos .....	58
10. Análisis Financiero.....	60

10.1.	Estados Financieros.....	67
11.	Conclusiones .....	76
	Bibliografía.....	77

## Lista de tablas

<b>Tabla 1.</b> <i>Criterios de exclusión e inclusión</i> .....	23
<b>Tabla 2.</b> <i>Pregunta 1</i> .....	27
<b>Tabla 3.</b> <i>Pregunta 2</i> .....	29
<b>Tabla 4.</b> <i>Pregunta 3</i> .....	30
<b>Tabla 5.</b> <i>Pregunta 4</i> .....	32
<b>Tabla 6.</b> <i>Pregunta 5</i> .....	33
<b>Tabla 7.</b> <i>Pregunta 6</i> .....	35
<b>Tabla 8.</b> <i>Pregunta 7</i> .....	36
<b>Tabla 9.</b> <i>Pregunta 8</i> .....	38
<b>Tabla 10.</b> <i>Pregunta 9</i> .....	39
<b>Tabla 11.</b> <i>Pregunta 10</i> .....	41
<b>Tabla 12.</b> <i>Pregunta 11</i> .....	42
<b>Tabla 13.</b> <i>Pregunta 12</i> .....	44
<b>Tabla 14.</b> <i>Pregunta 13</i> .....	45
<b>Tabla 15.</b> <i>Pregunta 14</i> .....	47
<b>Tabla 16.</b> <i>Tendencia lineal de ocupación hotelera</i> .....	49
<b>Tabla 17.</b> <i>Ficha Técnica</i> .....	51
<b>Tabla 18.</b> <i>Presupuesto de inversión</i> .....	52
<b>Tabla 19.</b> <i>Costos Variables, Mano de Obra y costos Fijos</i> .....	53
<b>Tabla 20.</b> <i>Inversión Inicial</i> .....	60
<b>Tabla 21.</b> <i>Financiamiento</i> .....	61
<b>Tabla 22.</b> <i>Financiamiento por terceros</i> .....	62
<b>Tabla 23.</b> <i>Proyección de la demanda</i> .....	63
<b>Tabla 24.</b> <i>Proyección Demanda año 1. (Estado óptimo)</i> .....	65
<b>Tabla 25.</b> <i>Proyección Demanda Año 1.</i> .....	66

---

<b>Tabla 26.</b> <i>Datos Generales Hostal</i> .....	68
<b>Tabla 27.</b> <i>Presupuestos de ventas y de costos y gastos</i> .....	69
<b>Tabla 28.</b> <i>Estado de resultados</i> .....	71
<b>Tabla 29.</b> <i>Balance General</i> .....	72
<b>Tabla 30.</b> <i>Flujo de Caja</i> .....	74

---

### Lista de figuras

<b>Figura 1.</b> <i>Pregunta 1</i> .....	28
<b>Figura 2.</b> <i>Pregunta 2</i> .....	29
<b>Figura 3.</b> <i>Pregunta 3</i> .....	31
<b>Figura 4.</b> <i>Pregunta 4</i> .....	32
<b>Figura 5.</b> <i>Pregunta 5</i> .....	34
<b>Figura 6.</b> <i>Pregunta 6</i> .....	35
<b>Figura 7.</b> <i>Pregunta 7</i> .....	37
<b>Figura 8.</b> <i>Pregunta 8</i> .....	38
<b>Figura 9.</b> <i>Pregunta 9</i> .....	40
<b>Figura 10.</b> <i>Pregunta 10</i> .....	41
<b>Figura 11.</b> <i>Pregunta 11</i> .....	43
<b>Figura 12.</b> <i>Pregunta 12</i> .....	44
<b>Figura 13.</b> <i>Pregunta 13</i> .....	46
<b>Figura 14.</b> <i>Pregunta 14</i> .....	47
<b>Figura 15.</b> <i>Diagrama de bloques</i> .....	51
<b>Figura 16.</b> <i>Distribución Física hostel</i> .....	52
<b>Figura 17.</b> <i>Pirámide Kelsen del hostel</i> .....	56
<b>Figura 18.</b> <i>Análisis Dofa</i> .....	59



## Resumen

El presente estudio tuvo como propósito la elaboración de una factibilidad para abrir un hostel fundamentado en tradiciones antioqueñas en la ciudad de Medellín, utilizando la metodología exploratoria y descriptiva, se llevaron a cabo estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero.

En el estudio de mercado se investigó la demanda actual y potencial de alojamiento en la ciudad y los resultados confirmaron que el proyecto es viable y se puede implementar ya que indicó el creciente interés por parte de las personas que quieren tener experiencias diferenciadas y enriquecedoras destacando la relevancia de las tradiciones locales en la experiencia de los viajeros, lo cual crea una oportunidad estratégica para la apertura del hostel.

En el estudio técnico se centró en el tamaño por demanda proyectada, localización y en la ingeniería del proyecto mostrando los requisitos técnicos que garanticen una experiencia agradable para los visitantes.

En cuanto al estudio organizacional, se trabajó con una estructura organizativa eficaz para garantizar el funcionamiento óptimo del hostel. Y finalmente en el estudio financiero se demostró que la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 31%, superó el Costo Promedio Ponderado del Capital (WACC) del 16.24%, lo que demostró una solidez del proyecto y la capacidad en generar retornos.

*Palabras clave:* proyecto, hostel, estudio de factibilidad, Tasa Interna de Retorno, Costo Promedio Ponderado del Capital, Sistema de Inteligencia Turística, viabilidad

---

### Abstract

The purpose of this study was to develop a feasibility analysis for opening a hostel based on Antioquia traditions in the city of Medellín. Utilizing exploratory and descriptive methodology, studies were conducted in market, technical, organizational, and financial aspects.

The market study investigated the current and potential demand for accommodation in the city. The results confirmed the viability of the project, indicating a growing interest among people seeking differentiated and enriching experiences, highlighting the relevance of local traditions in travelers' experiences, thus creating a strategic opportunity for the hostel's opening.

The technical study focused on projected demand size, location, and project engineering, demonstrating the technical requirements to ensure a pleasant experience for visitors.

Regarding the organizational study, an effective organizational structure was developed to guarantee the optimal functioning of the hostel.

Finally, the financial study demonstrated that the Internal Rate of Return (IRR) of 31% exceeded the Weighted Average Cost of Capital (WACC) of 16.24%, indicating the project's strength and its ability to generate returns.

*Keywords:* project, hostel, feasibility study, Internal Rate of Return, Weighted Average Cost of Capital, Tourism Intelligence System, viability.

## Introducción

Medellín es una ciudad que a pesar de su rápida modernización y urbanización ha conservado con celo las tradiciones que componen su rica herencia cultural. Rodeada por verdes montañas esta ciudad ha sido el centro de una historia social y cultural vibrante, reflejada en las prácticas diarias, costumbres y la importancia de la estructura familiar de sus habitantes. Las tradiciones antioqueñas, ofrecen una ventana hacia el pasado colonial y la evolución socioeconómica que ha moldeado la identidad regional.

Los estudios sobre la familia antioqueña, como los realizados por la antropóloga Gutiérrez de Pineda (1978), destacan un núcleo familiar que ha resistido el tiempo, preservando costumbres y valores intergeneracionales en un mundo en constante cambio. En este entorno, la danza folclórica se alza como una expresión artística que celebra y perpetúa la identidad antioqueña, manteniendo viva la memoria de las tradiciones a través de la gracia y el colorido de sus movimientos

Medellín es conocida por sus ferias y fiestas, como la célebre Feria de las Flores, que no solo atrae a turistas de todo el mundo, sino que también sirve como un recordatorio de las raíces campesinas de la región, destacando la importancia del sector floricultor combinándola con la habilidad de los campesinos para crear las figuras en las silletas. La gastronomía también juega un papel fundamental en la conservación de las tradiciones, con platos típicos que han trascendido el tiempo y siguen siendo un pilar en la reunión familiar y comunitaria (Maldonado, 2019).

A pesar de los cambios sociales y económicos, la estructura familiar en Antioquia ha sabido adaptarse, pasando de la ruralidad y la extensa red familiar a la familia nuclear urbana. Esta transición ha sido marcada por un proceso de migración de los campesinos hacia la ciudad en busca de mejores oportunidades, lo que ha llevado a una adaptación a nuevas realidades manteniendo la solidaridad y el apoyo mutuo característicos de las comunidades antioqueñas (Pineda, 1978).

Sin embargo, estos cambios también han traído desafíos. La inserción de la mujer en el ámbito laboral y educativo, el aumento de divorcios y la transformación de los roles de género, han replanteado las dinámicas familiares y sociales, impulsando un proceso de reflexión sobre qué valores se desean preservar y cuáles necesitan ser resignificados para construir una sociedad adaptada emocionalmente y más sana.

Desde esta perspectiva, un estudio de factibilidad para abrir un hostel que se fundamente en las tradiciones antioqueñas no solo se justifica, sino que responde a una demanda creciente por experiencias turísticas auténticas y culturalmente enriquecedoras. La iniciativa de establecer un hospedaje que encarne los valores, la estética y las costumbres de Antioquia es una propuesta que se alinea con la preservación del patrimonio cultural, a la vez que capitaliza la narrativa histórica de la región para ofrecer a los visitantes una inmersión completa en la identidad local.

Este estudio de factibilidad se entrelazaría con las dinámicas sociales y económicas de Medellín, evaluando cómo las tendencias en turismo cultural podrían favorecer la sostenibilidad y rentabilidad del hostel. Se considerarían factores como la ubicación estratégica para el acceso a festividades tradicionales, la colaboración con profesionales expertos para el diseño de interiores y la inclusión de prácticas culinarias antioqueñas en los servicios del hostel, creando así un ecosistema que beneficie tanto a los huéspedes como a la comunidad.

El análisis detallado de la oferta actual de hospedaje y la demanda turística serviría para identificar nichos de mercado específicos interesados en una experiencia auténtica antioqueña. Adicionalmente se estudiarían las normativas y requisitos legales para asegurar que el hostel no solo cumpla con los estándares de calidad y seguridad, sino que también participe en la conservación de las tradiciones y el apoyo a la economía local.

Al integrar las tradiciones antioqueñas en cada aspecto del hostel, desde la arquitectura hasta las experiencias ofrecidas, se buscaría distinguir al establecimiento en el mercado competitivo de Medellín. El estudio abarcaría desde análisis de costos y proyecciones financieras hasta estrategias de marketing que resalten la singularidad del hostel basado en la herencia cultural de Antioquia.

Por último, se consideraría el impacto social del hostel, proyectando cómo podría convertirse en un centro de difusión cultural que eduque a los visitantes sobre las tradiciones antioqueñas y promueva la conservación de estas prácticas. Este hostel no sería simplemente un lugar para alojarse, sino un destino en sí mismo que enriquezca la experiencia del viajero y fomente un intercambio cultural profundo y respetuoso.

## **1. Planteamiento del problema**

El problema de investigación académica para el estudio de factibilidad de abrir un hostel basado en las tradiciones antioqueñas en la ciudad de Medellín se centra en determinar la viabilidad económica, cultural y social de este tipo de emprendimiento en un entorno turístico en constante evolución. El problema se formula de la siguiente manera:

¿Es factible desde el punto de vista económico, cultural y social abrir un hostel que celebre y promueva las tradiciones antioqueñas en la ciudad de Medellín?

Este problema de investigación abarca varios aspectos cruciales que deben evaluarse de manera integral para determinar la viabilidad del proyecto. En primer lugar, se busca entender si existe una demanda suficiente de alojamientos temáticos basados en las tradiciones antioqueñas entre los turistas que visitan a Medellín. Esto implica analizar las tendencias del mercado turístico, los perfiles de los visitantes y sus preferencias de alojamiento.

El problema de la investigación también aborda la cuestión de si el hostel propuesto sería económicamente rentable y sostenible a largo plazo. Se requiere un análisis detallado de los costos de inversión, los gastos operativos, las proyecciones de ingresos y la rentabilidad esperada del negocio. Esto incluye considerar factores como la competencia en el mercado hotelero, las tarifas de alojamiento actuales en el mercado y las estrategias de marketing efectivas.

Desde una perspectiva cultural, el problema de investigación busca determinar si el concepto de un hostel centrado en las tradiciones antioqueñas sería auténtico y atractivo para los turistas. Se necesita evaluar la autenticidad de las experiencias ofrecidas, la calidad de la ambientación y la oferta de actividades culturales que permitan a los huéspedes sumergirse genuinamente en la cultura local. Por último, desde un punto de vista social, el problema de investigación aborda la cuestión de cómo el hostel propuesto podría contribuir al desarrollo comunitario y promover la participación de la población local en la industria turística. Esto implica considerar aspectos como la contratación de personal local, la asociación con proveedores y la colaboración con iniciativas comunitarias.

### **1.1 Antecedentes**

La historia de Medellín y Antioquia es una narrativa de resistencia, adaptación y orgullo. Las tradiciones antioqueñas no son meras reliquias del pasado, sino componentes vivos de una identidad que se reinventa continuamente, demostrando la capacidad de una comunidad para

honrar su legado mientras abraza el futuro. Medellín es un ejemplo de cómo la cultura puede ser preservada y fomentada incluso frente a las fuerzas de la modernización y la globalización.

De esta manera el estudio de factibilidad para establecer un hostel basado en las tradiciones antioqueñas en la ciudad de Medellín se apoya en una variedad de estudios académicos y cifras relevantes que proporcionan una comprensión profunda del mercado turístico y las tendencias culturales. Además, la investigación de diversos autores ha sido fundamental para contextualizar y enriquecer este análisis.

El Sistema de Inteligencia Turística (SIT), anteriormente conocido como el Sistema de Indicadores Turísticos de Medellín y Antioquia, se ha consolidado como una herramienta invaluable para guiar la toma de decisiones en el sector turístico. A través de la recopilación y análisis de datos, el SIT proporciona información crucial sobre el turismo en la ciudad de Medellín. Durante el primer semestre del año, se destacaron varios datos significativos: el gasto diario promedio del turista nacional fue de \$190,465 COP, mientras que para el turista extranjero fue de \$268,606 COP; la ocupación hotelera alcanzó el 71.2%, ligeramente menor que en el primer semestre de 2022 (74.5%); el ingreso de pasajeros internacionales aumentó un 13.6% en comparación con el año anterior y Medellín cuenta con 115,553 reservas aéreas internacionales y 73,278 reservas nacionales para los próximos seis meses del año (Lopera, 2023). Se debe recalcar que Medellín ha sido reconocida como uno de los mejores lugares del mundo para visitar según la Revista Time, gracias a su posición como capital creativa de Colombia, lo que la hace atractiva para los turistas en busca de experiencias auténticas. Despegar, portal de alto reconocimiento en el mercado de viajes, también ha destacado que Medellín es el destino favorito para viajar en Colombia durante el año 2023, con la llegada esperada de más de 1,500,000 visitantes (Lopera, 2023).

Este estudio refleja el cambio en las preferencias de los turistas, quienes buscan experiencias más significativas y enriquecedoras durante sus viajes. Esto respalda la viabilidad de un hostel basado en las tradiciones antioqueñas, ya que proporcionaría a los huéspedes la oportunidad de sumergirse en la cultura local y vivir experiencias auténticas que no encontrarían en alojamientos convencionales.

Smith (2015), menciona que, para comprender la creciente preferencia de los turistas por experiencias que reflejen la autenticidad cultural de un destino. Smith explora cómo el turismo cultural ha evolucionado hacia una búsqueda más profunda de conexiones significativas con la cultura local, alejándose de las experiencias superficiales y estandarizadas.

Smith (2015), argumenta que los turistas buscan cada vez más experiencias auténticas que les permitan sumergirse en la vida cotidiana y las tradiciones locales, interactuar con los residentes y explorar la identidad cultural de un lugar. Esta perspectiva respalda la idea de abrir un hostel basado en las tradiciones antioqueñas, ya que proporcionaría a los huéspedes la oportunidad de experimentar la autenticidad y la riqueza cultural de la región.

Este mismo autor destaca que se debe de evitar la comercialización excesiva y el turismo superficial. Esto sugiere que el éxito de un hostel temático dependerá en gran medida de su capacidad para ofrecer experiencias auténticas y enriquecedoras que conecten a los huéspedes con la verdadera esencia de la cultura antioqueña.

El trabajo de Booking Holdings Inc. (2019), en el campo de la sostenibilidad en la industria turística proporciona una perspectiva crucial sobre la importancia de integrar prácticas responsables en la operación de establecimientos turísticos. Según sus investigaciones, el 75% de los viajeros consideran importante hospedarse en alojamientos comprometidos con prácticas sostenibles y responsabilidad social. Esta cifra refleja una creciente conciencia entre los turistas sobre el impacto ambiental y social de sus opciones de alojamiento.

Font destaca que la adopción de prácticas sostenibles no solo beneficia al medio ambiente, sino que también puede mejorar la reputación y la competitividad del establecimiento en el mercado. Los turistas están cada vez más dispuestos a apoyar a empresas que demuestren un compromiso con la sostenibilidad, lo que puede traducirse en una mayor demanda y lealtad de los clientes.

En el contexto del estudio de factibilidad para abrir un hostel basado en las tradiciones antioqueñas en Medellín, las investigaciones de Booking Holdings Inc. (2019), ofrecen orientación sobre cómo incorporar prácticas sostenibles en la operación del establecimiento. Esto podría incluir medidas como la reducción del consumo de energía y agua, la gestión eficiente de los residuos, el apoyo a la comunidad local y la conservación del patrimonio cultural.

La investigación de Ortiz y Pont (2018), sobre turismo y desarrollo comunitario arroja luz sobre el potencial del turismo para beneficiar a las comunidades locales y promover la participación de los residentes en la industria turística. Según sus estudios, el 80% de los residentes consideran beneficioso el turismo para su comunidad si se lleva a cabo de manera responsable y respetuosa.

La apertura de un hostel basado en las tradiciones antioqueñas en Medellín podría tener un impacto positivo en la comunidad local si se implementan medidas para involucrar a los

residentes y compartir los beneficios del turismo de manera equitativa. Esto podría incluir la contratación de personal local, la promoción de productos y servicios de empresas comunitarias y la participación en proyectos de desarrollo local.



---

## 2. Justificación

La justificación académica para llevar a cabo el estudio de factibilidad se fundamenta en la relevancia e importancia de varios autores y estudios previos en campos relacionados con el turismo, la gestión cultural y la sostenibilidad. Estos aportes académicos ofrecen una base sólida para comprender los aspectos clave que influyen en la viabilidad y el éxito de este tipo de emprendimiento. A continuación, se detallan algunas justificaciones específicas:

De acuerdo con el estudio de mercado realizado por la Universidad de Antioquia en 2023, se observó un incremento del 20% en la demanda de alojamientos temáticos durante los últimos dos años en Medellín. Estas cifras indican un creciente interés por parte de los turistas en experiencias diferenciadas y enriquecedoras, lo que crea una oportunidad estratégica para la apertura de un hostel centrado en las tradiciones antioqueñas.

Adicionalmente, investigaciones como la de Gómez (2023), ha destacado la importancia de la experiencia del huésped y la oferta de experiencias auténticas en la industria hotelera. Estos autores señalan que los viajeros buscan cada vez más vivencias culturales genuinas durante sus estancias, lo que respalda la idea de ofrecer un alojamiento basado en las tradiciones antioqueñas que proporcione una auténtica conexión con la cultura local. Responde a los interrogantes del por qué se desea conocer el tema y por qué se seleccionó, así como cuál es el aporte que tendrá el texto a la ciencia.

### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo general**

Evaluar la viabilidad académica, económica, cultural y social de la apertura de un hostel basado en las tradiciones antioqueñas en la ciudad de Medellín, mediante un estudio de factibilidad integral.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- Analizar la demanda actual y potencial de alojamientos temáticos entre los turistas que visitan Medellín, específicamente aquellos interesados en experimentar y sumergirse en la cultura y tradiciones antioqueñas.
- Realizar un análisis exhaustivo de los costos de inversión, gastos operativos y proyecciones de ingresos para determinar la viabilidad económica del proyecto, asegurando que sea rentable y sostenible a largo plazo.
- Evaluar la aceptación y atracción del concepto de un hostel basado en las tradiciones antioqueñas por parte de los potenciales huéspedes, garantizando la autenticidad cultural y la experiencia enriquecedora para los visitantes.

## 4. Marco teórico

### **Turismo en Medellín:**

Medellín, conocida como la "Ciudad de la Eterna Primavera", ha experimentado una transformación notable en las últimas tres décadas, pasando de ser una ciudad afectada por la violencia a convertirse en un destino turístico destacado en América Latina (Alcaldía de Medellín, 2022). Este cambio se atribuye a una serie de factores, incluyendo importantes inversiones en infraestructura turística, programas de revitalización urbana y una mejora significativa en la seguridad ciudadana.

Según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2023), el número de visitantes internacionales a Medellín ha mostrado un crecimiento constante en los últimos años, alcanzando cifras récord. Durante los meses de agosto y septiembre de 2023, se realizaron un total de 793.296 viajes de visitantes internacionales, de los cuales 444.808 (56,1%) fueron realizados por no residentes en Colombia y 348.489 (43,9%) por residentes en el exterior. Donde la ciudad ha sido reconocida internacionalmente por su innovación en temas de movilidad, inclusión social y desarrollo sostenible, lo que ha contribuido a su atractivo como destino turístico (Alcaldía de Medellín, 2022).

### **Tendencias en Alojamiento Temático**

En el contexto del crecimiento del turismo en Medellín, las tendencias en la industria hotelera han evolucionado para satisfacer las demandas de los viajeros modernos. Una de estas tendencias emergentes es la creciente popularidad de los alojamientos temáticos, que ofrecen a los huéspedes una experiencia única y personalizada.

Los alojamientos temáticos se distinguen por su capacidad para sumergir a los visitantes en un entorno específico, ya sea relacionado con la cultura local, un período histórico o un tema particular de interés (Guerrero, 2012). Estos establecimientos van más allá de la simple oferta de alojamiento, entregando una experiencia inmersiva que se alinea con los intereses y preferencias de los huéspedes.

### **Valoración de las Tradiciones Antioqueñas**

Las tradiciones antioqueñas, arraigadas en la historia y el folclore de la región, representan un activo invaluable para el desarrollo turístico de Medellín. Estas tradiciones incluyen una variedad de expresiones culturales, desde la música y la danza hasta la

gastronomía y las festividades religiosas, que reflejan la rica diversidad y el patrimonio cultural de Antioquia.

La valorización de las tradiciones antioqueñas en el contexto del turismo ofrece una oportunidad única para promover la identidad regional y enriquecer la experiencia de los visitantes (Oehmichen, 2019). Al destacar elementos culturales auténticos y ofrecer experiencias inmersivas, como talleres de artesanía, recorridos folclóricos y eventos culturales, se puede fortalecer el sentido de pertenencia y orgullo entre la población local, al mismo tiempo que se atrae a turistas interesados en descubrir y participar en la cultura antioqueña.

Esta Valoración de las tradiciones antioqueñas se alinea con el creciente interés de los viajeros por experiencias auténticas y significativas durante sus viajes (Araújo & Seviha, 2017). La autenticidad y la conexión con la cultura local son cada vez más valoradas por los turistas, quienes buscan vivir experiencias enriquecedoras que les permitan conocer y apreciar la riqueza cultural de los destinos que visitan. En este sentido, la apertura de un hostel fundamentado en las tradiciones antioqueñas en la ciudad de Medellín se presenta como una propuesta atractiva y pertinente, que responde a las demandas del mercado turístico actual.

### **Gestión Empresarial y Sostenibilidad:**

La gestión empresarial eficiente y sostenible es esencial para el éxito a largo plazo de cualquier emprendimiento turístico (García & García, 2021). Aspectos como la planificación financiera, el marketing estratégico, la gestión de recursos humanos y la implementación de prácticas sostenibles son fundamentales para asegurar la viabilidad y la competitividad del hostel en el mercado.

La sostenibilidad se ha convertido en un tema central en la gestión turística, con un enfoque cada vez mayor en minimizar el impacto ambiental, socioeconómico y cultural de las actividades turísticas (Font, Garay, & Jone, 2016). En el caso del hostel basado en las tradiciones antioqueñas, la integración de prácticas sostenibles en todas las áreas de operación, desde la gestión de residuos hasta la promoción de productos propios de la región y el apoyo a las comunidades locales, será fundamental para garantizar su éxito a largo plazo y su contribución positiva al desarrollo sostenible de Medellín y sus alrededores.

Asimismo, la gestión empresarial eficaz implica la comprensión y el cumplimiento de las regulaciones y normativas pertinentes en el ámbito turístico (Alcaldía de Medellín, 2022). Esto incluye aspectos como la obtención de licencias y permisos, el pago de impuestos y tasas, y el cumplimiento de estándares de calidad y seguridad establecidos por las autoridades locales y nacionales.

### **Innovación en Experiencias Turísticas**

En un mercado turístico cada vez más competitivo, la innovación en las experiencias ofrecidas a los visitantes puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de un establecimiento. Esto implica la identificación de oportunidades para la creación de productos y servicios innovadores que satisfagan las necesidades y deseos cambiantes de los viajeros (O'Connor, 2015). En el caso del hostel basado en las tradiciones antioqueñas, la innovación podría manifestarse en la introducción de actividades y eventos culturales únicos, la colaboración con artistas locales y la incorporación de tecnologías digitales para mejorar la experiencia del huésped. Obviamente, el proyecto incluye la ambientación del lugar y la inmersión en la gastronomía local.

### **Adaptación a las Tendencias Tecnológicas**

La tecnología juega un papel cada vez más importante en la industria turística, tanto en la fase de planificación del viaje como durante la estadía del turista. La adopción de herramientas tecnológicas innovadoras, como aplicaciones móviles de reserva y pago, sistemas de gestión hotelera integrados y soluciones de inteligencia artificial para personalizar la experiencia del huésped, puede mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente (Sinarta & Buhalis, 2018). Incorporar estas tecnologías de manera estratégica en la operación del hostel puede mejorar su competitividad y su capacidad para atraer y retener a los turistas en un entorno cada vez más digitalizado.

### **Desarrollo de Alianzas Estratégicas**

Otra estrategia importante para fortalecer la posición del hostel en el mercado es el desarrollo de alianzas estratégicas con actores clave en la industria turística. Esto podría implicar la colaboración con agencias de viajes, tour operadores, instituciones culturales y otras empresas locales para ofrecer paquetes turísticos integrados que combinen la estadía en el hostel con actividades y experiencias complementarias (Munar, 2016). Estas alianzas no solo pueden ampliar la oferta de servicios del hostel, sino también aumentar su visibilidad y llegar a nuevos segmentos de mercado.

## 5. Metodología

El presente estudio de factibilidad tiene como propósito principal evaluar la viabilidad de establecer un hostel basado en las tradiciones antioqueñas en la ciudad de Medellín. Este marco metodológico establece el enfoque y los procedimientos que se seguirán para llevar a cabo la investigación de manera sistemática y rigurosa.

### **Tipo de investigación**

El tipo de investigación que se llevará a cabo es de naturaleza exploratoria y descriptiva. La investigación exploratoria permitirá estudiar y comprender en mayor profundidad las características del mercado objetivo, así como identificar posibles variables relevantes que puedan influir en la viabilidad del proyecto, como las preferencias y necesidades de los potenciales clientes del hostel. Por otro lado, la investigación descriptiva nos permitirá recopilar información detallada sobre el mercado objetivo, a través de la segmentación de mercado y la realización de una encuesta, con el objetivo de describir y analizar las características y comportamientos de los potenciales clientes de manera precisa.

### **Método investigativo**

El método investigativo que se utilizará será principalmente el método mixto, que combina tanto la investigación cualitativa como cuantitativa. En primer lugar, se llevará a cabo un enfoque cualitativo a través de la revisión de literatura y la segmentación de mercado, que nos permitirá obtener una comprensión profunda de las características y tendencias del mercado objetivo, así como identificar posibles variables relevantes para el estudio. Posteriormente, se utilizará un enfoque cuantitativo a través de la encuesta, que nos permitirá recopilar datos numéricos y estadísticos sobre las preferencias y necesidades de los potenciales clientes del hostel. Al combinar ambos enfoques, podremos obtener una visión completa y detallada del mercado objetivo, lo que nos permitirá tomar decisiones informadas y desarrollar estrategias efectivas para el proyecto.

### **Revisión de literatura**

En primer lugar, se llevará a cabo una revisión exhaustiva de la literatura existente relacionada con la industria hotelera y el turismo en Medellín. Esto incluirá la investigación de estudios previos sobre la demanda de alojamiento en la ciudad, así como análisis de tendencias turísticas, preferencias del mercado y características culturales propias de la región antioqueña. Finalmente, se explorarán documentos y publicaciones relevantes que aborden la importancia

de las tradiciones locales en la oferta turística y cómo estas pueden influir en la elección de alojamiento por parte de los visitantes.

### **Recopilación de datos**

En esta etapa, se recopilarán datos tanto primarios como secundarios para proporcionar una base sólida para el estudio. Los datos primarios serán obtenidos a través de encuestas y entrevistas a potenciales clientes, así como a expertos en el sector hotelero y turístico de la ciudad. Por otro lado, los datos secundarios incluirán información demográfica, estadísticas turísticas, regulaciones gubernamentales y estudios de mercado previos disponibles en fuentes confiables y actualizadas.

La encuesta consistirá en un total de 14 preguntas diseñadas para recopilar información relevante sobre las preferencias y necesidades de los potenciales clientes del hostel. Estas preguntas abordarán aspectos como la frecuencia de viaje a Medellín, las preferencias de alojamiento, la disposición a pagar por una experiencia cultural auténtica, la importancia de las tradiciones antioqueñas en la elección de un lugar de hospedaje, entre otros. La encuesta será diseñada de manera cuidadosa para garantizar la obtención de datos precisos y relevantes que contribuyan a la toma de decisiones informadas en el desarrollo del proyecto. Cabe destacar que la encuesta se aplicará a una muestra representativa de la población objetivo, con el objetivo de obtener resultados significativos y confiables.

**Tabla 1.** *Criterios de exclusión e inclusión*

<b>Criterios</b>	<b>Inclusión</b>	<b>Exclusión</b>
Demográficos	- Edad: 18 años en adelante.	- Edad: Menores de 18 años.
	- Género: Sin restricciones.	- Género: Restricciones basadas en género (por ejemplo, solo hombres o solo mujeres).
	- Residencia: Residentes en la ciudad de Medellín.	- Residencia: No residentes en la ciudad de Medellín.
Preferencias	- Interés en la cultura antioqueña y tradiciones locales.	- Falta de interés en la cultura antioqueña y tradiciones locales.
	- Preferencia por alojamientos temáticos y experiencia cultural.	- Preferencia por alojamientos convencionales sin temática cultural.
Experiencia de viaje	- Experiencia previa de viajes y alojamiento en hostales o establecimientos similares.	- Falta de experiencia previa en viajes o alojamiento en hostales.

	- Frecuencia de viajes realizados en el último año.	- Ausencia de viajes realizados en el último año.
Disposición económica	- Capacidad económica para costear alojamiento en un hostel.	- Limitaciones económicas que imposibiliten costear alojamiento en un hostel.
	- Disposición a pagar por una experiencia cultural auténtica.	- Preferencia por opciones de alojamiento más económicas sin interés en la experiencia cultural.
Otros criterios	- Disponibilidad para completar encuestas o participar en entrevistas.	- Falta de disponibilidad para completar encuestas o participar en entrevistas.
	- Comprensión del idioma español (para entrevistas).	- Falta de comprensión del idioma español (para entrevistas).

### Fuentes de información

En este estudio de factibilidad para la apertura de un hostel basado en las tradiciones antioqueñas en la ciudad de Medellín, se empleará una variedad de fuentes de información para garantizar la exhaustividad y precisión de la investigación. En primer lugar, se utilizarán fuentes primarias como encuestas y entrevistas. Las encuestas serán diseñadas con el objetivo de recopilar datos directamente de la población objetivo, proporcionando información sobre sus preferencias, necesidades y disposición a hospedarse en un hostel con esta temática. Por otro lado, se llevarán a cabo entrevistas con expertos en el sector hotelero y turístico de Medellín, así como con personas involucradas en la promoción de la cultura antioqueña. Estas entrevistas proporcionarán perspectivas cualitativas y valiosas para complementar los datos cuantitativos obtenidos a través de las encuestas. Sumadas a las fuentes primarias, se utilizarán fuentes secundarias como literatura especializada, estudios de mercado previos, y estadísticas y datos gubernamentales. La revisión de libros, artículos académicos y publicaciones especializadas permitirá obtener información actualizada y relevante sobre la industria hotelera, el turismo en Medellín y las tradiciones antioqueñas. Asimismo, el análisis de estudios de mercado previos y datos demográficos y turísticos oficiales proporcionará una comprensión profunda de las tendencias del mercado y la demanda de alojamiento en la región.

La combinación de estas fuentes de información garantizará la obtención de datos sólidos y variados para llevar a cabo un estudio de factibilidad completo y riguroso. La



diversidad de enfoques, tanto cuantitativos como cualitativos, permitirá obtener una visión integral de las oportunidades y desafíos asociados con la apertura del hostel. La utilización de fuentes primarias como encuestas y entrevistas asegurará que se recolecte información directamente de la población objetivo y de expertos en el campo, lo que proporcionará una perspectiva más precisa y detallada sobre las preferencias y necesidades de los potenciales clientes, así como sobre las mejores prácticas en el sector hotelero y turístico. En conjunto, estas fuentes de información servirán como base para el análisis y la toma de decisiones informadas en el desarrollo del proyecto del hostel basado en las tradiciones antioqueñas en Medellín.

#### Análisis de datos

El análisis de datos se llevará a cabo de manera sistemática y rigurosa utilizando una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos. Para comenzar, se realizará una limpieza de datos para garantizar la calidad y consistencia de la información recopilada. Esto implicará la revisión y eliminación de datos incompletos, duplicados o erróneos. Posteriormente, se procederá a la codificación de los datos cualitativos, asignando categorías y códigos a las respuestas abiertas de las encuestas y entrevistas.

En cuanto al análisis cuantitativo, se emplearán técnicas estadísticas descriptivas para resumir y visualizar los datos recopilados, como medidas de tendencia central, dispersión y frecuencias. Estos análisis permitirán obtener una comprensión general de las características del mercado objetivo y las preferencias de los potenciales clientes del hostel. Para llevar a cabo estos análisis, se utilizará Microsoft Excel para organizar los datos de manera eficiente y calcular las estadísticas descriptivas necesarias.

Por otro lado, el análisis cualitativo implicará una revisión detallada de las respuestas abiertas de las encuestas y entrevistas para identificar patrones, temas y tendencias emergentes. Se utilizará un enfoque de análisis de contenido para categorizar y clasificar las respuestas en función de los temas identificados. Este análisis cualitativo permitirá profundizar en las percepciones, opiniones y experiencias de los participantes, proporcionando una comprensión más rica y detallada de sus preferencias y necesidades.

#### **Análisis de mercado**

Se realizará un análisis exhaustivo del mercado objetivo para identificar la demanda potencial de un hostel con temática antioqueña en Medellín. Esto incluirá la segmentación del mercado, la identificación del perfil del cliente objetivo, el análisis de la competencia existente en el sector hotelero y la evaluación de las tendencias de mercado que puedan influir en el éxito del proyecto., Finalmente, se llevará a cabo un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades,

Debilidades y Amenazas) para evaluar el entorno competitivo y las posibles oportunidades y desafíos que puedan surgir.

### **Evaluación financiera**

Se realizará un análisis detallado de los aspectos financieros del proyecto para determinar su viabilidad económica. Esto incluirá la estimación de costos de inversión inicial, gastos operativos recurrentes y proyecciones de ingresos basadas en diferentes escenarios. Se utilizarán técnicas financieras como el flujo de caja descontado y el período de recuperación de la inversión para evaluar la rentabilidad del proyecto a lo largo del tiempo.

## 6. Estudio De Mercado

Para establecer el tamaño de la muestra se identificó a la población objetivo y haciendo una búsqueda de personas interesadas en hospedarse en un hostel fundamentado en tradiciones antioqueñas, en esta población se incluyó a personas locales y a turistas que visitan Antioquia y desean conocer más de la cultura.

El tamaño de la muestra de 144 personas fue seleccionado garantizando una representación apropiada de la población objetivo para así obtener resultados significativos. Se utilizó un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% para calcular el tamaño de la muestra, asegurando alcanzar resultados con un alto grado de precisión.

Para seleccionar la muestra se utilizó el método de muestreo aleatorio estratificado para así garantizar la representatividad de diferentes grupos demográficos dentro de la población objetivo. Después de esto se estratificó la población según edad, lugar de residencia (local o turista), y el nivel de interés en la cultura antioqueña.

Cabe destacar que, si bien el tamaño de la muestra de 144 personas suministra resultados significativos, se tuvo algunos limitantes que influenciaron esta decisión. Por ejemplo, el tiempo y los recursos disponibles para llevar a cabo la encuesta ya que son componentes importantes para considerar en la determinación del tamaño de la muestra.

### 6.1. Análisis y resultados

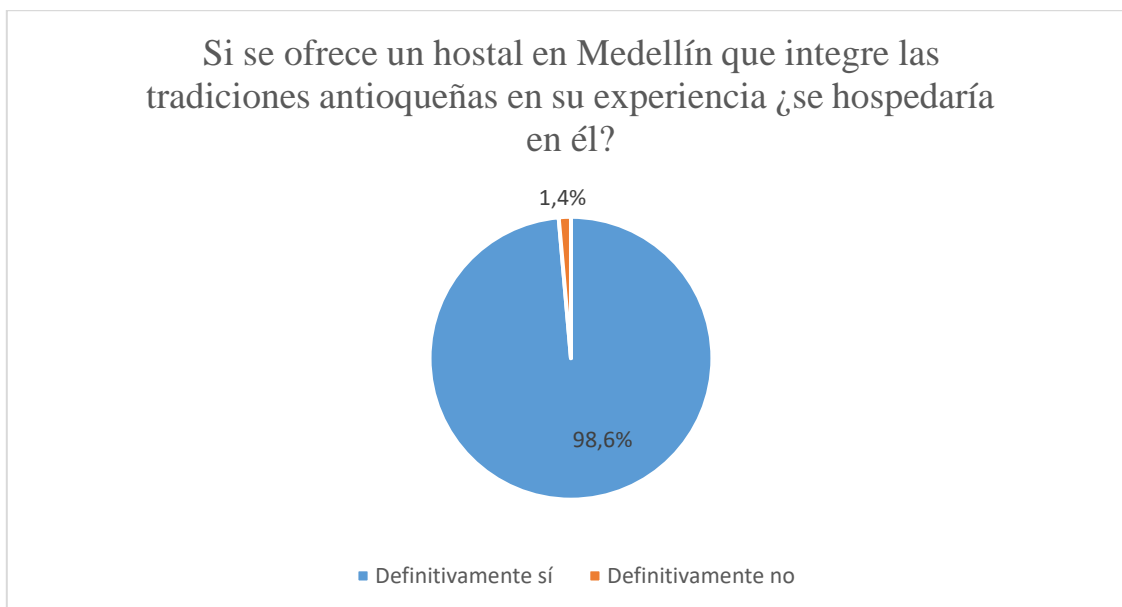
Se realizó una encuesta a 144 personas con el objetivo de recopilar información y saber si están dispuestos en hospedarse en un hostel fundamentado en tradiciones antioqueñas y quieran vivir esta experiencia, así como sus preferencias en cuanto a actividades culturales y aspectos del hospedaje. Se buscó incluir a personas de diferentes edades y preferencias para obtener una visión amplia y representativa de posibles visitantes interesados en disfrutar de una experiencia cultural auténtica durante su estadía en Medellín.

**Tabla 2. Pregunta 1**

Si se ofrece un hostel en Medellín que integre las tradiciones antioqueñas en su experiencia ¿se hospedaría en él?	Frecuencia	%
Definitivamente sí	142	98,6%

Definitivamente no	2	1,4%
TOTAL	144	100,0%

**Figura 1. Pregunta 1**



### **Análisis e interpretación:**

La figura presentada refleja los resultados de una encuesta destinada a evaluar la aceptación de un hostel en Medellín que integre las tradiciones antioqueñas en su experiencia de hospedaje. Un significativo 98,6% de los participantes expresaron una aceptación definitiva hacia la idea de hospedarse en tal establecimiento, mientras que solo el 1,4% indicó una negativa definitiva a esta propuesta.

Este elevado porcentaje de aceptación muestra una clara predisposición positiva del mercado hacia un hostel que celebre y se fundamente en las tradiciones antioqueñas. Esta tendencia integra elementos culturales locales en la experiencia de hospedaje podría ser un diferenciador clave y atractivo para los potenciales clientes, resaltando la importancia de la autenticidad y la conexión cultural en la elección de alojamiento.

El análisis de esta figura demuestra la potencial factibilidad del proyecto de abrir un hostel basado en las tradiciones antioqueñas en Medellín, subrayando una fuerte demanda inicial por experiencias de hospedaje que ofrezcan más que comodidad, buscando también una inmersión cultural. Este hallazgo es crucial para el desarrollo del concepto del hostel, sugiriendo

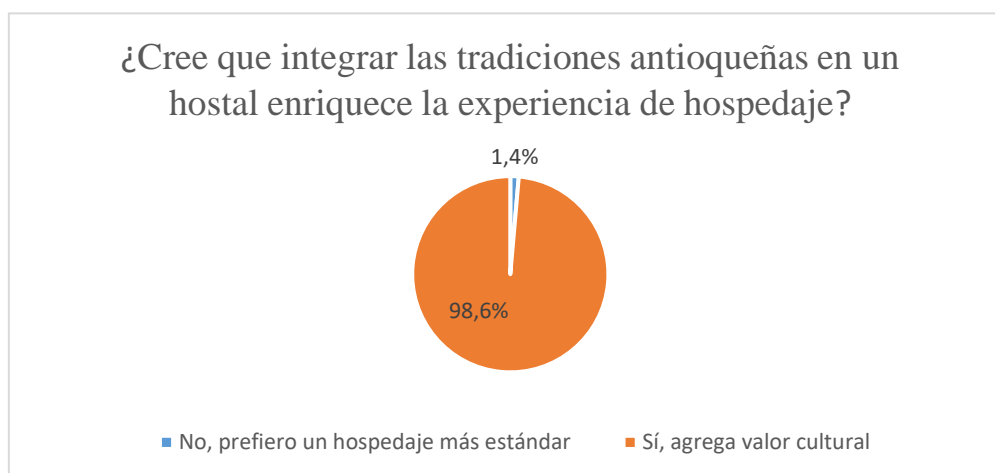
que el éxito del proyecto podría depender significativamente de su capacidad para autentificar y enriquecer la experiencia del huésped con las tradiciones antioqueñas.

Se entiende que, los resultados demuestran una robusta aceptación hacia la propuesta de un hostel temático en Medellín, destacando la relevancia de las tradiciones locales en la experiencia de los viajeros. Será esencial considerar estos resultados en el contexto de un análisis de factibilidad más amplio que incluya aspectos como la viabilidad económica, la estrategia de marketing y la operatividad del hostel para maximizar las posibilidades de éxito del proyecto.

**Tabla 3. Pregunta 2**

¿Cree que integrar las tradiciones antioqueñas en un hostel enriquece la experiencia de hospedaje?	Frecuencia	%
No, prefiero un hospedaje más estándar	2	1,4%
Sí, agrega valor cultural	142	98,6%
TOTAL	144	100%

**Figura 2. Pregunta 2**



### **Análisis e interpretación:**

La figura analizada proporciona datos sobre las percepciones de los encuestados respecto a la integración de las tradiciones antioqueñas en un hostel y su potencial para enriquecer la experiencia de hospedaje. Un abrumador 98,6% de los participantes concuerda que incorporar elementos culturales antioqueños agrega valor cultural significativo a la experiencia de hospedaje, mientras que solo un 1,4% prefiere un enfoque de hospedaje más estándar, sin integración de elementos culturales específicos.

Este alto porcentaje de aceptación hacia la inclusión de tradiciones antioqueñas en la oferta de hospedaje muestra una clara demanda por experiencias que trascienden lo convencional, ofreciendo un enriquecimiento cultural que va más allá de la mera comodidad física o servicios estándar. Este resultado subraya la importancia de la autenticidad y la diferenciación en el sector turístico, donde la experiencia cultural única se convierte en un factor decisivo para los viajeros.

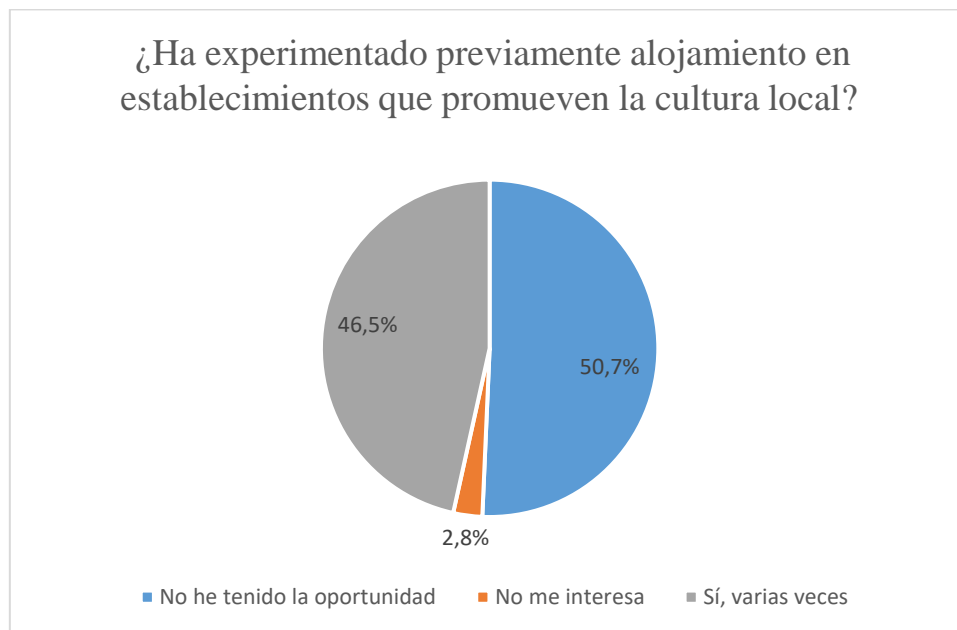
La práctica unanimidad de los encuestados en favor de la integración de las tradiciones antioqueñas destaca la potencial ventaja competitiva que tal enfoque podría representar para el hostel propuesto. En un mercado cada vez más saturado de opciones de hospedaje convencionales, ofrecer una experiencia inmersiva que refleje la riqueza cultural y las tradiciones locales podría no solo atraer a un segmento amplio de clientes sino también fomentar una conexión emocional más profunda con el destino, incrementando la satisfacción y fidelización del cliente.

Desde una perspectiva académica, este análisis resalta la relevancia de incorporar aspectos culturales en la oferta de servicios turísticos como medio para enriquecer la experiencia del consumidor y diferenciar productos en el mercado. El alto porcentaje de aceptación hacia la integración de las tradiciones antioqueñas en la experiencia de hospedaje refuerza la teoría de que los consumidores valoran y buscan experiencias auténticas que les permitan conectar de manera significativa con el destino que visitan.

En conclusión, la figura analizada evidencia una clara preferencia por parte de los encuestados hacia una oferta de hospedaje que integre elementos culturales locales, destacando la importancia de dicha integración como estrategia para enriquecer la experiencia de los huéspedes y posicionar competitivamente al hostel en el mercado turístico de Medellín.

**Tabla 4. Pregunta 3**

¿Ha experimentado previamente alojamiento en establecimientos que promueven la cultura local?	Frecuencia	%
No he tenido la oportunidad	73	50,7%
No me interesa	4	2,8%
Sí, varias veces	67	46,5%
TOTAL	144	100,0%

**Figura 3. Pregunta 3****Análisis e interpretación:**

La figura se centra en la experiencia previa de los encuestados con alojamientos que promueven la cultura local. Un 46,5% de los participantes indicó haberse alojado varias veces en establecimientos que destacan la cultura local, lo que indica una tendencia positiva hacia este tipo de hospedaje. Por otro lado, un 50,7% afirmó no haber tenido la oportunidad de experimentar este tipo de alojamiento, mientras que solo un 2,8% expresó desinterés en tales experiencias.

La combinación de estos resultados destaca una oportunidad significativa para el hostel propuesto. Aunque una proporción sustancial de los encuestados aún no ha experimentado este tipo de hospedaje culturalmente enriquecido, la predisposición general hacia experiencias de alojamiento que integran la cultura local es notablemente alta. Aparte de satisfacer la demanda de aquellos que valoran y buscan activamente tales experiencias, existe un potencial de mercado considerable entre aquellos que aún no han tenido la oportunidad de experimentar hospedaje de este tipo, pero podrían estar interesados en hacerlo.

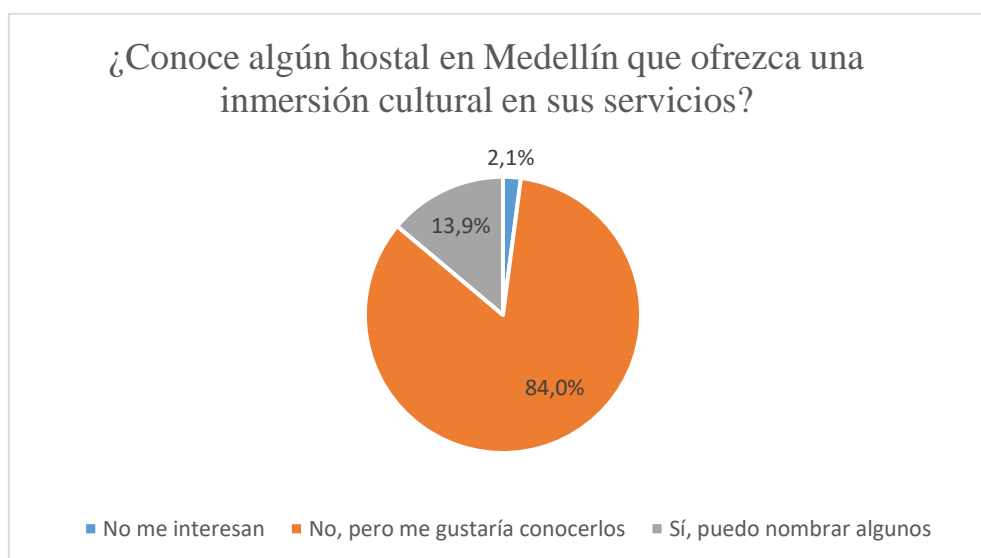
En conclusión, estos hallazgos subrayan la viabilidad y el potencial atractivo de un hostel en Medellín que se fundamente en las tradiciones antioqueñas, no solo para aquellos con experiencias previas en alojamientos que promueven la cultura local, sino también para captar el interés de un segmento más amplio del mercado. La estrategia de diferenciación basada en

la integración cultural podría, por tanto, ser un elemento clave en el posicionamiento del hostel, ofreciendo una propuesta de valor única en el mercado de alojamiento en Medellín.

**Tabla 5.** *Pregunta 4*

¿Conoce algún hostel en Medellín que ofrezca una inmersión cultural en sus servicios?	Frecuencia	%
No me interesan	3	2,1%
No, pero me gustaría conocerlos	121	84,0%
Sí, puedo nombrar algunos	20	13,9%
TOTAL	144	100%

**Figura 4.** *Pregunta 4*



Análisis e interpretación:

La figura proporciona una visión sobre el conocimiento y el interés de los encuestados respecto a la existencia de hostales en Medellín que ofrezcan una inmersión cultural en sus servicios. Se destaca que un predominante 84,0% de los participantes expresó no conocer hostales que integren este componente cultural en Medellín, pero mostraron un marcado interés en conocerlos. Por otro lado, un 13,9% afirmó conocer algunos establecimientos que ofrecen esta experiencia, mientras que un mínimo 2,1% indicó que no están interesados en este tipo de hostales.

Estos resultados evidencian una notable oportunidad de mercado para un nuevo hostel que ofrezca una inmersión cultural en sus servicios. El elevado porcentaje de personas que, a pesar de no conocer hostales con esta orientación, manifiestan un interés en ellos, lo que



demuestra una demanda latente que podría ser capitalizada por un proyecto que se posicione adecuadamente y comunique de manera efectiva su propuesta de valor cultural.

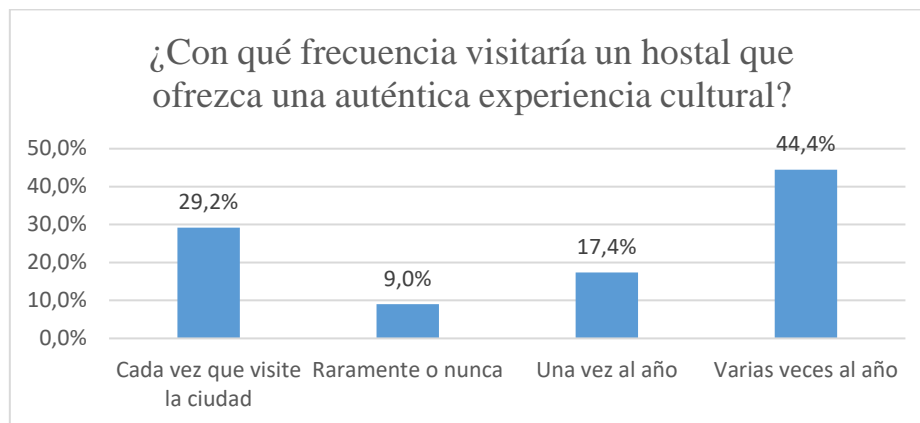
La conciencia relativamente baja sobre la existencia de tales hostales, combinada con un alto interés en experimentarlos, resalta una brecha en la oferta actual del mercado de alojamiento en Medellín. Esta situación presenta una ventaja competitiva potencial para el establecimiento propuesto, sugiriendo que existe espacio para innovar y diferenciarse dentro del sector hotelero de la ciudad.

El hecho de que una pequeña porción de los encuestados ya tenga conocimiento de algunos hostales que ofrecen inmersión cultural indica que, aunque la oferta es limitada, existe un precedente y, posiblemente, un modelo a seguir o mejorar. Para los potenciales inversores o desarrolladores del proyecto, sería estratégico analizar estas ofertas existentes para entender sus fortalezas y áreas de mejora, con el objetivo de diseñar una experiencia de hospedaje que no solo cumpla, sino que exceda las expectativas de los futuros huéspedes.

En síntesis, la figura muestra que la propuesta de un hostel en Medellín que integre las tradiciones antioqueñas y ofrezca una verdadera inmersión cultural podría responder efectivamente a una demanda no completamente satisfecha en el mercado. La clave del éxito residirá en desarrollar una oferta distintiva y comunicarla eficazmente para atraer a aquel segmento de mercado interesado en experiencias de alojamiento enriquecidas culturalmente.

**Tabla 6.** *Pregunta 5*

¿Con qué frecuencia visitaría un hostel que ofrezca una auténtica experiencia cultural?	Frecuencia	%
Cada vez que visite la ciudad	42	29,2%
Raramente o nunca	13	9,0%
Una vez al año	25	17,4%
Varias veces al año	64	44,4%

**Figura 5. Pregunta 5****Análisis e interpretación:**

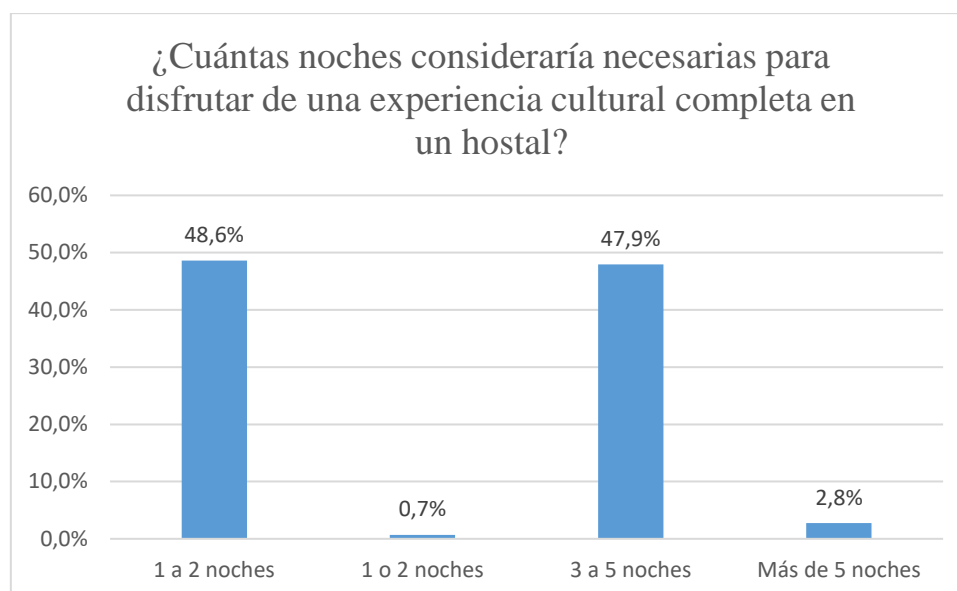
La figura expone la frecuencia con la que los encuestados visitarían un hostel que ofrece una experiencia cultural auténtica. Un notable 44,4% de los participantes indicó que visitarían tales establecimientos varias veces al año, mientras que el 29,2% lo haría cada vez que visite la ciudad. Sumando estos porcentajes, se observa que una amplia mayoría de los encuestados estaría dispuesta a repetir la experiencia de alojamiento cultural con bastante frecuencia. En contraste, solo un 9% mencionó que raramente o nunca optarían por esta opción, y el 17,4% lo consideraría una vez al año.

Estos resultados reflejan un interés robusto y recurrente por parte de potenciales clientes en experiencias de hospedaje que no solo ofrezcan comodidad sino también una inmersión cultural. La predisposición para visitar con frecuencia un hostel que destaque por su autenticidad cultural enfatiza la viabilidad de este como un concepto atractivo y sostenible a largo plazo. Adicionalmente subraya la oportunidad de fidelizar a una clientela interesada en experiencias culturales profundas, ofreciendo un potencial de ingresos recurrentes para el establecimiento.

En síntesis, la evidencia demuestra que existe una demanda significativa y un interés marcado por experiencias de hospedaje que integren elementos culturales locales en Medellín. Esta demanda, junto con la disposición a participar en estas experiencias con frecuencia, ofrece una clara indicación de que un hostel que pueda autentificar y enriquecer la experiencia del huésped con tradiciones antioqueñas tendría no solo un nicho de mercado viable sino también la oportunidad de crear una base de clientes leales y recurrentes.

**Tabla 7. Pregunta 6**

¿Cuántas noches consideraría necesarias para disfrutar de una experiencia cultural completa en un hostel?	Frecuencia	%
1 a 2 noches	70	48,6%
1 o 2 noches	1	0,7%
3 a 5 noches	69	47,9%
Más de 5 noches	4	2,8%
TOTAL	144	100%

**Figura 6. Pregunta 6****Análisis e interpretación:**

La figura proporcionada muestra las preferencias de los encuestados respecto a la duración de estancia necesaria para disfrutar de una experiencia cultural completa en un hostel. Un 48,6% de los participantes considera que 1 a 2 noches son suficientes para vivir una experiencia cultural plena, mientras que un porcentaje muy similar, 47,9%, opina que se requieren entre 3 a 5 noches para una inmersión cultural adecuada. Solo un 2,8% de los encuestados cree necesario alojarse más de 5 noches para disfrutar plenamente de la experiencia cultural que el hostel puede ofrecer.

Este resultado evidencia una división casi equitativa en las preferencias de los encuestados sobre la duración ideal de estancia para una experiencia cultural completa, lo que puede demostrar que la necesidad de flexibilidad en la oferta de paquetes culturales por parte del hostel. La existencia de un pequeño segmento que prefiere estancias más largas indica que, aunque la mayoría se inclina por periodos cortos o medios, existe un interés por experiencias más prolongadas y posiblemente más profundas.

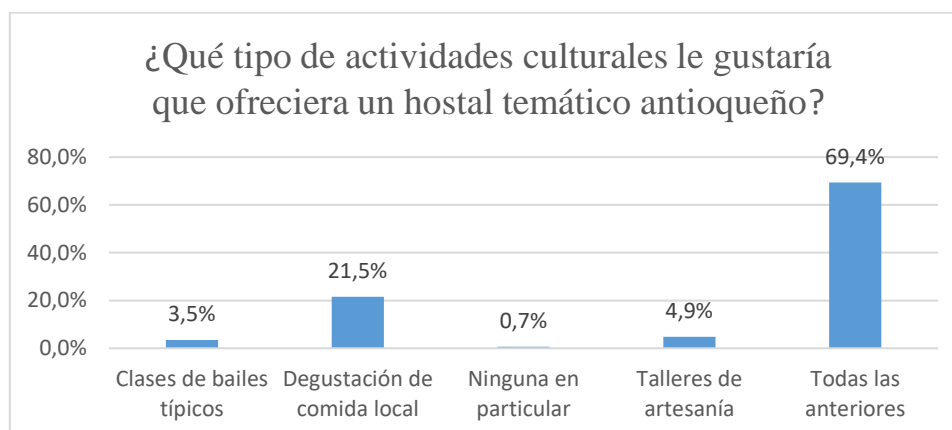
La preferencia por estancias de 1 a 5 noches refleja una tendencia hacia la optimización del tiempo, buscando maximizar la experiencia cultural en un periodo relativamente corto. Esto puede deberse a limitaciones de tiempo de los viajeros o a la búsqueda de experiencias culturales concentradas que permitan una inmersión significativa sin requerir largas estancias.

Para un hostel enfocado en ofrecer una auténtica experiencia cultural, estos resultados subrayan la importancia de diseñar actividades y experiencias que se adapten a diferentes duraciones de estancia. Esto implica la creación de programas culturales que puedan ser ajustados tanto para huéspedes que buscan una inmersión breve y concentrada como para aquellos que desean explorar la cultura local de manera más extensa y profunda.

En conclusión, la figura analizada indica que la planificación de experiencias culturales dentro del hostel deberá considerar la diversidad de preferencias sobre la duración de la estancia, ofreciendo opciones variadas que respondan tanto a estancias cortas como a aquellas de duración media, sin descartar la posibilidad de atender a un nicho que prefiera exploraciones culturales más prolongadas.

**Tabla 8.** *Pregunta 7*

¿Qué tipo de actividades culturales le gustaría que ofreciera un hostel temático antioqueño?	Frecuencia	%
Clases de bailes típicos	5	3,5%
Degustación de comida local	31	21,5%
Ninguna en particular	1	0,7%
Talleres de artesanía	7	4,9%
Todas las anteriores	100	69,4%
TOTAL	144	100%

**Figura 7. Pregunta 7****Análisis e interpretación:**

La figura analizada muestra las preferencias de los encuestados respecto al tipo de actividades culturales que les gustaría que ofreciera un hostel temático antioqueño. Un significativo 69,4% de los participantes expresó interés en todas las actividades culturales propuestas, lo que refleja un entusiasmo generalizado por una experiencia de inmersión cultural amplia y diversificada. La degustación de comida local se destaca como la actividad individual más deseada, con un 21,5% de las preferencias, subrayando la importancia de la gastronomía en la experiencia cultural. Le siguen, aunque con menos porcentaje, los talleres de artesanía y las clases de bailes típicos, con un 4,9% y un 3,5% respectivamente, lo que indica un interés en aprender y participar en actividades que reflejen las tradiciones artísticas y de danza de la región antioqueña. Solo un 0,7% de los encuestados indicó no tener interés en ninguna actividad cultural particular.

Estos resultados evidencian la alta valoración de la diversidad en la oferta de actividades culturales dentro del hostel. La preferencia mayoritaria por incluir una variedad de experiencias culturales indica que los futuros huéspedes buscan una experiencia de alojamiento que no solo sea cómoda y acogedora, sino que también les permita participar activamente en la cultura local a través de prácticas y aprendizajes significativos.

Para un hostel temático antioqueño, integrar un amplio espectro de actividades culturales se presenta como una estrategia clave para atraer y satisfacer a los huéspedes. La gastronomía, siendo el aspecto más deseado, debe ocupar un lugar central en la oferta del hostel, posiblemente a través de la degustación de platos típicos y la realización de talleres de cocina que enseñen a preparar recetas locales. Las clases de baile y talleres de artesanía

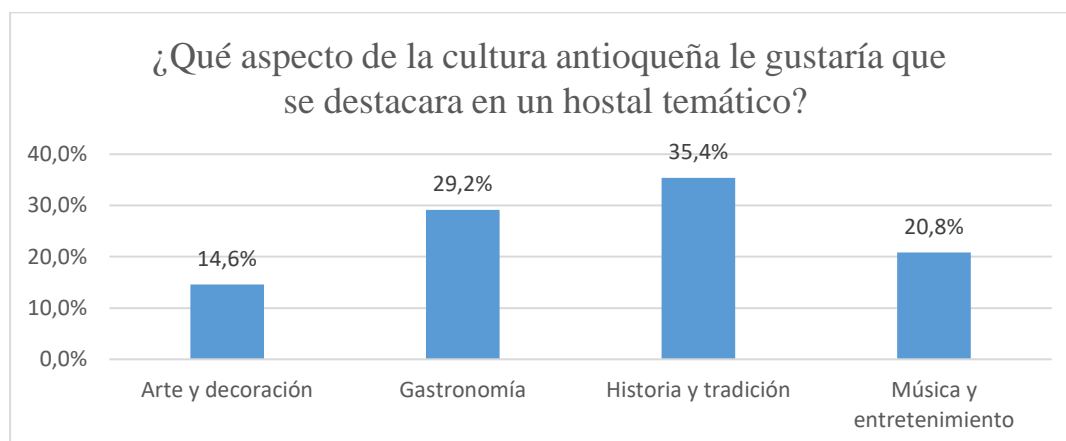
complementarían esta experiencia, ofreciendo a los huéspedes una visión más completa y participativa de la cultura antioqueña.

La casi unánime preferencia por una oferta diversificada de actividades culturales indica que los potenciales clientes valoran la oportunidad de explorar y participar en diferentes aspectos de la cultura local durante su estancia. Este interés por experiencias culturales integradas indica que el éxito de un hostel temático en Medellín podría depender significativamente de su capacidad para ofrecer un programa cultural variado y atractivo, que permita a los huéspedes vivenciar la riqueza de las tradiciones antioqueñas de manera auténtica y enriquecedora.

**Tabla 9.** *Pregunta 8*

¿Qué aspecto de la cultura antioqueña le gustaría que se destacara en un hostel temático?	Frecuencia	%
Arte y decoración	21	14,6%
Gastronomía	42	29,2%
Historia y tradición	51	35,4%
Música y entretenimiento	30	20,8%
TOTAL	144	100,0%

**Figura 8.** *Pregunta 8*



#### **Análisis e interpretación:**

La figura proporcionada detalla las preferencias de los encuestados sobre qué aspectos de la cultura antioqueña les gustaría que se destacaran en un hostel temático. Un 35,4% de los participantes priorizan la "Historia y tradición" como el aspecto más relevante para ser enfatizado, seguido por la "Gastronomía" con un 29,2%, lo que resalta el interés en la riqueza

histórica y culinaria de la región. La "Música y entretenimiento" también es considerada importante, recogiendo un 20,8% de las preferencias, lo que indica el valor que se le da a la expresión artística y lúdica como parte de la experiencia cultural. Por último, el "Arte y decoración" recibe un 14,6% de las preferencias, sugiriendo un interés en la estética visual y el ambiente físico que refleje la identidad cultural antioqueña.

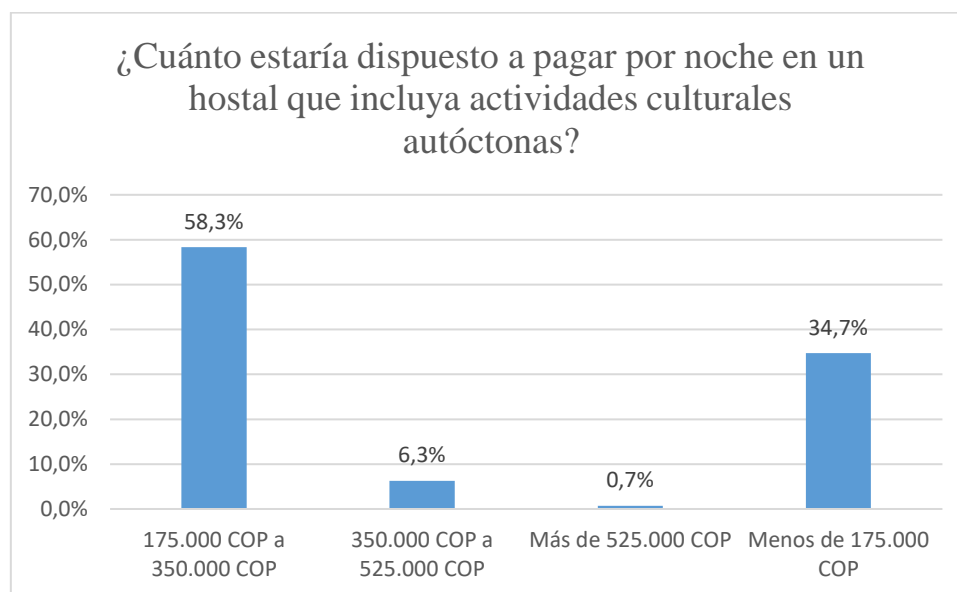
Estos resultados subrayan la importancia de incorporar la historia, las tradiciones, y la gastronomía de Antioquia como elementos centrales en la concepción de un hostel temático. La historia y las tradiciones, siendo los aspectos más valorados que los huéspedes buscan una experiencia de inmersión profunda que les permita comprender y apreciar el legado cultural de la región. Esto podría traducirse en la organización de visitas guiadas a lugares históricos, charlas o encuentros con expertos en la cultura local, y la inclusión de elementos decorativos y arquitectónicos que evoquen la historia antioqueña.

La gastronomía como segundo aspecto en importancia refleja el deseo de los visitantes por explorar la identidad cultural a través de sus sabores, lo que indica la necesidad de ofrecer experiencias culinarias auténticas que vayan más allá de la simple degustación, incluyendo, por ejemplo, talleres de cocina tradicional o comidas preparadas por chefs locales que destaquen ingredientes y técnicas típicas de la región.

La música y el entretenimiento, junto con el arte y la decoración, aunque no son los aspectos más votados, siguen siendo relevantes para una fracción significativa de los encuestados. Ya que integrar actuaciones en vivo de música tradicional, así como exposiciones de arte local y diseño interior inspirado en la cultura antioqueña, podría enriquecer aún más la experiencia de los huéspedes, ofreciendo una visión holística y multisensorial de la cultura de Antioquia.

**Tabla 10.** *Pregunta 9*

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche en un hostel que incluya actividades culturales autóctonas?	Frecuencia	%
175.000 COP a 350.000 COP	84	58,3%
350.000 COP a 525.000 COP	9	6,3%
Más de 525.000 COP	1	0,7%
Menos de 175.000 COP	50	34,7%
TOTAL	144	100,0%

**Figura 9. Pregunta 9****Análisis e interpretación:**

La figura analizada expone las preferencias de los encuestados sobre el rango de precios que estarían dispuestos a pagar por noche en un hostel que incluya actividades culturales autóctonas. La mayoría, un 58,3%, indica que estarían dispuestos a pagar entre 175.000 COP y 350.000 COP por noche. Un segmento menor, el 34,7%, preferiría pagar menos de 175.000 COP por noche, lo que muestra una sensibilidad significativa hacia precios más accesibles. Solo un 6,3% de los participantes se muestra dispuesto a pagar entre 350.000 COP y 525.000 COP, mientras que una mínima proporción, el 0,7%, consideraría pagar más de 525.000 COP por noche.

Estos resultados revelan que, mientras existe un claro interés por las experiencias de hospedaje que integren actividades culturales autóctonas, la disposición a pagar varía significativamente entre los potenciales huéspedes. La preferencia mayoritaria por el rango de 175.000 COP a 350.000 COP indica que los encuestados valoran la inclusión de actividades culturales, pero dentro de un espectro de precios que consideran razonable y accesible.

La considerable proporción de encuestados que prefieren un precio inferior a 175.000 COP refleja una parte del mercado potencialmente interesada en experiencias culturales enriquecedoras, pero con restricciones presupuestarias más estrictas. Por otro lado, el bajo porcentaje de encuestados dispuestos a pagar más de 350.000 COP indica que, aunque hay un segmento de mercado que valora altamente este tipo de experiencias y podría considerar precios premium, este grupo es relativamente pequeño.

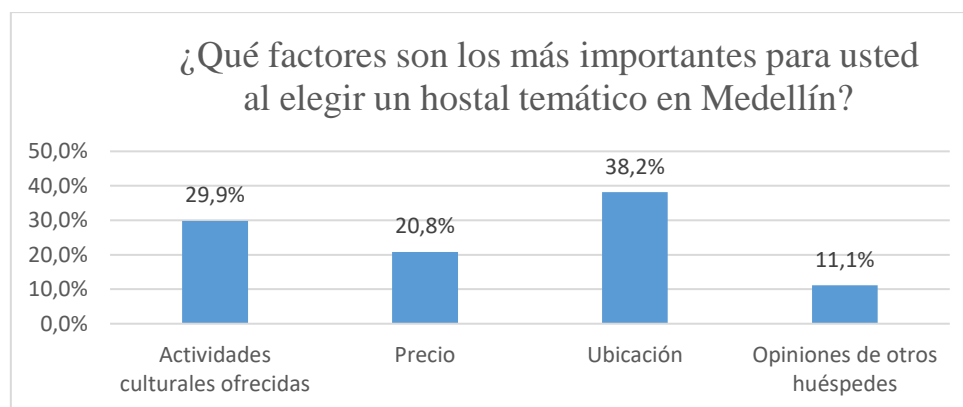


Para un hostel temático que busca integrar actividades culturales autóctonas en Medellín, estos hallazgos plantean la importancia de estructurar una estrategia de precios flexible que pueda acomodar tanto a huéspedes que buscan opciones más económicas como a aquellos dispuestos a pagar más por experiencias exclusivas y enriquecedoras. Ofrecer paquetes diferenciados que ajusten el tipo y la intensidad de las actividades culturales incluidas según el rango de precios podría ser una estrategia efectiva para atraer y satisfacer a un espectro amplio de visitantes, maximizando así el alcance y la viabilidad del proyecto.

**Tabla 11.** *Pregunta 10*

¿Qué factores son los más importantes para usted al elegir un hostel temático en Medellín?	Frecuencia	%
Actividades culturales ofrecidas	43	29,9%
Precio	30	20,8%
Ubicación	55	38,2%
Opiniones de otros huéspedes	16	11,1%
TOTAL	144	100%

**Figura 10.** *Pregunta 10*



### **Análisis e interpretación:**

La figura que presenta las preferencias de los encuestados sobre el rango de precios que estarían dispuestos a pagar por noche en un hostel que incluya actividades culturales autóctonas mostrando una inclinación significativa hacia opciones de precio moderado. Un 58,3% de los participantes indicaron preferencia por un rango de precio de 175.000 COP a 350.000 COP por noche. Por otro lado, un segmento más conservador, que representa el 34,7% de los encuestados, optaría por un precio menor a 175.000 COP. Muy pocos encuestados, un 6,3% y un 0,7% respectivamente, considerarían pagar entre 350.000 COP a 525.000 COP y más de 525.000 COP por noche. Estos resultados muestran que, aunque

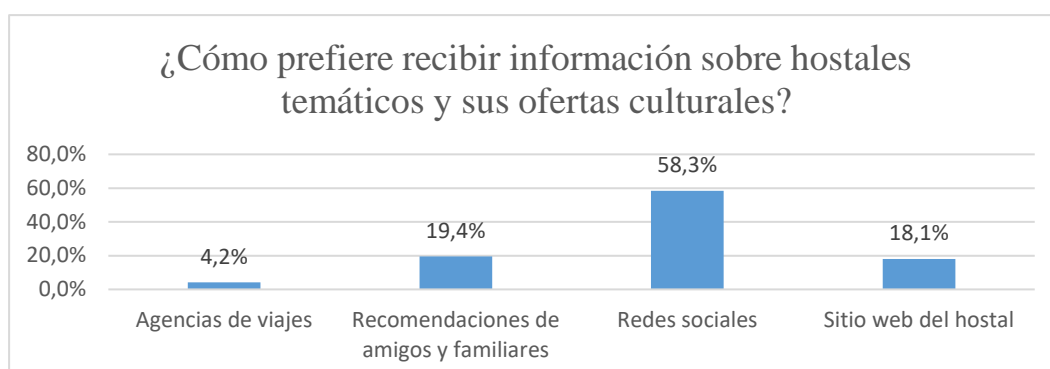
hay un interés significativo en participar en actividades culturales autóctonas, la sensibilidad al precio juega un papel crucial en la decisión de los potenciales huéspedes.

En relación con los factores determinantes para la elección de un hostel temático en Medellín, la ubicación emerge como el criterio más valorado, con un 38,2% de las preferencias, seguido por las actividades culturales ofrecidas, que captan un 29,9%. El precio es también un factor relevante para el 20,8% de los encuestados, mientras que las opiniones de otros huéspedes son el aspecto menos influyente, con un 11,1%. Estos datos subrayan la importancia de una ubicación estratégica que permita fácil acceso a puntos de interés cultural y urbano, así como la oferta de experiencias culturales significativas como elementos diferenciadores en la competitividad del hostel. Aunque el precio es un factor importante, se observa que no es el único ni el más determinante a la hora de elegir un hostel, lo que indica que los huéspedes están dispuestos a pagar precios razonables por experiencias de valor agregado que enriquezcan su estancia.

La combinación de estos hallazgos ofrece perspectivas valiosas para el desarrollo y la operación de un hostel temático en Medellín. Destaca la necesidad de equilibrar la oferta de experiencias culturales auténticas y atractivas con una política de precios competitiva que se alinee con las expectativas y capacidades económicas de los potenciales clientes. Asimismo, resalta la relevancia de seleccionar una ubicación privilegiada que facilite el acceso a la riqueza cultural y social de Medellín, contribuyendo así a una experiencia holística y satisfactoria para los huéspedes.

**Tabla 12.** *Pregunta 11*

¿Cómo prefiere recibir información sobre hostales temáticos y sus ofertas culturales?	Frecuencia	%
Agencias de viajes	6	4,2%
Recomendaciones de amigos y familiares	28	19,4%
Redes sociales	84	58,3%
Sitio web del hostel	26	18,1%
TOTAL	144	100%

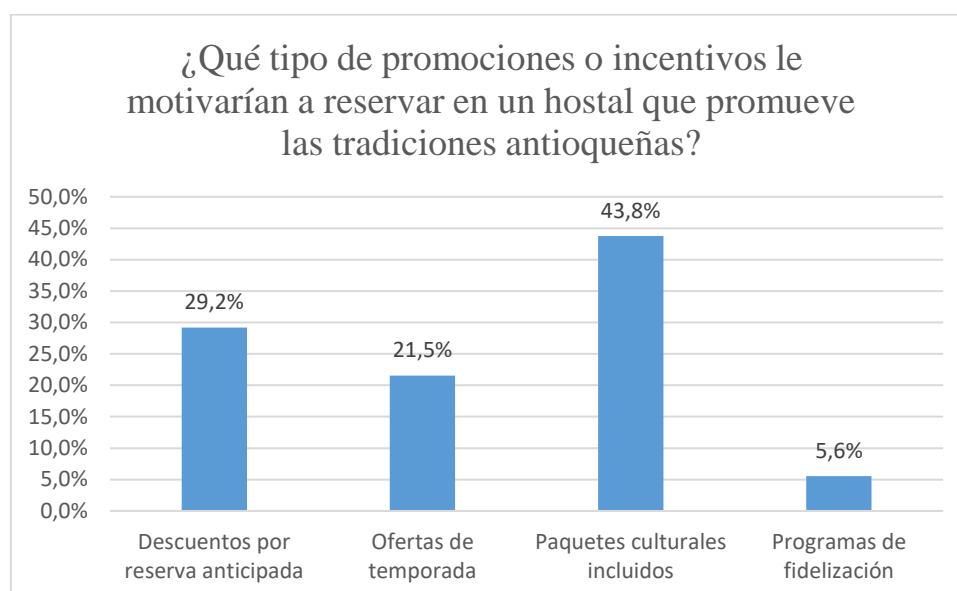
**Figura 11. Pregunta 11****Análisis e interpretación:**

La última figura proporcionada refleja las preferencias de los encuestados sobre los canales a través de los cuales prefieren recibir información acerca de hostales temáticos y sus ofertas culturales. Un contundente 58,3% de los participantes manifiesta una preferencia por las redes sociales como el medio principal para recibir este tipo de información, lo cual subraya el papel crucial de estas plataformas en la promoción y difusión de ofertas turísticas y culturales. Las recomendaciones de amigos y familiares constituyen el segundo canal más valorado, con un 19,4% de las preferencias, destacando la importancia del boca a boca y la confianza en las experiencias de personas cercanas. El sitio web del hostel es también un medio relevante para un 18,1% de los encuestados, lo que indica la necesidad de contar con una presencia en línea fuerte y bien gestionada que ofrezca información detallada y accesible sobre el hostel y sus servicios. Por último, las agencias de viajes son el canal menos preferido, con solo un 4,2% de las preferencias, lo que puede reflejar una tendencia hacia la autonomía en la planificación de viajes y la búsqueda de información a través de medios digitales directos.

Estos resultados implican que, para maximizar el alcance y el impacto de las estrategias de marketing de un hostel temático en Medellín, es fundamental enfocarse en el desarrollo y la gestión activa de plataformas de redes sociales, creando contenido atractivo y participativo que resalte las experiencias culturales únicas que ofrece el hostel. Asimismo, la creación de una página web intuitiva, informativa y visualmente atractiva puede complementar y reforzar la presencia digital del hostel, facilitando el acceso a la información y potenciando la reserva directa de estancias. Además, fomentar las recomendaciones a través de experiencias positivas y memorables para los huéspedes puede servir como una poderosa herramienta de marketing orgánico, aprovechando las redes personales y la confianza generada en el círculo cercano de potenciales visitantes.

**Tabla 13. Pregunta 12**

¿Qué tipo de promociones o incentivos le motivarían a reservar en un hostel que promueve las tradiciones antioqueñas?	Frecuencia	%
Descuentos por reserva anticipada	42	29,2%
Ofertas de temporada	31	21,5%
Paquetes culturales incluidos	63	43,8%
Programas de fidelización	8	5,6%
TOTAL	144	100,0%

**Figura 12. Pregunta 12****Análisis e interpretación:**

La figura proporcionada muestra las preferencias de los encuestados sobre el tipo de promociones o incentivos que les motivarían a reservar en un hostel que promueve las tradiciones antioqueñas. Un 43,8% de los participantes indicaron que los paquetes culturales incluidos serían el incentivo más motivador para realizar una reserva. Esto es seguido por descuentos por reserva anticipada, con un 29,2% de las preferencias. Las ofertas de temporada también resultan atractivas para un 21,5% de los encuestados, mientras que los programas de fidelización capturan un menor interés, con un 5,6%.

Este resultado subraya la importancia de ofrecer valor agregado a través de experiencias culturales enriquecedoras como el principal atractivo para los potenciales huéspedes. La preferencia marcada por paquetes culturales incluidos indica que los viajeros valoran la oportunidad de vivir

experiencias auténticas y educativas como parte de su estancia, más allá de la simple conveniencia económica.

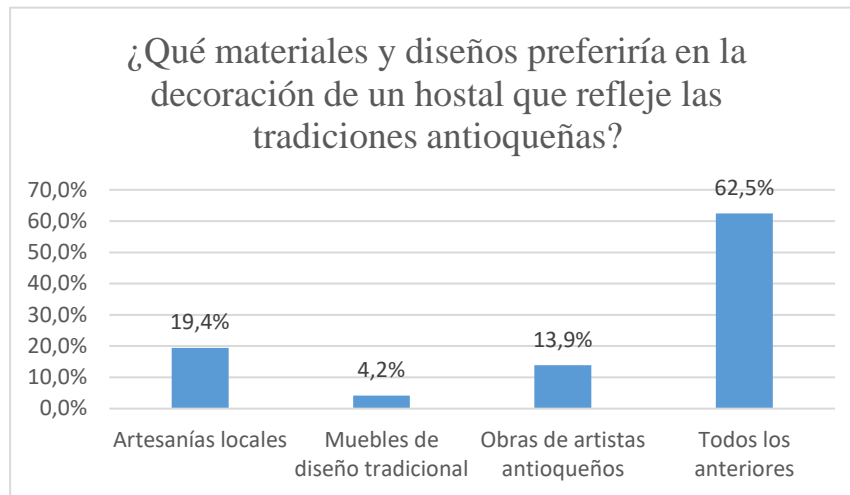
La inclinación hacia descuentos por reserva anticipada y ofertas de temporada indica que la flexibilidad en la política de precios y la oferta de promociones temporales pueden ser estrategias efectivas para estimular la demanda y fomentar la reserva anticipada. Sin embargo, la relevancia de estos incentivos económicos parece ser secundaria frente al valor percibido de las experiencias culturales integradas.

Los programas de fidelización, aunque son el incentivo menos popular, aún representan una oportunidad para generar lealtad entre los huéspedes y fomentar reservas repetidas, especialmente entre aquellos que valoran el reconocimiento y los beneficios a largo plazo de mantener una relación continua con el hostel.

En conclusión, la figura analizada destaca la eficacia de incorporar paquetes culturales como el principal incentivo para atraer reservas en un hostel temático, enfatizando la necesidad de centrarse en la creación de experiencias culturales auténticas y memorables. Asimismo, complementar esta estrategia con promociones económicas temporales y programas de fidelización para maximizar el atractivo y la competitividad del hostel en el mercado.

**Tabla 14.** *Pregunta 13*

¿Qué materiales y diseños preferiría en la decoración de un hostel que refleje las tradiciones antioqueñas?	Frecuencia	%
Artesanías locales	28	19,4%
Muebles de diseño tradicional	6	4,2%
Obras de artistas antioqueños	20	13,9%
Todos los anteriores	90	62,5%
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100,0%</b>

**Figura 13. Pregunta 13****Análisis e interpretación:**

La figura en cuestión revela las preferencias de los encuestados sobre los materiales y diseños en la decoración de un hostel que refleje las tradiciones antioqueñas. La opción "Todos los anteriores" es la más seleccionada, con un significativo 62,5% de las respuestas, indicando un fuerte interés por una decoración que integre diversos elementos culturales de Antioquia. Este resultado muestra que los potenciales huéspedes valoran una experiencia de inmersión cultural completa, que abarque múltiples facetas de la tradición local a través de la decoración.

Las "Artesanías locales" recibieron un 19,4% de las preferencias, destacándose como el elemento individual más deseado, seguido por "Obras de artistas antioqueños" con un 13,9%. Estos porcentajes reflejan la importancia de incorporar en la decoración elementos que no solo embellezcan el espacio, sino que también cuenten historias y tradiciones de la región, creando un ambiente único y auténtico. Los "Muebles de diseño tradicional" fueron seleccionados por un 4,2% de los encuestados, lo que, aunque representa la menor preferencia, sigue siendo un componente valorado para la ambientación que refleja las tradiciones antioqueñas.

Estos hallazgos subrayan la relevancia de una estrategia de decoración que emplee un enfoque holístico, incorporando una variedad de elementos culturales que van desde las artesanías y obras de arte hasta los muebles de diseño tradicional. Tal enfoque no solo enriquecerá la experiencia estética del huésped, sino que también fomentará una mayor conexión con la cultura local, amplificando el valor percibido de la estancia en el hostel.

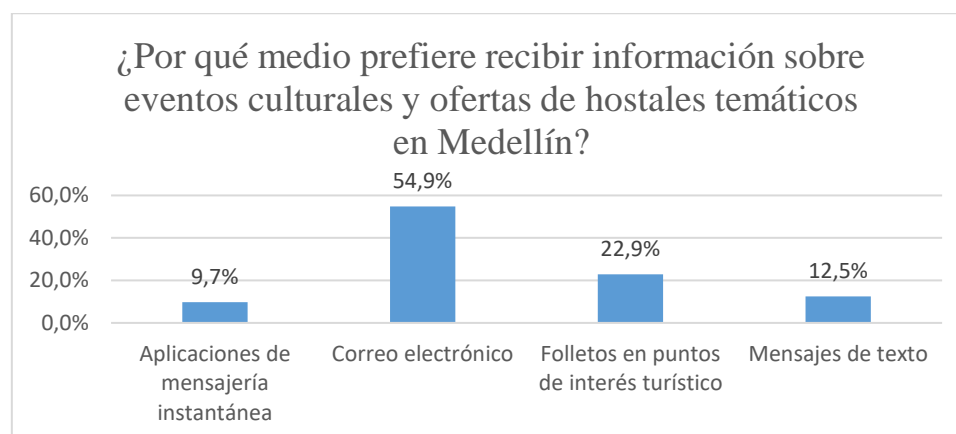
Para un hostel que busca reflejar las tradiciones antioqueñas, es crucial considerar estos resultados en el proceso de diseño y decoración. Integrar de manera armónica y respetuosa artesanías locales, muebles de diseño tradicional y obras de artistas antioqueños contribuirá a

crear un espacio que no solo sea visualmente atractivo, sino que también ofrezca a los huéspedes una auténtica experiencia cultural. Este enfoque promoverá un sentido de identidad y pertenencia, diferenciando significativamente al hostel en un mercado competitivo.

**Tabla 15. Pregunta 14**

¿Por qué medio prefiere recibir información sobre eventos culturales y ofertas de hostales temáticos en Medellín?	Frecuencia	%
Aplicaciones de mensajería instantánea	14	9,7%
Correo electrónico	79	54,9%
Folletos en puntos de interés turístico	33	22,9%
Mensajes de texto	18	12,5%
TOTAL	144	100,0%

**Figura 14. Pregunta 14**



#### **Análisis e interpretación:**

La figura proporcionada muestra las preferencias de los encuestados sobre el medio por el cual prefieren recibir información sobre eventos culturales y ofertas de hostales temáticos en Medellín. La mayoría de los participantes, con un 54,9%, prefieren el correo electrónico como su medio de comunicación favorito. Esto es seguido por folletos en puntos de interés turístico, con un 22,9% de las preferencias. Los mensajes de texto y las aplicaciones de mensajería instantánea reciben un 12,5% y un 9,7% respectivamente, lo que indica una menor preferencia por estos canales.

Este resultado subraya la importancia del correo electrónico como herramienta eficaz para comunicar información relevante a los potenciales huéspedes y participantes en eventos

culturales. La preferencia por el correo electrónico podría deberse a su percepción como un medio más formal y organizado que permite recibir y almacenar información de manera estructurada, facilitando el acceso a ella cuando sea necesario.

La relevancia de los folletos en puntos de interés turístico para un segmento significativo de los encuestados, el contacto físico con material informativo durante la exploración de la ciudad es un complemento valioso a los medios digitales, ofreciendo una oportunidad de descubrimiento espontáneo de eventos y ofertas.

Los mensajes de texto y las aplicaciones de mensajería instantánea, a pesar de ser menos preferidos en este contexto, aún representan canales importantes para alcanzar a una audiencia más joven o tecnológicamente inclinada, que valora la inmediatez y la conveniencia de la comunicación móvil.

En conclusión, estos hallazgos indican que una estrategia de comunicación efectiva para promover eventos culturales y ofertas de hostales temáticos en Medellín debe ser multifacética, priorizando el correo electrónico como canal principal de distribución de información, mientras también se aprovechan otros medios para expandir el alcance y adaptarse a las preferencias de diversos grupos objetivo. La combinación de estrategias digitales y tradicionales maximizará la visibilidad de las ofertas y eventos culturales, contribuyendo al éxito de la promoción de la cultura antioqueña a través de hostales temáticos.



## 7. Estudio Técnico

### 7.1. Tamaño por demanda proyectada

Basándonos en los datos proporcionados por el Sistema de Inteligencia Turística de Medellín, se examinó la ocupación hotelera desde el año 2019 hasta el 2023. Posteriormente, se realizó una proyección del mercado utilizando un enfoque de tendencia lineal, considerando los porcentajes de ocupación hotelera previamente mencionados. La tabla 15 muestra lo que se espera, en donde esta tendencia de crecimiento continúe en el tiempo. Es importante señalar que, en este contexto, el año 1 corresponde a 2019 y el año 10 a 2028.

La proyección de ocupación hotelera se realizó mediante un enfoque de tendencia lineal, y esta se basó en los porcentajes recopilados durante el período de 2019 a 2023. Para establecer este crecimiento proyectado, se calculó la tasa de crecimiento promedio de la ocupación hotelera durante este período de tiempo y esta tasa de crecimiento se logró dividiendo el cambio total en la ocupación hotelera entre los años considerados.

Posteriormente, la tasa de crecimiento se proyectó hacia el futuro con el fin de pronosticar la ocupación hotelera en los años siguientes. Esta metodología de tendencia lineal lo que hace es que toma el crecimiento constante a lo largo del tiempo y espera que este mismo ritmo de crecimiento se mantenga en los años próximos.

Es importante resaltar que esta metodología puede proporcionar una apreciación inicial útil para comprender la dirección general del mercado, pero simplifica la realidad ya que no puede tener en cuenta los factores que influyen en el crecimiento de la ocupación hotelera.

**Tabla 16.** *Tendencia lineal de ocupación hotelera*

Año	Ocupación Hotelera
1	65,1%
2	26,2%
3	50,6%
4	77,0%
5	72.3%
6	75,8%
7	81,8%
8	87,8%

<b>9</b>	<b>93,8%</b>
<b>10</b>	<b>99,8%</b>

## 7.2. Localización

### 7.2.1. Macro localización y Micro localización

#### Macro localización

Para el hostel se elige Medellín, una ciudad que ha tenido una notable transformación en los últimos años, ya que paso de ser asociada con violencia y narcotráfico, para convertirse en una ciudad modelo de innovación y desarrollo urbano, destacándose por su gran transformación donde ha tenido un gran crecimiento turístico, que en los últimos años ha sido muy notable, posicionándose como unos de los destinos preferidos de turistas nacionales y extranjeros.

En temas de accesibilidad según comunicado de prensa publicado por la Alcaldía de Medellín, la ciudad cuenta con 18 aerolíneas que permiten la mejor conectividad en la historia, ofreciendo 13 rutas internacionales a 19 ciudades y 29 destinos nacionales con vuelo directo lo cual es una gran oportunidad para el turismo. (Lopera, 2023)

#### Micro localización

En cuanto a la micro localización del proyecto se ha tomado como sitio de localización el Barrio Prado Centro y las variables seleccionadas se detallan a continuación:

**Accesibilidad:** Este barrio se encuentra cerca del centro de Medellín, y esto facilita que se tenga acceso a lugares de interés turístico, como museos, centros comerciales, restaurantes y otras comodidades.

**Conexión con el Transporte Público:** El barrio Prado Centro se encuentra conectado con el metro, sistema de transporte público más importante de la ciudad, y esto facilita que los visitantes se desplacen por la ciudad de manera fácil y económica.

**Potencial de Desarrollo:** El centro de Medellín y el barrio Prado Centro, están en proceso de revitalización y desarrollo, lo cual puede ser una oportunidad para inversión y crecimiento a largo plazo.

**Ambiente Tranquilo:** El barrio Prado Centro es un sector tranquilo y esto puede atraer a turistas que buscan un entorno más pacífico.

Seguridad: La administración municipal está trabajando por mejorar la seguridad del sector, por lo cual han gestionado cámaras de seguridad y esto ha mejorado significativamente la seguridad del sector.

### 7.3. Ingeniería del proyecto

#### Servicio y su caracterización desde el punto de vista técnico.

En el siguiente aparte se describirá la ficha técnica del hostel, el diagrama de bloques que describe el proceso para la prestación del servicio, el esquema general de la distribución física del Hostel, el presupuesto de inversiones y costos directos para la prestación del servicio.

**Tabla 17.** *Ficha Técnica*

FICHA TÉCNICA HOSTAL TESOROS DE ANTIOQUIA	
<b>Nombre del Servicio</b>	Hospedaje
<b>Descripción del servicio</b>	Somos un Hostel ubicado en el centro de Medellín, en la zona patrimonial del barrio Prado Centro.
<b>Lugar de Implementación</b>	Comuna 10, barrio Prado Centro, uno de los barrios más céntricos de la capital Antioqueña.
<b>Composición del Servicio</b>	Contamos con 5 habitaciones completamente dotadas dos baños, red wifi, y cada habitación contará con TV.
<b>Comercialización</b>	Se comercializarán los servicios a través de las redes sociales y agencias de turismo

#### Descripción del proceso

A continuación, se presenta el esquema del proceso en un diagrama de bloques

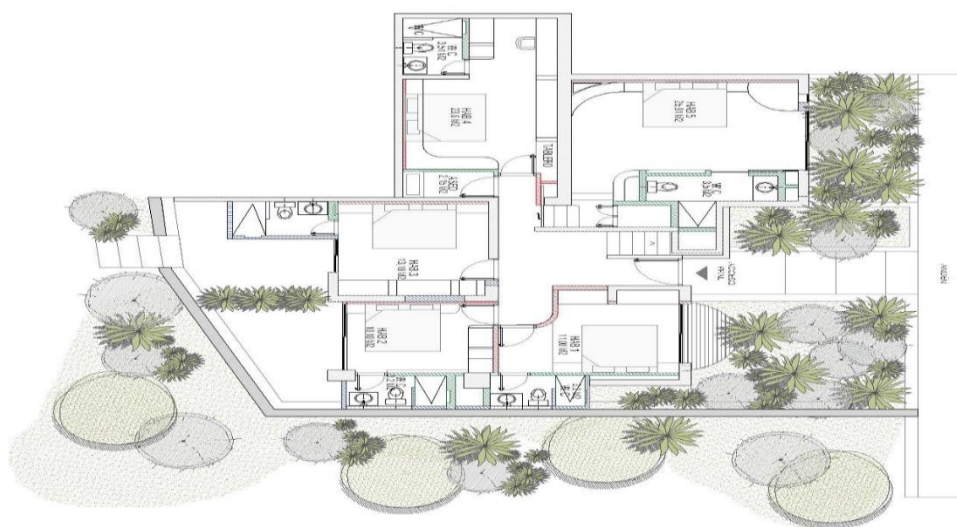
**Figura 15.** *Diagrama de bloques.*



### Esquema general de la distribución física del hostel.

El Hostel contará con 5 habitaciones completamente dotadas. El servicio de reserva se realizará por plataformas virtuales y se encontrará ubicado en una zona céntrica de la ciudad que permite un fácil desplazamiento por la zona patrimonial y acceso a lugares culturales como: museos, teatros y plazas públicas.

**Figura 16.** *Distribución Física hostel*



### 7.4. Presupuesto de inversiones

**Tabla 18.** *Presupuesto de inversión*

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
Tipo Inversión	Unidad de medida	Cantidad	Costo	Total
Edificación	Metro	200		\$ 700.000.000
Adecuaciones	Metro	200		\$ 80.000.000
Camarotes	Unidad	6	\$ 3.394.900	\$ 20.369.400
Colchones de camarotes	Unidad	6	\$ 700.000	\$ 4.200.000
Camas	Unidad	2	\$ 4.000.000	\$ 8.000.000

<b>Colchones de camas</b>	Unidad	2	\$ 1.100.000	\$ 2.200.000
<b>Mesas de noche</b>	Unidad	5	\$ 400.000	\$ 2.000.000
<b>Televisores (40´)</b>	Unidad	6	\$ 2.000.000	\$ 12.000.000
<b>Soportes de Tv</b>	Unidad	6	\$ 500.000	\$ 3.000.000
<b>Registro legal (Cámara de Comercio)</b>		1	\$ 172.000	\$ 172.000
<b>Registro marca</b>		1	\$ 1.357.000	\$ 1.357.000
<b>Nevera</b>	Unidad	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
<b>Computador Portátil</b>		1	\$ 3.800.000	\$ 3.800.000
<b>Silla de oficina</b>		1	\$ 429.000	\$ 429.000
<b>Impresora</b>		1	\$ 900.000	\$ 900.000
<b>TOTAL, INVERSIONES APORTADO POR INVERSIONISTA</b>				<b>\$ 700.000.000</b>
<b>TOTAL, INVERSIONES FINANCIADA</b>				<b>\$ 142.427.400</b>
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 842.427.400</b>

#### 7.4.1. Determinación de los costos directos para la prestación del servicio

**Tabla 19.** *Costos Variables, Mano de Obra y costos Fijos*

	<b>Artículo</b>	<b>Valor Unidad</b>	<b>Cantidad promedio mensual</b>	<b>Valor mes promedio</b>	<b>Valor anual promedio</b>
	Papel higiénico	\$ 1.247	150	\$ 187.050	\$ 2.244.600
	Crema dental	\$ 2.300	150	\$ 345.000	\$ 4.140.000
	Toallas de mano	\$ 416	150	\$ 62.400	\$ 748.800

<b>Costos Variables</b>	Jabón (Caja 500 unidades)	\$ 831	150	\$ 124.650	\$ 1.495.800
	Jabón líquido	\$ 2.039	150	\$ 305.850	\$ 3.670.200
	Shampoo	\$ 831	150	\$ 124.650	\$ 1.495.800
	Gorro Baño	\$ 516	150	\$ 77.400	\$ 928.800
	Ambientador-Repuesto	\$ 3.100	20	\$ 62.000	\$ 744.000
	Detergente-Bulto	\$ 27.728	4	\$ 110.912	\$ 1.330.944
	Clorox 3800cm3	\$ 14.923	4	\$ 59.692	\$ 716.304
	Limpiador-Aromatizante 5lt	\$ 23.442	4	\$ 93.768	\$ 1.125.216
	Jabón líquido (pisos y paredes)	\$ 8.117	4	\$ 32.468	\$ 389.616
	<b>TOTAL, COSTOS VARIABLES</b>				<b>\$ 19.030.080</b>
	Costo por unidad (asumiendo 1800 unidades por ocupación hotelera proyectada)				\$ 10.571

<b>Mano de Obra</b>	<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
	Salarios	2	\$ 2.099.743	\$ 50.393.832

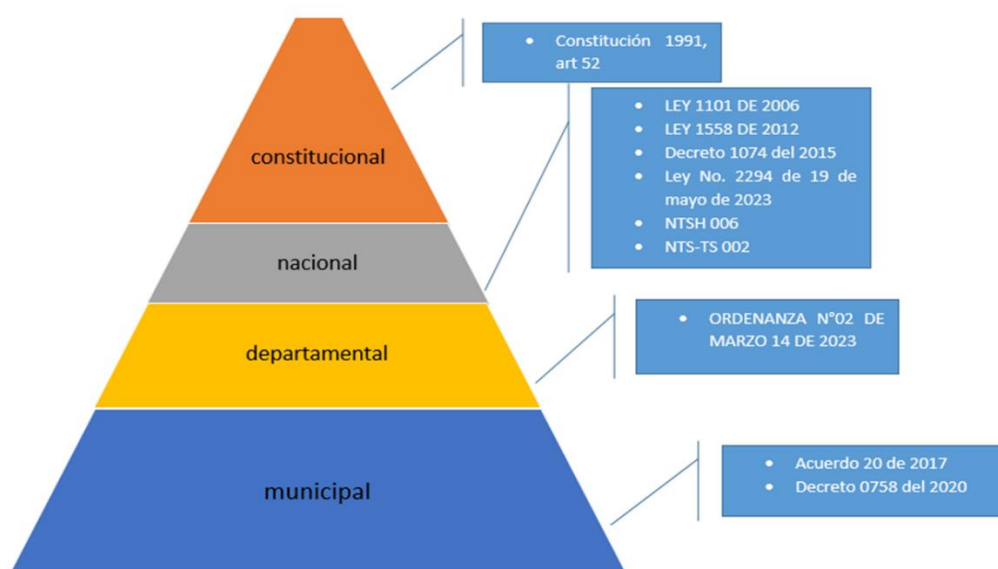
	<b>ITEM</b>	<b>Valor mes Promedio</b>	<b>Valor anual Promedio</b>
<b>Costos Fijos</b>	Publicidad	\$ 900.000	\$ 10.800.000
	Seguro	\$ 50.000	\$ 600.000
	Servicios básicos (agua, luz)	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
	Software de reservas	\$ 1.150.000	\$ 13.800.000
	Software contable	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
	Internet y Televisión por cable	\$ 300.000	\$ 3.600.000
	<b>TOTAL, COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 5.600.000</b>	<b>\$ 67.200.000</b>

## 8. Estudio organizacional

### 8.1. Aspectos legales

Con el propósito de abrir un hostel fundamentado en tradiciones antioqueñas en la ciudad de Medellín, se llevó a cabo la identificación y referenciación de los aspectos legales desde el ámbito constitucional, nacional, departamental y municipal. Se describen a continuación en la pirámide de Kelsen:

**Figura 17.** Pirámide Kelsen del hostel.



*Elaboración propia. Pirámide de Kelsen*

#### **Constitucional:**

##### **Constitución política 1991, Artículo 52**

El ejercicio del deporte, sus manifestaciones recreativas, competitivas y autóctonas tienen como función la formación integral de las personas, preservar y desarrollar una mejor salud en el ser humano. El deporte y la recreación forman parte de la educación y constituyen gasto público social. Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre.

#### **Nacional**

##### **Ley 1101 del 2006:**



Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 – Ley General de turismo y se dictan otras disposiciones

**Ley 1558 de 2012:**

Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.

La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

**Decreto 1074 de 2015**

por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo

**Ley No. 2294 de 19 de mayo de 2023:**

Se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2022- 2026 «Colombia potencia mundial de la vida».

**Ntsh-006**

Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje, categorización por estrellas.

**Nts-Ts 002**

La Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible NTS-TS 002, es una norma obligatoria que trae beneficios para prestadores de alojamiento y hospedaje

**Departamental**

Ordenanza n°02 de marzo 14 de 2023

Por medio de la cual se adopta la política pública de turismo sostenible en Antioquia

**Municipal:****Acuerdo 20 de 2015**

Por el cual se adopta la política pública de turismo para el municipio de Medellín.

**Decreto 0758 del 2020**

Por medio del cual se modifica el decreto municipal N 328 de 2019 que reglamenta la política pública de turismo para el municipio de Medellín – acuerdo municipal 20 de 2015.

**9. Aspectos Administrativos****Razón social**

Hostal Tesoros de Antioquia S.A.S

**Visión**

Para el 2027, Hostal Tesoros de Antioquia S.A.S se consolidará como un referente en la ciudad de Medellín, reconocido por ofrecer una experiencia de hospedaje cultural auténtica. Nuestro compromiso es la excelencia en el servicio, donde nos distinguiremos como un hostel imperdible para quienes buscan vivir y sentir la esencia de nuestra región.

**Misión**

Hostal Tesoros de Antioquia S.A.S quiere preservar y difundir las auténticas tradiciones antioqueñas a través de una experiencia de hospedaje excepcional. Nuestro compromiso es ofrecer a nuestros huéspedes un ambiente acogedor que refleje la calidez y la riqueza cultural de Antioquia, combinado con un servicio de alta calidad que garantice una estadía inolvidable. Buscamos ser el punto de encuentro para viajeros que desean sumergirse en la historia, la gastronomía y las costumbres de nuestra región.

**Análisis DOFA y Estrategias**

Se realizó un análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con sus diferentes estrategias con el fin de tomar mejores decisiones sobre decisiones que puedan afectar el Hostal Tesoros de Antioquia S.A.S.

**Figura 18. Análisis Dofa.**

Factores internos	Fortalezas	Debilidades
Factores externos	<p>Ambiente personalizado por el bajo número de habitaciones que permite que las personas socialicen en los espacios compartidos.</p> <p>Localización estratégica para el mercado objetivo.</p> <p>Precios competitivos.</p> <p>Autenticidad en la decoración y el diseño interior.</p>	<p>Los Costos fijos que tiene el hostel independiente de la ocupación hotelera.</p> <p>Dependencia de la Promoción Digital.</p> <p>Presupuesto Limitado.</p> <p>No se cuenta con proveedores establecidos, ni cartera de clientes.</p> <p>Falta de experiencia en el campo laboral.</p> <p>Falta de conocimiento de la empresa en el entorno.</p>
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<p>Incremento en la llegada de turistas la ciudad.</p> <p>Alta tasa de ocupación hotelera.</p> <p>Amplio apoyo de entidades estatales para pequeñas y medianas empresas.</p> <p>Recuperación y revitalización del centro como centralidad Metropolitana.</p> <p>Interés en la Cultura Antioqueña.</p> <p>Alta oportunidad de Alianzas .</p>	<p><b>Crear Alianzas Estratégicas Locales</b> con restaurantes tradicionales, tiendas de artesanía, agencias de turismo y grupos culturales.</p> <p><b>Realizar Promoción de Estadías Prolongadas</b> Aprovechando la alta tasa de ocupación hotelera y el interés en la cultura antioqueña para atraer a huéspedes que deseen estadías prolongadas.</p> <p><b>Hacer un Feedback y Mejora Continua</b> Escuchando las opiniones de huéspedes y utilizando esa retroalimentación para mejorar constantemente.</p>	<p><b>Diversificación de Ingresos</b> en la época de estacionalidad se puede ofrecer servicios adicionales, como eventos especiales, o clases culturales para atraer público interesado en la cultura antioqueña y que esté dispuesto a visitar el hostel en cualquier momento del año.</p> <p><b>Implementar Programas de Fidelización de Clientes</b> y esto con el fin de atraer y retener a los huéspedes.</p> <p><b>Buscar oportunidades de financiamiento</b></p> <p><b>Desarrollar de Competencias</b> buscando asesoramiento externo con experiencia en hotelería.</p>
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<p>Existencia de productos sustitutos: Hoteles, Airbnb.</p> <p>Percepción de inseguridad en el sector.</p> <p>Posible Nueva Pandemia.</p> <p>Inestabilidad en condiciones económicas.</p> <p>Nuevas Regulaciones Gubernamentales.</p>	<p><b>Diversificación de Oferta de Alojamiento</b> aprovechando la autenticidad y precios competitivos para atraer a un público que busque una experiencia única y cultural.</p> <p><b>Realizar Planificación de Contingencia</b> por una posible nueva pandemia, es importante tener un plan de contingencia sólido en caso de emergencia.</p> <p><b>Marketing de Experiencias Únicas</b> aprovechando la localización estratégica para el mercado objetivo se debe crear paquetes de experiencias únicas que incluyan actividades culturales locales, excursiones a lugares de interés para atraer a huéspedes que buscan una experiencia completa en Antioquia.</p> <p><b>Cooperación con la Comunidad</b> trabajar estrechamente con la comunidad local para crear un ambiente seguro y acogedor. Esto puede incluir participar en actividades comunitarias, promover eventos locales y apoyar a negocios y artesanos locales.</p>	<p><b>Realizar un uso Eficiente del Presupuesto</b> Creando estrategias de marketing de bajo costo pero efectivas.</p> <p><b>Crear estrategias de Promoción Tradicional</b> con el fin de reducir la dependencia de la promoción digital, se buscarán estrategias tradicionales, como publicidad en medios locales, colaboraciones con agencias de viajes locales y participación en ferias turísticas para llegar a una audiencia más amplia.</p>

## 10. Análisis Financiero

A continuación se realizó un análisis financiero para determinar la factibilidad al abrir un hostel fundamentado en las tradiciones antioqueñas en la ciudad de Medellín, tomando en cuenta los resultados obtenidos de primera mano a través de las encuestas se estableció el precio referencial y los gustos en cuenta a comodidades y activos que se deben adquirir para que el huésped se sienta cómodo y disfrute su experiencia de usuario, así mismo se toma en cuenta los factores PESTEL, para poder obtener los porcentajes de inflación riesgo país, facilidades para el ingreso de divisas y extranjeros para que las proyecciones tenga un enfoque relacionado a nuestros objetivos, y se pueda cumplir el anhelo de llevar un poco de Medellín en la en la experiencia de viaje de los ciudadanos del mundo, es por ello que se presentan los resultados obtenidos.

**Tabla 20. Inversión Inicial**

Inversión		AÑO CERO (Momento de la Inversión inicial)		
		Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Infraestructura</b>				
Edificio		1	\$ 700.000.000,00	\$ 700.000.000,00
Adecuaciones		1	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000
<b>SUBTOTAL DE INFRAESTRUCTURA</b>				<b>\$ 780.000.000,00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
		Cantidad	Valor unitario	Valor total
Camarotes		6	\$ 3.394.900	\$ 20.369.400
Colchones de camarotes		6	\$ 700.000	\$ 4.200.000
Camás		2	\$ 4.000.000	\$ 8.000.000
Colchones de camas		2	\$ 1.100.000	\$ 2.200.000
Mesas de noche		5	\$ 400.000	\$ 2.000.000
Televisores (40")		6	\$ 2.000.000	\$ 12.000.000
Nevera		1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
<b>SUBTOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>\$ 56.198.400,00</b>
<b>EQUIPO COMPUTO</b>				
	DE	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadoras escritorio	de	1	\$ 3.800.000,00	\$ 3.800.000,00
Impresoras multifuncionales		1	\$ 900.000,00	\$ 900.000,00
<b>SUBTOTAL EQUIPO DE COMPUTO</b>				<b>\$ 4.700.000,00</b>
<b>TOTAL, INVERSIÓN EN ACTIVOS DEPRECIABLES</b>				<b>\$ 60.898.400,00</b>
<b>GASTOS PUESTA EN MARCHA (GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO)</b>				
		Cantidad	Valor unitario	Valor total
RENOVACIÓN ANUAL TOTAL, GASTOS PUESTA EN MARCHA		1	\$ 1.529.000,00	\$ 1.529.000,00
<b>TOTAL, GASTOS PUESTA EN MARCHA</b>				<b>\$ 1.529.000,00</b>
		Cantidad	Valor unitario	Valor total

---

**TOTAL, INVERSIONES ANUALES EN ACTIVOS \$842.427.400,00**

---

**Análisis e interpretación:**

Para iniciar las actividades comerciales del Hostal, se necesita una inversión inicial de \$842.427.400,00 para la adquisición de activos fijos como muebles y enseres que comprenden los artículos necesarios para el hospedaje y equipo de oficina. En este punto se toman los activos depreciables para poder realizar los cálculos y cuadrar los libros contables. Un comentario importante es saber que la infraestructura es propia, así que los \$700.000.000,00 son el aporte del inversionista.

**Tabla 21. Financiamiento.**

MONTO DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS	<b>\$842.427.400,00</b>
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	<b>\$1.529.000,00</b>

<b>TOTAL, REQUERIMIENTO DE CAPITAL PARA EL PLAN DE NEGOCIO</b>	<b>\$842.427.400,00</b>
<b>MONTO APORTADO POR LOS INVERSIONISTAS</b>	<b>\$700.000.000,00</b>
<b>TOTAL, MONTO DEL CRÉDITO A SOLICITAR</b>	<b>\$142.427.400,00</b>

**Análisis e interpretación:**

El monto que este proyecto necesita con financiamiento a través de un préstamo a terceros es de \$142.427.400,00 pesos colombianos que se van a solicitar a una institución financiera.

**Tabla 22.** *Financiamiento por terceros*

<b>Anual</b>						
<b>Tasa de interés</b>		16,30%				
<b>AÑOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>SALDO</b>	\$ 142.427.400,00	\$ 113.941.920,00	\$ 85.456.440,00	\$ 56.970.960,00	\$ 28.485.480,00	-
<b>INTERESES</b>		\$ 23.215.666,20	\$ 18.572.532,96	\$ 13.929.399,72	\$ 9.286.266,48	\$ 4.643.133,24
<b>ABONO</b>		\$ 28.485.480,00	\$ 28.485.480,00	\$ 28.485.480,00	\$ 28.485.480,00	\$ 28.485.480,00
<b>CUOTA</b>		\$ 51.701.146,20	\$ 47.058.012,96	\$ 42.414.879,72	\$ 37.771.746,48	\$ 33.128.613,24

**Análisis e interpretación:**

Con un monto fijo se empiezan a buscar fuentes de financiamiento, y en este caso se solicitará un préstamo en Banco Bogotá, con un interés anual del 16.30% para 5 años, y se obtiene los valores de cuota por pagar, abono a capital, intereses, y el saldo de la deuda, hasta la culminación de la obligación adquirida.

**Tabla 23. Proyección de la demanda**

<b>DEMANDA HOTELERA MEDELLÍN HISTÓRICA Y PROYECTADA</b>									
<b>AÑO</b>	<b>x</b>	<b>y</b>							
2019	1	890.551							
2020	2	381.182							
2021	3	602.310	<b>Mercado Objetivo, Hostal</b>	<b>OCUPACIÓN PROYECTADA POR PARTICIPACIÓN</b>		<b>Participación por líneas</b>			
2022	4	879.300		Año 1	Años siguientes (2,3,4,5)	Estándar compartido (3 habitaciones)	Doble compartida (1 habitación)	Deluxe (1 habitación)	
2023	5	879.300		<b>1,5%</b>	<b>6%</b>	<b>10%</b>	<b>50%</b>	<b>16%</b>	<b>34%</b>
2024	6	939.560		14.093,4	846		423	135	288
2025	7	1.004.708		15.070,6		1.507	754	241	512
2026	8	1.069.856		16.047,8		1.605	802	257	546
2027	9	1.135.004		17.025,1		1.703	851	272	579
2028	10	1.200.152		18.002,3		1.800	900	288	612

**Análisis e interpretación:**

La demanda se hizo con base a la proyección histórica (cinco años atrás, cinco años proyectados) con el método de regresión lineal, y tomando como factor importante la capacidad instalada del hostel y se tomó el 1.5% como participación, del total del mercado del Turismo en Medellín.

Para la ocupación proyectada del proyecto se determinó que para el año 1 iba a ser del 6% (porcentaje decidido por los inversionistas), sobre el total del primer año proyectado del mercado potencial y para los siguientes años de proyección, o sea los años 2, 3, 4 y 5, se va a hacer con base al crecimiento del mercado de Turismo en Medellín; dichos datos se tomaron del Plan de turismo y es del 10% sobre el margen proyectado del total del mercado potencial; adicional a ello, la participación por líneas se hizo con base a la importancia de participación y

al número de habitaciones que se tienen disponibles por líneas; entonces, se determinó que la habitación estándar compartida aporta el 50% del proyecto, la habitación doble compartida el 16% y la habitación Deluxe el 34% para un 100% en total.

El precio se obtuvo con los ponderados del mercado proyectados para la ciudad de Medellín en el barrio Prado Centro y se proyectó un precio en 175.000 para la línea estándar compartida para 4 personas, y 195.000 para línea habitación doble compartida para 2 personas y 350.000 para habitación Deluxe privada. Por otro lado, todos los precios y costos aumentarán de forma constante en un 5.5% (porcentaje de inflación proyectado para el 2024 en Colombia).



**Tabla 24.** *Proyección Demanda año 1. (Estado óptimo)*

<b>PROYECCIÓN DEMANDA AÑO 1 (ESTADO ÓPTIMO)</b>				
<b>(Se asume que se tendrá una ocupación total cada noche)</b>				
<b>HOSPEDAJE</b>	<b>Habitación Sencilla (4 camas)</b>	<b>Habitación DELUXE (1 Cama doble)</b>	<b>Habitación Doble (2 camas sencillas)</b>	<b>Total</b>
<b>Enero</b>	360	60	60	480
<b>Febrero</b>	336	28	28	392
<b>Marzo</b>	360	60	60	480
<b>Abril</b>	360	50	50	460
<b>Mayo</b>	360	60	60	480
<b>Junio</b>	360	60	60	480
<b>Julio</b>	360	60	60	480
<b>Agosto</b>	360	60	60	480
<b>Septiembre</b>	360	60	60	480
<b>Octubre</b>	360	60	60	480
<b>Noviembre</b>	360	60	60	480
<b>Diciembre</b>	360	60	60	480
<b>TOTAL</b>				<b>5.652</b>

La tabla siguiente muestra, con base a la proyección óptima, la proyección de ocupación aproximada, teniendo en cuenta la ocupación hotelera mes a mes proyectada para la ciudad de Medellín (Datos recopilados del Plan de Turismo de Medellín)

**Tabla 25.** *Proyección Demanda Año 1.*

<b>PROYECCIÓN DEMANDA AÑO 1</b>				
<b>SERVICIO DE HOSPEDAJE POR NOCHE</b>				
<b>HOSPEDAJE</b>	<b>Habitación Sencilla (4 camas)</b>	<b>Habitación DELUXE (1 Cama doble)</b>	<b>Habitación Doble (2 camas sencillas)</b>	<b>Total</b>
<b>Enero</b>	30	9	10	49
<b>Febrero</b>	15	5	5	25
<b>Marzo</b>	30	5	10	45
<b>Abril</b>	40	15	15	70
<b>Mayo</b>	20	15	15	50
<b>Junio</b>	60	30	30	120
<b>Julio</b>	40	30	30	100
<b>Agosto</b>	70	20	30	120
<b>Septiembre</b>	15	5	10	30
<b>Octubre</b>	20	7	10	37
<b>Noviembre</b>	30	10	10	50
<b>Diciembre</b>	90	30	30	150
<b>TOTAL</b>				<b>846</b>

### **10.1. Estados Financieros**

El objetivo de este apartado es presentar los Estados Financieros contruidos a partir de la información que proveen los estudios de mercado, técnico y organización-legal, para, a partir de esta, definir la cuantía requerida por las inversiones del proyecto hostel fundamentado en tradiciones antioqueñas, con el fin de que sea incorporada como un antecedente más en la proyección del flujo de caja que posibilite su posterior evaluación y análisis de viabilidad.

**Tabla 26.** Datos Generales Hostal

DATOS DE ENTRADA HOSTAL												
Fases preoperativas	1 Año											
Fases operativas	5 Años											
		N° de Habitaciones	0	1	2	3	4	5				
Servicio y ventas	Línea 1 (Habitación Estándar compartida)	3		423	754	802	851	900				
	Línea 2 (Habitación Doble compartida)	1		135	241	257	272	288				
	Línea 3 (Habitación Deluxe Privada)	1		288	512	546	579	612				
Precio		Capacidad de personas por Habitación										
	Línea 1 (Habitación Estándar compartida)	Para 4 personas	\$	700.000	\$	738.500	\$	779.118	\$	821.969	\$	867.177
	Línea 2 (Habitación Doble compartida)	Para 2 personas	\$	390.000	\$	411.450	\$	434.080	\$	457.954	\$	483.142
	Línea 3 (Habitación Deluxe Privada)	Para 2 personas	\$	350.000	\$	369.250	\$	389.559	\$	410.984	\$	433.589
Incremento en ventas												
Variación del precio		Inflación constante del 5,5%			5,5%	5,5%	5,5%	5,5%				

**Tabla 27.** *Presupuestos de ventas y de costos y gastos*

<b>PRESUPUESTO DE VENTAS</b>							
		<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ventas en unidades	Línea 1 (Habitación Estándar compartida)		423	754	802	851	900
	Línea 2 (Habitación Doble compartida)		135	241	257	272	288
	Línea 3 (Habitación Deluxe Privada)		288	512	546	579	612
Ventas en pesos	Línea 1 (Habitación Estándar compartida)	\$ 296.100.000	\$ 556.829.000	\$ 624.852.235	\$ 699.495.587	\$ 780.459.530	
	Línea 2 (Habitación Doble compartida)	\$ 52.650.000	\$ 99.159.450	\$ 111.558.496	\$ 124.563.525	\$ 139.144.785	
	Línea 3 (Habitación Deluxe Privada)	\$ 100.800.000	\$ 189.056.000	\$ 212.699.078	\$ 237.960.015	\$ 265.356.240	
<b>TOTAL VENTAS EN PESOS</b>		<b>\$ 449.550.000</b>	<b>\$ 845.044.450</b>	<b>\$ 949.109.808</b>	<b>\$ 1.062.019.127</b>	<b>\$ 1.184.960.555</b>	
<b>PRESUPUESTO COSTOS Y GASTOS</b>							
		<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Mano de Obra		\$ 50.393.832	\$ 53.165.493	\$ 56.089.595	\$ 59.174.523	\$ 62.429.121	
Costos Variables		\$ 8.943.005	\$ 15.930.388	\$ 16.966.339	\$ 17.991.719	\$ 19.027.670	
Costos Fijos		\$ 67.200.000	\$ 70.896.000	\$ 74.795.280	\$ 78.909.020	\$ 83.249.017	
Gastos Administrativos y Ventas		\$ 130.120.998	\$ 137.277.653	\$ 144.827.924	\$ 152.793.460	\$ 161.197.100	
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>		<b>\$ 256.657.835</b>	<b>\$ 277.269.534</b>	<b>\$ 292.679.138</b>	<b>\$ 308.868.722</b>	<b>\$ 325.902.908</b>	

**Análisis e interpretación:**

Los servicios que se prestarán en el hostal tienen una visión muy clara y es el poder brindar esa experiencia al usuario enriquecedora en cultura, es por esto por lo que tiene amplias y cómodas instalaciones, dentro de sus paquetes ofrecen habitaciones para 4 y 2 personas, Además de tener una habitación privada que es de uso individual, con todas las comodidades Deluxe.

Con una capacidad del 100%, se proyecta recibir a 16 personas diarias en las diferentes habitaciones disponibles y se estima un ingreso en el año 1 de \$ 449.550.000 y un ingreso en el año 5 de \$.1.184.960.555.

**Tabla 28.** *Estado de resultados*

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>	<b>1</b>	<b>Margen de utilidad</b>	<b>2</b>	<b>Margen de utilidad</b>	<b>3</b>	<b>Margen de utilidad</b>	<b>4</b>	<b>Margen de utilidad</b>	<b>5</b>	<b>Margen de utilidad</b>
Ventas	\$ 449.550.000	100%	\$ 845.044.450	100%	\$ 949.109.808	100%	\$ 1.062.019.127	100%	\$ 1.184.960.555	100%
Costo ventas	\$ 256.657.835	57%	\$ 277.269.534	33%	\$ 292.679.138	31%	\$ 308.868.722	29%	\$ 325.902.908	28%
<b>EBITDA</b>	\$ 192.892.165	43%	\$ 567.774.916	67%	\$ 656.430.671	69%	\$ 753.150.405	71%	\$ 859.057.647	72%
Depreciación y Amortización	\$ 51.485.480	11%	\$ 51.485.480	6%	\$ 51.485.480	5%	\$ 51.485.480	5%	\$ 51.485.480	4%
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	\$ 141.406.685	31%	\$ 516.289.436	61%	\$ 604.945.191	64%	\$ 701.664.925	66%	\$ 807.572.167	68%
Intereses	\$ 23.215.666	5%	\$ 18.572.533	2%	\$ 13.929.400	1%	\$ 9.286.266	1%	\$ 4.643.133	0%
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ 118.191.019	26%	\$ 497.716.903	59%	\$ 591.015.791	62%	\$ 692.378.659	65%	\$ 802.929.034	68%
IMPUESTO	\$ 41.366.857	9%	\$ 174.200.916	21%	\$ 206.855.527	22%	\$ 242.332.531	23%	\$ 281.025.162	24%
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ 76.824.162	17%	\$ 323.515.987	38%	\$ 384.160.264	40%	\$ 450.046.128	42%	\$ 521.903.872	44%

**Análisis e interpretación:**

El estado de resultados muestra que en los primeros 5 años de operación tiene una utilidad neta positiva y va aumentando del año 1 al año 5. Lo cual se muestra como positivo en la evaluación financiera del proyecto.

**Tabla 29. Balance General**

<b>BALANCE GENERAL</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja	\$ 18.980.526	\$ 20.998.782	\$ 22.177.682	\$ 23.411.289	\$ 24.705.871	\$ 0
Exceso caja (superávit/déficit acumulado)	\$ 0	\$ 97.805.906	\$ 443.142.993	\$ 849.069.650	\$ 1.320.821.196	\$ 1.890.430.939
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 18.980.526</b>	<b>\$ 118.804.688</b>	<b>\$ 465.320.675</b>	<b>\$ 872.480.939</b>	<b>\$ 1.345.527.067</b>	<b>\$ 1.890.430.939</b>
<b>ACTIVOS FIJOS Y PREOPERATIVOS BRUTOS</b>						
Activo fijo y preoperativo bruto	\$ 842.427.400	\$ 842.427.400	\$ 842.427.400	\$ 842.427.400	\$ 842.427.400	\$ 0
Depreciación y amortización acumuladas	\$ 0	\$ 51.485.480	\$ 102.970.960	\$ 154.456.440	\$ 205.941.920	\$ 0
Activo fijo y preope neto	\$ 842.427.400	\$ 790.941.920	\$ 739.456.440	\$ 687.970.960	\$ 636.485.480	\$ 0
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 861.407.926</b>	<b>\$ 909.746.608</b>	<b>\$ 1.204.777.115</b>	<b>\$ 1.560.451.899</b>	<b>\$ 1.982.012.547</b>	<b>\$ 1.890.430.939</b>
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>						
Pasivo Corriente	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pasivo largo Plazo	\$ 142.427.400	\$ 113.941.920	\$ 85.456.440	\$ 56.970.960	\$ 28.485.480	\$ 0
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 142.427.400</b>	<b>\$ 113.941.920</b>	<b>\$ 85.456.440</b>	<b>\$ 56.970.960</b>	<b>\$ 28.485.480</b>	<b>\$ 0</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Aportes	\$ 718.980.526	\$ 718.980.526	\$ 718.980.526	\$ 718.980.526	\$ 718.980.526	\$ 718.980.526
Utilidad del periodo	\$ 0	\$ 76.824.162	\$ 323.515.987	\$ 384.160.264	\$ 450.046.128	\$ 461.903.872
Utilidad acumulada		\$ 0	\$ 76.824.162	\$ 400.340.150	\$ 784.500.414	\$ 709.546.542
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 718.980.526</b>	<b>\$ 795.804.688</b>	<b>\$ 1.119.320.675</b>	<b>\$ 1.503.480.939</b>	<b>\$ 1.953.527.067</b>	<b>\$ 1.890.430.939</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 861.407.926</b>	<b>\$ 909.746.608</b>	<b>\$ 1.204.777.115</b>	<b>\$ 1.560.451.899</b>	<b>\$ 1.982.012.547</b>	<b>\$ 1.890.430.939</b>
<b>ENDEUDAMIENTO</b>	<b>17%</b>	<b>13%</b>	<b>7%</b>	<b>4%</b>	<b>1%</b>	<b>0%</b>



**Análisis e interpretación:**

En el balance general proyectado muestra el equilibrio entre activos, pasivos y patrimonio durante el periodo evaluado. Para el año 1 los valores ascienden en \$861.407.926 reflejando una gestión financiera sólida. Este equilibrio se ve reflejado por un nivel de endeudamiento del 13%, lo que indica una sensata utilización de recursos externos para financiar las operaciones, Para el año 5, se observa un crecimiento en los valores del balance general alcanzando los \$ 1.890.430.939, este aumento se acompaña de una disminución considerada del endeudamiento, que alcanza un nivel del 0%. Este descenso en el endeudamiento indica una mejora en la posición financiera del hostel y una mayor capacidad para financiar sus operaciones con recursos propios.

**FLUJO DE CAJA**

Después de realizar y analizar los presupuestos de ventas y de costos y gastos, se encontró el siguiente flujo de caja para el hostel.

**Tabla 30.** *Flujo de Caja*

<b>FLUJOS DE CAJA</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 0	\$ 141.406.685	\$ 516.289.436	\$ 604.945.191	\$ 701.664.925	\$ 807.572.167
TASA DE IMPUESTOS	\$ 0	\$ 49.492.340	\$ 180.701.303	\$ 211.730.817	\$ 245.582.724	\$ 282.650.259
<b>UTILIDAD OPERATIVA DESPUES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 91.914.345</b>	<b>\$ 335.588.134</b>	<b>\$ 393.214.374</b>	<b>\$ 456.082.201</b>	<b>\$ 524.921.909</b>
Depreciación y amortización	\$ 0	\$ 51.485.480	\$ 51.485.480	\$ 51.485.480	\$ 51.485.480	\$ 51.485.480
<b>FLUJO DE CAJA BRUTO</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 143.399.825</b>	<b>\$ 387.073.614</b>	<b>\$ 444.699.854</b>	<b>\$ 507.567.681</b>	<b>\$ 576.407.389</b>
Inversiones	\$ 842.427.400	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variaciones Kw	\$ 18.980.526	\$ 2.018.257	\$ 1.178.900	\$ 1.233.607	\$ 1.294.582	\$ 0
Recuperación Kw						\$ 24.705.871
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	<b>-\$ 861.407.926</b>	<b>\$ 141.381.569</b>	<b>\$ 385.894.714</b>	<b>\$ 443.466.247</b>	<b>\$ 506.273.100</b>	<b>\$ 601.113.260</b>
<b>COSTO DE CAPITAL PROMEDIO PONDERADO</b>						
Tasa de Impuesto						35%
% Deuda						16,91%
% Aportes						83,09%
Beta desapalancada						1,05
Tasa Libre Riesgo						4,50%
Standard & Poor's 500						10,65%
Beta apalancada						1,187655
Prima por tamaño						2%
Riesgo país						3,58%
<b>WACC</b>						<b>16,24%</b>
<b>TIR</b>						<b>31%</b>

**Análisis e interpretación:**

La TIR, con un valor del 31%, supera significativamente al WACC del 16.24%, lo que sugiere que la implementación del proyecto es favorable desde una perspectiva financiera. Además, el Valor Presente Neto (VPN) calculado es de \$388.868.792, lo que confirma la viabilidad del proyecto según este indicador.

## **11. Conclusiones**

Abrir un hostel fundamentado en tradiciones antioqueñas en la ciudad de Medellín es una propuesta factible desde diferentes estudios elaborados dado que las tendencias del mercado están mostrando la necesidad de crear motores económicos que promuevan la cultura de una región.

Hacer este tipo de proyectos genera una ventaja competitiva ya que el hecho de entrar al mercado como un hostel fundamentado en tradiciones, contribuirá en promover y preservar la cultura de la región, porque se atraen turistas que buscan experiencias culturales ya que los hostales actuales no están atendiendo este tipo de necesidad, además es la oportunidad para enriquecer la oferta turística de la ciudad y crear un impacto económico positivo en la comunidad local. Y se debe aprovechar que Medellín es el destino turístico donde cada vez llegan más visitantes nacionales y extranjeros por lo cual es la oportunidad de mostrar el hostel no solo como un lugar de alojamiento, sino también un lugar de experiencia cultural que dejará una imagen duradera en los turistas.

Para la viabilidad financiera del proyecto se muestra como Tasa Interna de Retorno (TIR) del 31%, superó el Costo Promedio Ponderado del Capital (WACC) del 16.24%, lo que demuestra una solidez del proyecto y la capacidad en generar retornos.

## Bibliografía

- Alcaldía de Medellín. (2022). *Análisis de Situación de Salud con el Modelo de los Determinantes Sociales de Salud*. Dirección Técnica de Planeación. [https://www.medellin.gov.co/es/wp-content/uploads/2023/06/ASIS\\_Medellin\\_2022\\_-V2.pdf](https://www.medellin.gov.co/es/wp-content/uploads/2023/06/ASIS_Medellin_2022_-V2.pdf)
- Araújo, G., & Seviha, M. d. (2017). Los viajeros y sus motivaciones. Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y perspectivas en turismo*, 26, 62-85. <https://doi.org/http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v26n1/v26n1a04.pdf>
- Booking Holdings Inc. (25 de abril de 2019). *Según el 76% de los viajeros españoles es necesario tomar decisiones sostenibles para preservar el planeta para las futuras generaciones*. Booking.com: <https://news.booking.com/es/bookingcom-publica-los-resultados-clave-de-su-informe-de-2019-sobre-turismo-sostenible-segun-el-76-de-los-viajeros-espanoles-es-necesario-tomar-decisiones--sostenibles-para-preservar-el-planeta-para-las-futuras-generaciones/>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2023). *Encuesta de visitantes internacionales (EVI)*. DANE. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/encuesta-de-visitantes-internacionales-evi>
- Font, X., Garay, L., & Jone, S. (2016). Sustainability motivation and practices in small tourism enterprises in European protected areas. *Journal of Cleaner Productions*, 137, 1439-1448. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.01.071>
- Garcia, Y. M., & Garcia, E. K. (2021). Emprendimientos turísticos sustentables: Una revisión de la literatura . *Ciencia Latina Revista Multidisciplinaria*, 5(6).

<https://doi.org/https://pdfs.semanticscholar.org/4c52/d634e6f654be260dad9076298a35579bf4ee.pdf>

Gómez, J. (09 de marzo de 2023). Experiencia del huésped, la clave para la recuperación de la industria hotelera. *America Retail*. <https://www.america-retail.com/experiencia-del-cliente/experiencia-del-huesped-la-clave-para-la-recuperacion-de-la-industria-hotelera/>

Guerrero, A. (2012). *Los alojamientos temáticos: Innovación 100%*. Emprendices. <https://www.emprendices.co/los-alojamientos-tematicos-innovacion-100/>

Lopera, D. (2023). *Medellín es uno de los 50 mejores lugares del mundo para visitar en el 2023, según la Revista Time*. Medellín: Alcaldía de Medellín. <https://www.medellin.gov.co/es/sala-de-prensa/noticias/medellin-es-uno-de-los-50-mejores-lugares-del-mundo-para-visitar-en-el-2023-segun-la-revista-time/>

Lopera, D. (2023). *18 aerolíneas permiten la mejor conectividad aérea en la historia de Medellín*. Medellín: Alcaldía de Medellín. <https://www.medellin.gov.co/es/sala-de-prensa/noticias/18-aerolineas-permiten-la-mejor-conectividad-aerea-en-la-historia-de-medellin/>

Maldonado, J. (2019). *La danza folclórica en Antioquia*. ISSUU. <https://issuu.com/plandanza/docs/danza-folclorica>

Oehmichen, C. (2019). La valoración de las culturas indígenas en el mercado turístico: ¿apropiación, despojo o resignificación? *Anales de antropología*, 53(1), 149-158. <https://doi.org/https://www.scielo.org.mx/pdf/aa/v54n1/2448-6221-aa-54-01-149.pdf>

- Ortiz, A., & Pont, M. (2018). *El turismo, entre la riqueza y las críticas vecinales*.  
<https://www.barcelona.cat/metropolis/es/contenidos/el-turismo-entre-la-riqueza-y-las-criticas-vecinales>.
- Pineda, V. G. (1978). *La familia antioqueña y sus transformaciones*. Bogota: Universidad de Antioquia. <https://idoc.pub/documents/gutierrez-de-pineda-virginia-familia-y-cultura-en-colombia-zpnxzxykm14v>
- Sinarta, Y., & Buhalis, D. (2018). Technology Empowered Real-time Service. *In Information and Communication Technologies in Tourism 2018*, 283-295.  
<https://doi.org/https://eprints.bournemouth.ac.uk/33176/1/ENTER%202018%20Real%20Time%20Buhalis%20Sinarta%20FINAL.pdf>
- Smith, S. (2015). A sense of place: place, culture and tourism. *Tourism Recreation Research*, 40(2), 220-233.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1049814>

**Anexos****ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PERSONAS DE LA CIUDAD DE MEDELLIN**

Objetivo: Conocer la aceptación de los encuestados acerca de la factibilidad de abrir un hostel fundamentado en las tradiciones antioqueñas en la ciudad de Medellín

Introducción: Marque con una X la respuesta que usted considere según su criterio.

**1. Si se ofrece un hostel en Medellín que integre las tradiciones antioqueñas en su experiencia, ¿se hospedaría en él?**

Definitivamente sí

Definitivamente no

**2. ¿Cree que integrar las tradiciones antioqueñas en un hostel enriquece la experiencia de hospedaje?**

Sí, agrega valor cultural

No, prefiero un hospedaje más estándar

**3. ¿Porque cree que integrar las tradiciones antioqueñas en un hostel enriquece la experiencia de hospedaje?**

**4. ¿Ha experimentado previamente alojamiento en establecimientos que promueven la cultura local?**

Sí, varias veces

No me interesa

**5. ¿Qué actividades culturales valora más?**

**6. ¿Conoce algún hostel en Medellín que ofrezca una inmersión cultural en sus servicios?**



Sí, puedo nombrar algunos

No, pero me gustaría conocerlos

No me interesan

**7. ¿Cuántas noches consideraría necesarias para disfrutar de una experiencia cultural completa en un hostel?**

1 a 2 noches

3 a 5 noches

Más de 5 noches

**8. ¿Con qué frecuencia visitaría un hostel que ofrezca una auténtica experiencia cultural antioqueña?**

Varias veces al año

Una vez al año

Cada vez que visite Medellín

Raramente o nunca

**9. ¿Qué tipo de actividades culturales le gustaría que ofreciera un hostel temático antioqueño?**

Talleres de artesanía

Degustación de comida local

Clases de bailes típicos

Todas las anteriores

Ninguna en particular

**10. ¿Qué aspecto de la cultura antioqueña le gustaría que se destacara en un hostel temático?**

Arte y decoración

Música y entretenimiento

Gastronomía

Historia y tradición

**11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche en un hostel que incluya actividades culturales autóctonas?**

Menos de 175.000 COP

175.000 COP a 350.000 COP

350.000 COP a 525.000 COP

Más de 525.000 COP

**12. ¿Qué factores son los más importantes para usted al elegir un hostel temático en Medellín?**

Ubicación

Precio

Actividades culturales ofrecidas

Opiniones de otros huéspedes

**13. ¿Cómo prefiere recibir información sobre hostales temáticos y sus ofertas culturales?**

Redes sociales

Sitio web del hostel

Agencias de viajes

Recomendaciones de amigos y familiares

**14. ¿Qué tipo de promociones o incentivos le motivarían a reservar en un hostel que promueve las tradiciones antioqueñas?**

Descuentos por reserva anticipada

Paquetes culturales incluidos

Ofertas de temporada

Programas de fidelización

**15. ¿Qué materiales y diseños preferiría en la decoración de un hostel que refleje las tradiciones antioqueñas?**

Artesanías locales

Obras de artistas antioqueños

Muebles de diseño tradicional

Todos los anteriores

**16. ¿Por qué medio prefiere recibir información sobre eventos culturales y ofertas de hostales temáticos en Medellín?**

Correo electrónico

Mensajes de texto

Aplicaciones de mensajería instantánea

Folletos en puntos de interés turístico

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN