

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 1 de 1	



	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		
		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSIÓN: 1 PÁG.: 2 de 1	

INFORME DE PRÁCTICAS

JEAN CARLOS MAHECHA CONTRERAS

UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR, SECCIONAL AGUACHICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ECONOMÍA
AGUACHICA, CESAR
2025

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSIÓN: 1 PÁG.: 3 de 1	

INFORME DE PRÁCTICAS

INFORME DE PRÁCTICAS CURRICULARES REALIZADAS EN EL HOTEL D' LEÓN INN, COMO REQUISITO DE GRADO

AUTOR

JEAN CARLOS MAHECHA CONTRERAS

ASESOR

DANIEL FERNANDO AMAYA BADILLO

**UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR, SECCIONAL AGUACHICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ECONOMÍA
AGUACHICA, CESAR
2025**

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 4 de 1	

DEDICATORIA

Dedico este informe a Dios que ha sido fuente de mi fortaleza y guía en cada paso en este camino, por darme sabiduría y fuerza para superar cada desafío. A mi familia, que ha sido pilar fundamental en cada paso que doy. A mi madre por su amor, tiempo y paciencia, por creer en mí y acompañarme en cada etapa de este recorrido con tu fortaleza y sabiduría y, por último, a mis docentes por haber sembrado en mis las herramientas necesarias para enfrentar los desafíos en el ámbito laboral.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		
	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11		
	PRACTICAS CURRICULARES		VERSIÓN: 1
	INFORME		PÁG.: 5 de 1

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, deseo expresar mi más sincero agradecimiento al Hotel D' León por brindarme la invaluable oportunidad de realizar mis prácticas profesionales en el área administrativa. Esta experiencia ha sido fundamental para mi desarrollo académico y profesional, permitiéndome aplicar los conocimientos adquiridos y adquirir nuevas habilidades en un entorno real.

Agradezco especialmente al docente DANIEL FERNANDO AMAYA BADILLO por su acompañamiento en la realización de estas prácticas. Así mismo agradezco a la UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR por su apoyo y por la formación que me ha permitido afrontar este desafío con las herramientas necesarias.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 6 de 1	

CONTENIDO

CAPITULO 1	10
1. ASPECTOS BÁSICOS DE LA EMPRESA.....	10
1.1 ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLA LA EMPRESA.....	11
1.2 MISIÓN.....	12
1.3 VISIÓN	12
1.4 POLÍTICAS.....	12
1.5 VALORES	13
1.6 ORGANIGRAMA	15
1.7 AREA ESPECÍFICA DE LA PRÁCTICA.....	16
CAPITULO 2	16
2. ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL	16
2.1 DIAGNOSTICO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO PARA LA OPTIMIZACION DE LA EMPRESA HOTEL D' LEON INN.	16
2.2 DIAGNOSTICO.....	16
2.3 JUSTIFICACION.....	18
2.4 OBJETIVOS	20
2.5 PLAN DE ACTIVIDADES	21
BIBLIOGRAFÍA	¡Error! Marcador no definido.
ANEXOS	33

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		
		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		VERSIÓN: 1 PÁG.: 7 de 1

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama empresa Hotel D´ León Inn	15
Figura 2. Matriz FODA de la empresa Hotel D´ León Inn	17
Figura 3. Cronograma de actividades de la empresa Hotel D´ Leon Inn	21

LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 1. Aspectos básicos de la empresa Hotel D´ León Inn</i>	10
<i>Tabla 2. Actividad económica de la empresa Hotel D´ León Inn;</i>	Error!
Marcador no definido.	

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 8 de 1	

Introducción

Durante la realización de las prácticas profesionales en el Hotel D' León Inn, en Aguachica, Cesar, se vivió una experiencia formativa que trasciende el cumplimiento de un requisito académico y se convierte en un verdadero proceso de apropiación de conocimientos aplicados. En este escenario empresarial, el practicante tuvo la posibilidad de desplegar competencias adquiridas en el programa de Economía, comprendiendo de manera concreta cómo las decisiones administrativas y financieras impactan el desarrollo de una organización real. A lo largo del proceso, se abordaron aspectos clave como la gestión de cartera, el análisis de ventas, el estudio del mercado corporativo y la optimización de los recursos, todo ello con base en principios teóricos y herramientas analíticas aprendidas en la formación universitaria.

El entorno dinámico del hotel permitió observar de primera mano cómo se articulan las áreas administrativas con las necesidades del mercado. Se evidenció que la eficiencia de una empresa hotelera no solo depende de su infraestructura o de su reputación, sino también de la calidad de su información, la disciplina en sus procesos y la capacidad de adaptación a los cambios del entorno (Kotler & Keller, 2016). Por ejemplo, la implementación del software SOHO para la gestión de cartera se mostró como un factor determinante para la toma de decisiones acertadas, y su uso riguroso contribuyó a reducir la morosidad y optimizar el flujo de caja, demostrando cómo la tecnología puede apoyar la eficiencia financiera (Gitman & Zutter, 2015).

Asimismo, el contacto directo con clientes, proveedores y otros actores del sector permitió una comprensión más humana de la economía empresarial, que va más

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		
		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSIÓN: 1 PÁG.: 9 de 1	

allá de los modelos abstractos para situarse en la realidad del día a día, donde los datos, las decisiones y las relaciones marcan el rumbo. La práctica, por tanto, no fue solo técnica, sino también vivencial. Se trató de observar, proponer, corregir y acompañar procesos que afectan el desempeño organizacional. En este contexto, el estudiante no solo participó activamente en las tareas asignadas, sino que también fue testigo y actor de las transformaciones que una mirada económica crítica y propositiva puede generar en una empresa real. Este informe da cuenta de esa vivencia integral, de los aprendizajes alcanzados y de las oportunidades identificadas para contribuir al crecimiento sostenible del Hotel D' León Inn.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 10 de 1	

CAPITULO 1

1. ASPECTOS BÁSICOS DE LA EMPRESA

Tabla 1. Aspectos básicos de la empresa Hotel D' León Inn.

ASPECTOS BASICOS DE LA EMPRESA	
Dirección	Carrera 30 # 5-19 Carrera 30 # 5-36
Teléfono	3106427985 3104131915
Correo Electrónico	deleonaguachica@gmail.com
Propietario	Jhon Mario León Rueda
NIT	91477451-7

Fuente: Información suministrada por propietario de la empresa Hotel D' León Inn.

El HOTEL DENIG fue adquirido por el empresario Jhon Mario León Rueda el 05 de mayo de 2004, y cambia su nombre comercial a HOTEL DE LEÓN IN, ubicado en el municipio de Aguachica, cesar en la Carrera 30 N° 5 19 barrio la unión; convirtiéndose en una marca reconocida, con ánimo de lucro, de actividad múltiple, esta empresa nace como una opción de descanso y exclusiva gastronomía para los viajeros y las personas que visitaban el municipio de Aguachica, cesar. Gracias a su crecimiento significativo, el 27 de febrero de 2013 logró expandirse y construir una sede nueva en la Carrera 30 N° 5 36 barrios la unión de este mismo municipio. Hotel D' León Inn, es una de las empresas hoteleras más reconocidas a nivel nacional, cuenta con 68 habitaciones cómodas incluyendo 3 suites de lujo que

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		
		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		VERSIÓN: 1 PÁG.: 11 de 1

incluye jacuzzi, balcón, ascensor y mirador. Y con un personal altamente calificado y ofrece los mejores servicios a sus huéspedes como: lavandería, servicio a la habitación, café de cortesía para nuestros huéspedes, restaurante, piscina para niños y para adultos, parqueadero cubierto, servicio de impresiones, internet (zonas comunes), Tv (en todas las habitaciones) para que disfruten al máximo de su estadía.

El empresario Jhon Mario León Rueda es un destacado profesional en contaduría pública en la corporación Universitaria Iberoamericana, y con una amplia trayectoria en gerencia hotelera. Cuenta con una especialización en gerencia en seguridad y salud en el trabajo (SG-SST), en la Universidad Uniminuto, Con más de 20 años de experiencia gerencial en el sector hotelero.

1.1 ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLA LA EMPRESA

El Hotel D` León es una empresa constituida como persona natural Jhon Mario León Rueda, con NIT 91477451-7 dentro de su clasificación como PYMES cuenta con un personal de 14 en nómina. Su capital está constituido como responsabilidad ilimitada, su actividad económica principal es código CIU 5511 en alojamiento en hoteles. Como empresa privada busca satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, a través de la variedad de servicios que ofrece, como también se equipa en capacitaciones al personal para enfrentar los desafíos del entorno laboral, a su vez el Hotel D` León se destaca como uno de mejores hoteles a nivel regional por EMPRETUR y el Fondo Nacional de Turismo (FONTUR). Además, es una empresa amigable con el medio ambiente, la cual implementa estrategias que generan impacto ambiental en el reciclaje de residuos sólidos y energía renovable, y la implementación de paneles solares en nuestra sede.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		
		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSIÓN: 1 PÁG.: 12 de 1	

1.2 MISIÓN

En el Hotel D' León estamos comprometidos a prestar servicios Hoteleros aplicando conceptos de calidad en el servicio, eficiencia en la gestión, calidez en la atención a través de nuestro gran talento humano, garantizando comodidad, confianza y seguridad a nuestros clientes para satisfacer así sus necesidades y expectativas.

1.3 VISIÓN

Para el 2028, el Hotel D' León será una de las empresas más reconocidas de la industria hotelera a nivel nacional, logrando ser preferida por sus clientes, gracias a su alto nivel de calidad en la presentación de servicio.

1.4 POLÍTICAS

El Hotel D' León tiene establecida las siguientes políticas como parte de su compromiso en el desarrollo sostenible de sus actividades, por lo tanto, hace partícipe a todos sus empleados, proveedores, contratistas, clientes y demás personas que intervienen en el desarrollo de sus actividades a dar cumplimiento a las mismas.

1. Prevenir la explotación laboral infantil según la ley de infancia y adolescencia 1098 del 2006 y la explotación sexual y pornografía con menores de edad y/o adolescentes, según artículo 44 de la constitución colombiana, ley 679 de 2001 y/o ley 1336 de 2009, al igual que el turismo sexual con menores.
2. Prevenir la explotación laboral infantil por tal motivo solo se contratan personas que sean mayores de edad según la legislación colombiana.
3. Prevenir la comercialización y tráfico ilegal de piezas y/o bienes pertenecientes al patrimonio cultural de la región y de la nación según ley

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 13 de 1	

103 de 1991 y su decreto 904 de 1941, la ley 397 de 1997 y su decreto 833 del 2002 y ley 1185 del 2008.

4. Prevenir la comercialización de especies de flora y fauna amenazadas o en peligro de extinción en Colombia e ilícito aprovechamiento de recursos naturales renovables, según la ley 17 de 1991, la resolución ministerial N° 1367 de 2000 y ley 1453 del 2011 artículo 29.
5. Garantizar la protección de los derechos de una persona o grupo de personas, comunidad o pueblo, que son vulnerados en actos de racismo o discriminación ley 1482 del 2011 y la ley 1752 del 2015 castigos penales para aquellos que realicen actos de discriminación en contra de personas con discapacidad.
6. Conservar y proteger el medio ambiente, a través de la ejecución de los programas ambientales establecidos.
7. Implementar un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo que garantice las condiciones óptimas de los empleados, contratistas, clientes y demás personas que intervengan en el desarrollo de sus operaciones.

1.5 VALORES

1. Pasión por el Cliente: Estamos siempre dispuestos para crear una experiencia que haga sentir al Cliente y al Equipo de trabajo valorado y único, disfrutando del día a día y desempeñando nuestro rol con orgullo y actitud positiva.
2. Empatía: nos ponemos en el lugar del otro, Cliente o Huésped, tratándole con respeto y amabilidad, con capacidad para captar y analizar la situación en la que se encuentra, haciendo que sienta nuestro interés por la persona y su realidad. Así promovemos el compromiso y la colaboración en el Equipo, pues todos necesitamos sentirnos escuchados y apoyados.

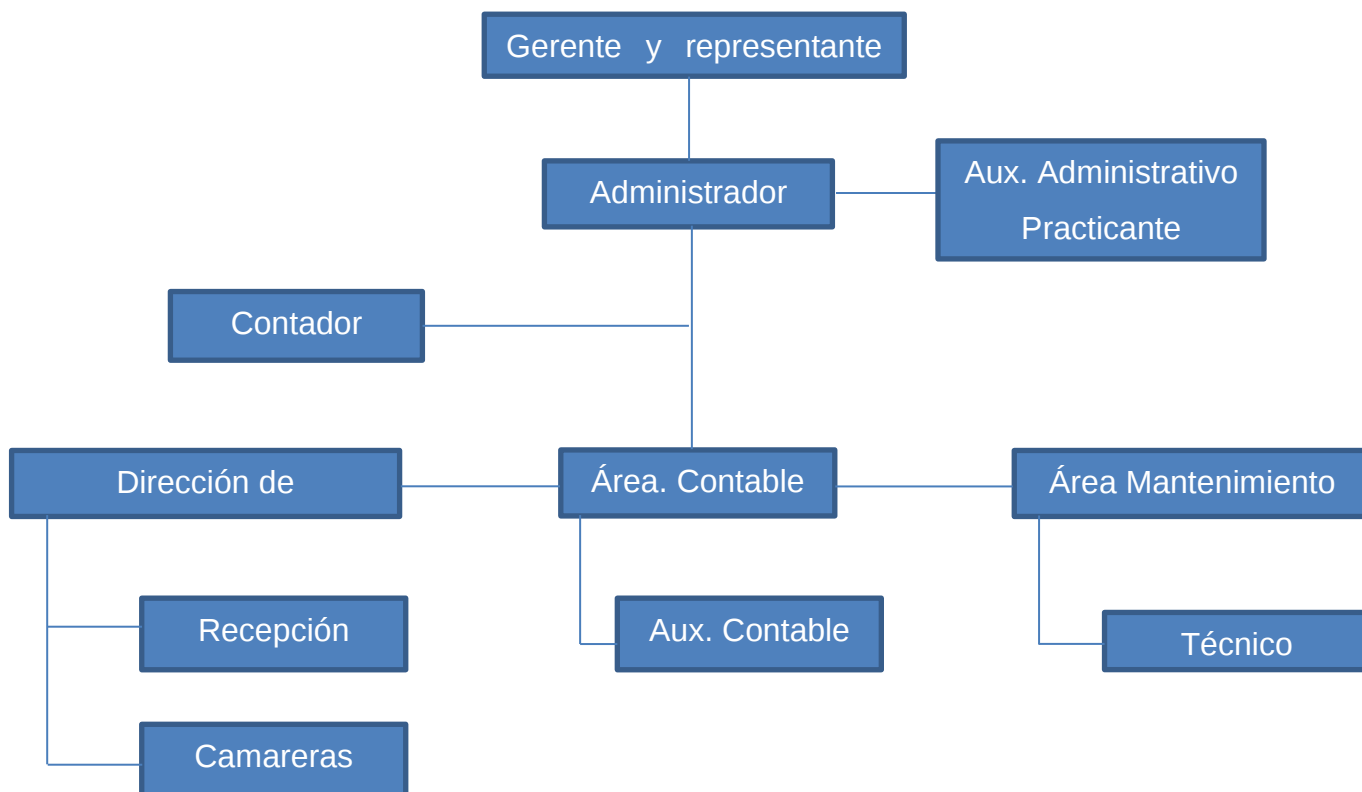
	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		
	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11		
	PRACTICAS CURRICULARES		VERSIÓN: 1
	INFORME		PÁG.: 14 de 1

3. Originalidad: Es muy difícil ser original en el mundo hotelero, pero nosotros somos originales en la manera en que tratamos y nos dirigimos a nuestros clientes.
4. Excelencia y trabajo en equipo: Creemos que el trabajo en equipo y unos excelentes profesionales son fundamentales para llevar a cabo nuestros objetivos, por eso nos rodeamos de las mejores personas que comparten nuestra misión, visión y valores.
5. Integridad: La honestidad, la ética y el respeto hacia todos los elementos que nos rodean es la exigencia que marca nuestro día a día. Sin estos valores nada funciona.
6. Honestidad: es representativa en nuestra organización, Garantizado confianza, seguridad e integridad en las relaciones interpersonales. Ofreciendo conductas de ética, distinguiendo claramente entre lo que es correcto y lo incorrecto.
7. Respeto: Tratamos a nuestros clientes y al mundo que nos rodea con respeto. Somos responsables. Todos trabajamos para conseguir el éxito.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES		VERSIÓN: 1	
	INFORME		PÁG.: 15 de 1	

1.6 ORGANIGRAMA

Figura 1. Organigrama empresa Hotel D' León Inn



Fuente: Elaboración propia de acuerdo al análisis de la estructura organizacional de la empresa Hotel D' León Inn.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		
	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11		
	PRACTICAS CURRICULARES		VERSIÓN: 1
	INFORME		PÁG.: 16 de 1

1.7 AREA ESPECÍFICA DE LA PRÁCTICA

El estudiante Jean Carlos Mahecha Contreras se encuentra actualmente realizando sus prácticas profesionales en las instalaciones del Hotel D` León de Aguachica-Cesar, específicamente en el área Administrativa y financiera. Durante este período, Jean Carlos Mahecha desempeña el cargo de Auxiliar administrativo, donde tiene la responsabilidad de apoyar en las funciones asignadas como:

1. Gestionar el recaudo de cartera
2. Actualizar el informe de cartera
3. Actualizar base de datos de terceros en el software SOHO
4. Presentar un informe estadístico de ventas durante los últimos 5 años que han impactado la economía del hotel
5. Realizar un estudio de mercadeo a las empresas más destacadas en su frecuencia de hospedaje
6. Llevar un control de registro en documentación de personas y empresas extranjeras que se benefician con la exoneración del impuesto a las ventas

CAPITULO 2

2. ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL

2.1DIAGNOSTICO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO PARA LA OPTIMIZACION DE LA EMPRESA HOTEL D´ LEON INN.

2.2DIAGNOSTICO

Para realizar un diagnóstico del área donde desarrolla tu práctica empresarial, enfocada en la empresa Hotel D´ León, usaremos el análisis FODA (Fortalezas,

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 17 de 1	

Oportunidades, Debilidades y Amenazas). Este método permite evaluar tanto factores internos como externos que influyen en el funcionamiento del área.

Figura 2. Matriz FODA de la empresa Hotel D' León Inn.

Fortalezas	Oportunidades
Reconocimiento regional y nacional como hotel destacado.	Implementación de energías renovables y programas ambientales.
Servicios diferenciados: suites de lujo, piscina, restaurante, parqueadero, entre otros.	Creciente desarrollo del turismo corporativo y de paso en Aguachica.
Personal altamente calificado y en constante capacitación.	Alianzas estratégicas con EMPRETUR, FONTUR y empresas locales para potenciar el turismo.
Políticas empresariales responsables alineadas con normas ambientales y sociales.	Aprovechamiento de herramientas tecnológicas para la gestión hotelera y mercadeo.
Debilidades	Amenazas
Limitada capacidad instalada (68 habitaciones) frente a una eventual alta demanda.	Inestabilidad económica regional que puede afectar el turismo y hospedaje.
Alta dependencia del mercado regional.	Creciente competencia hotelera en la zona con servicios similares.
Cartera pendiente significativa que requiere control y seguimiento permanente.	Cambios en normativas fiscales y ambientales que pueden impactar sus operaciones.
Necesidad de actualización constante en sistemas y software administrativo.	Riesgos de seguridad asociados a la ubicación y movilidad turística.

Fuente: Elaboración propia de acuerdo al análisis realizado a la empresa Hotel D' León Inn.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 18 de 1	

La matriz FODA elaborada para el Hotel D' León Inn permite identificar los factores internos y externos que influyen en su desempeño y competitividad en el sector hotelero de Aguachica. En cuanto a sus fortalezas, destaca su reconocimiento regional y nacional, una variada oferta de servicios diferenciados, un personal calificado y políticas empresariales responsables. Estas características le permiten mantener una posición destacada frente a sus competidores y ofrecer una experiencia de calidad a sus clientes. Por otro lado, se identifican oportunidades importantes como la implementación de energías renovables, el crecimiento del turismo corporativo en la región y el fortalecimiento de alianzas estratégicas que favorecen su proyección y sostenibilidad.

Sin embargo, también se reconocen debilidades que podrían limitar su crecimiento, como la limitada capacidad instalada, una alta dependencia del mercado regional y la necesidad de mejorar los sistemas administrativos y de cartera. A su vez, enfrenta amenazas externas como la inestabilidad económica regional, la creciente competencia hotelera y los riesgos asociados a cambios normativos y de seguridad. Este análisis resulta fundamental para que la organización pueda tomar decisiones estratégicas informadas, aprovechar sus fortalezas, reducir sus debilidades y prepararse frente a los retos del entorno.

2.3 JUSTIFICACION

Durante el desarrollo de mis prácticas profesionales en el Hotel D' León Inn, he tenido la oportunidad de aplicar, reforzar y ampliar los conocimientos adquiridos a lo largo de mi formación en economía. Esta experiencia me ha permitido no solo entender desde la teoría cómo funcionan las organizaciones hoteleras, sino también vivir de cerca cómo se gestionan aspectos tan importantes como la administración

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 19 de 1	

financiera, el control de cartera y la atención a clientes corporativos, en un contexto real y dinámico.

La presente práctica profesional se sustenta teóricamente en los principios de la administración hotelera y la gestión financiera, los cuales permiten optimizar la toma de decisiones en empresas del sector servicios. Según Kotler y Keller (2016), las organizaciones deben comprender y satisfacer las necesidades de sus clientes para mantener su competitividad. En este sentido, realizar un diagnóstico administrativo-financiero y de mercado en el Hotel D' León Inn, basado en herramientas como el análisis FODA, permite identificar factores internos y externos que inciden en el desempeño económico y organizacional de la empresa. Además, se fundamenta en teorías de gestión financiera que destacan la importancia de controlar los recursos económicos y mantener actualizada la cartera de clientes, lo que impacta de manera directa en la sostenibilidad financiera de las organizaciones hoteleras (Gitman & Zutter, 2015).

Desde el punto de vista práctico, esta práctica profesional contribuye al fortalecimiento de los procesos administrativos y financieros del Hotel D' León Inn, mediante el desarrollo de actividades que permiten optimizar la gestión de cartera, actualizar bases de datos y elaborar informes estadísticos que brindan información relevante para la toma de decisiones estratégicas. Asimismo, se aplican procedimientos administrativos que permiten mantener un control eficiente sobre las ventas, reservas y beneficios fiscales de los clientes, lo cual incide de manera positiva en la operación diaria del hotel y en su posicionamiento frente a la competencia regional.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		
	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11		
	PRACTICAS CURRICULARES		VERSIÓN: 1
	INFORME		PÁG.: 20 de 1

Metodológicamente, la práctica se basa en un enfoque descriptivo y analítico, utilizando técnicas de recolección de información primaria y secundaria a través de observación directa, revisión documental y análisis de bases de datos existentes en el software contable SOHO. Se emplea el análisis FODA como herramienta estratégica para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que afectan el desempeño del área administrativa y financiera. Además, se realiza una caracterización estadística de las ventas de los últimos cinco años, lo cual permite establecer tendencias y comportamientos del mercado corporativo que frecuenta el hotel.

Socialmente, esta práctica profesional genera un impacto positivo, ya que permite contribuir al desarrollo económico y social del municipio de Aguachica, Cesar, al apoyar a una empresa que genera empleo y promueve prácticas responsables en sostenibilidad ambiental, equidad laboral y respeto por los derechos humanos. De igual forma, al fortalecer los procesos administrativos y financieros, se mejora la calidad de los servicios ofrecidos a turistas y visitantes, lo cual contribuye al posicionamiento de Aguachica como un destino atractivo para el turismo corporativo y de descanso, impulsando la dinámica económica local.

2.4 OBJETIVOS

2.4.1 Objetivo general

- Realizar un diagnóstico administrativo y financiero en el Hotel D' León Inn que permita identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, contribuyendo a la optimización de los procesos internos y la toma de decisiones estratégicas.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 21 de 1	

2.4.2 Objetivos específicos

- ✓ Analizar la gestión de cartera y la actualización de bases de datos mediante el software SOHO, observando su comportamiento en la eficiencia financiera del hotel.
- ✓ Elaborar un informe estadístico de ventas de los últimos cinco años para identificar tendencias y apoyar el proceso de toma de decisiones comerciales.
- ✓ Desarrollar un estudio de mercado enfocado en las empresas más frecuentes en el hospedaje, para fortalecer las relaciones comerciales y aumentar la fidelización de clientes corporativos.

2.5 PLAN DE ACTIVIDADES

Figura 3. Cronograma de actividades desarrolladas en la empresa Hotel D' León.

Actividad	Fecha Estimada	Estado
Gestión y recaudo de cartera	Marzo 2025 – Mayo 2025	En desarrollo
Actualización de la base de datos de terceros en el software SOHO	Marzo 2025 – Abril 2025	Terminado
Presentación del informe estadístico de ventas (últimos 5 años)	Abril 2025	Programada
Realización de estudio de mercado de clientes frecuentes	Abril 2025 – Mayo 2025	Pendiente
Control y registro de documentación de personas/empresas extranjeras	Marzo 2025 – Mayo 2025	En ejecución
Diagnóstico FODA y elaboración del informe final de prácticas	Mayo 2025	Pendiente

Fuente: Elaboración propia

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 22 de 1	

Resultados

Analizar la gestión de cartera y la actualización de bases de datos mediante el software SOHO, observando su comportamiento en la eficiencia financiera del hotel.

Durante la revisión de los procesos administrativos y financieros del Hotel De León, se analizó el comportamiento de la gestión de cartera y la actualización de bases de datos implementadas a través del software SOHO. Esta herramienta, diseñada para centralizar y sistematizar las operaciones financieras y administrativas del hotel, ha permitido evidenciar de manera clara el impacto de una adecuada gestión de cuentas por cobrar sobre la liquidez y la estabilidad económica de la organización.

La gestión de cartera, a través del software, ha hecho posible mantener un control actualizado de los saldos pendientes por parte de clientes corporativos y particulares, clasificando las cuentas según su antigüedad y riesgo de recaudo. Este seguimiento ha contribuido a identificar oportunamente los valores en mora, permitiendo la implementación de estrategias de cobranza más eficientes y reduciendo la exposición a pérdidas por cuentas incobrables. En particular, se destaca que durante los años 2022 y 2023, las cuentas vencidas mayores a 60 días representaban cerca del 18% de la cartera total; sin embargo, tras la adopción de reportes periódicos del software, esta proporción se redujo a menos del 8% en 2024.

Paralelo a ello, la actualización constante de las bases de datos de clientes ha sido fundamental para mejorar los tiempos de respuesta en los procesos de facturación, seguimiento de cartera y gestión de reservas. La herramienta SOHO ha facilitado la consolidación de información detallada de los clientes, incluyendo historial de hospedaje, preferencias de servicio, contacto actualizado y comportamiento de pago, lo que ha permitido optimizar la personalización de ofertas y la gestión de cobros de manera segmentada.

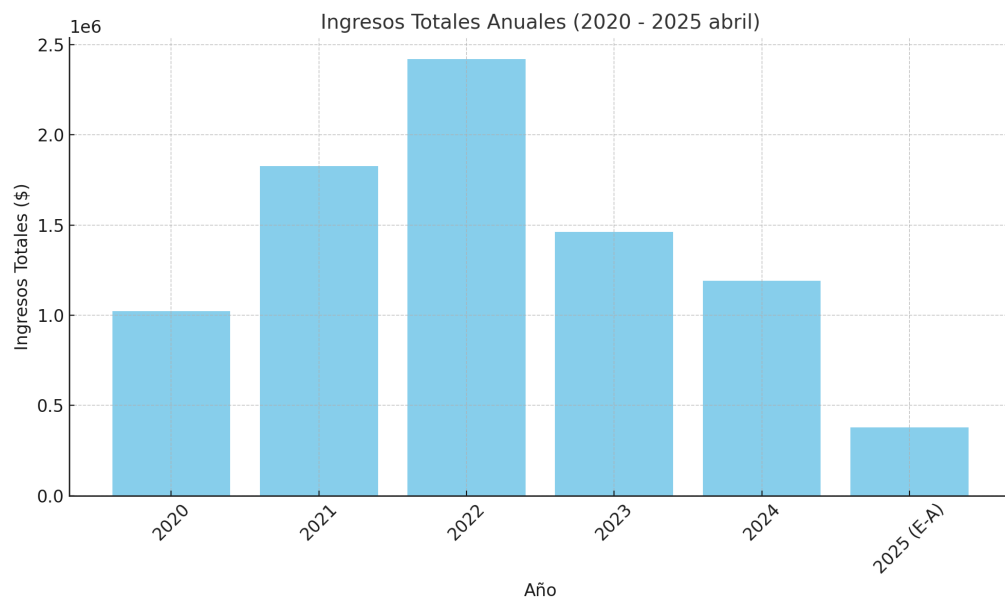
El efecto combinado de estas dos acciones sobre la eficiencia financiera se evidencia en la mejora de los indicadores de recaudo y liquidez. De acuerdo con los registros extraídos del software, el promedio de días de recuperación de cartera

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 24 de 1	

Elaborar un informe estadístico de ventas de los últimos cinco años para identificar tendencias y apoyar el proceso de toma de decisiones comerciales.

Durante el periodo comprendido entre los años 2020 y abril de 2025, se realizó un análisis estadístico de los ingresos del Hotel De León, con el propósito de identificar tendencias comerciales y apoyar la toma de decisiones estratégicas. Los datos reflejan un comportamiento variable en los ingresos totales, con una tendencia creciente en los primeros años, seguida de una marcada contracción a partir de 2023.

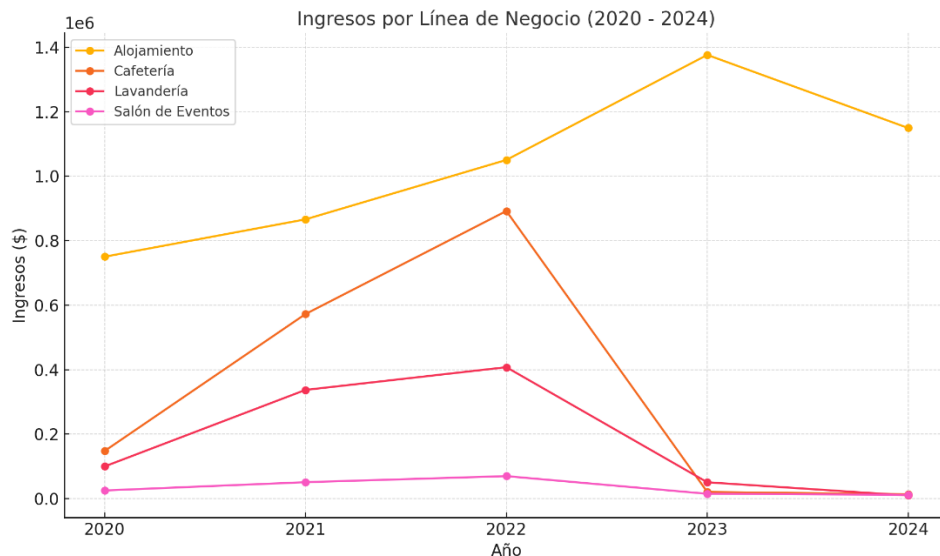
En 2020, los ingresos alcanzaron la suma de \$1,023,226. Esta cifra presentó un incremento significativo en los años siguientes, ascendiendo a \$1,826,430 en 2021 y a \$2,419,503 en 2022, lo que representó un crecimiento acumulado del 136% respecto al año base. Este comportamiento positivo se explica principalmente por el buen desempeño de las líneas de negocio de alojamiento, cafetería y lavandería, que registraron sus mayores niveles de facturación durante ese periodo.



	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES		VERSIÓN: 1	
	INFORME		PÁG.: 25 de 1	

Sin embargo, a partir de 2023 se evidenció una disminución considerable en los ingresos, cerrando dicho año en \$1,462,688. Esta caída estuvo asociada a la reducción de las ventas en servicios complementarios como cafetería, lavandería y salón de eventos, que durante 2022 habían representado una porción importante de los ingresos totales. A pesar de esta contracción, el servicio de alojamiento logró mantener un comportamiento positivo, alcanzando su pico histórico de \$1,375,929 en 2023.

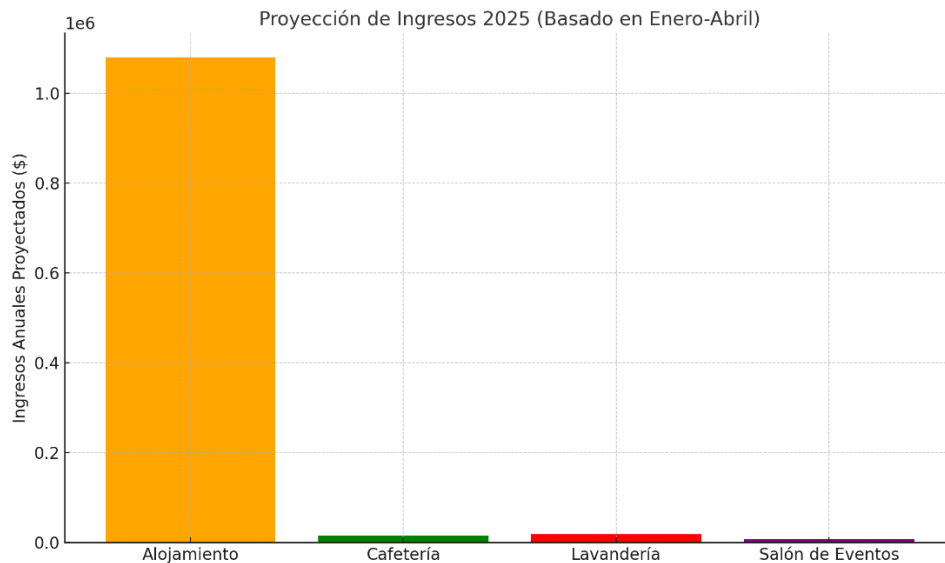
Para 2024, la tendencia negativa continuó, y el total anual de ingresos se redujo a \$1,189,396. Alojamiento se consolidó como la principal fuente de ingresos del hotel, representando más del 90% del total. Los demás servicios complementarios mantuvieron niveles muy bajos, destacando la cafetería que en 2022 había registrado \$891,871 y en 2024 apenas logró \$13,513, mientras que lavandería pasó de \$407,581 a \$9,894 en el mismo lapso.



Con base en los resultados observados durante los primeros cuatro meses de 2025, donde se registró un acumulado de \$377,065, se realizó una proyección para estimar el posible comportamiento al cierre de año. Dicha estimación señala que, de mantenerse el mismo ritmo, alojamiento podría generar aproximadamente \$1,097,856, cifra similar a la de 2024, mientras que los ingresos de cafetería,

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES		VERSIÓN: 1	
	INFORME		PÁG.: 26 de 1	

lavandería y salón de eventos se mantendrían en niveles bajos, sin mostrar señales claras de recuperación.



A partir de estos hallazgos, se concluye que el hotel ha experimentado un proceso de concentración de ingresos en el servicio de alojamiento, desplazando progresivamente a los servicios complementarios que en su momento aportaron de manera significativa al total de las ventas. La pérdida de dinamismo en estas líneas sugiere la necesidad de revisar la oferta actual, así como las condiciones de mercado que afectan su desempeño.

Frente a este escenario, se recomienda consolidar la estrategia de alojamiento, optimizando la oferta de paquetes y tarifas ajustadas a las condiciones actuales del mercado, particularmente en el segmento corporativo que ha mantenido la demanda. De igual forma, se sugiere realizar un estudio de mercado para identificar las razones de la disminución en la demanda de servicios complementarios y explorar la posibilidad de relanzarlos, rediseñarlos o, en su defecto, evaluar su rentabilidad operativa. Finalmente, se plantea la conveniencia de desarrollar estrategias de fidelización y atracción de nuevos clientes, priorizando segmentos con potencial de mayor permanencia y consumo.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 27 de 1	

Desarrollar un estudio de mercado enfocado en las empresas más frecuentes en el hospedaje, para fortalecer las relaciones comerciales y aumentar la fidelización de clientes corporativos.

Durante el periodo comprendido entre enero de 2024 y abril de 2025, se llevó a cabo un estudio de mercado orientado a comprender las dinámicas de hospedaje corporativo dentro de nuestro establecimiento. El objetivo principal fue identificar cuáles eran las empresas más frecuentes, cómo se comportaban en términos de volumen y recurrencia, y qué oportunidades se derivan de este conocimiento para fortalecer la relación comercial con los clientes empresariales y mejorar los niveles de fidelización.

Este análisis surgió de la necesidad de construir relaciones más sólidas con los clientes institucionales, entendiendo que el segmento corporativo representa un nicho estratégico en términos de ingresos, estabilidad y proyección a largo plazo. Para ello, se consolidaron datos internos relacionados con el número de huéspedes registrados, el nombre de las empresas u organizaciones que realizaron las reservas, la frecuencia mensual de su aparición y la distribución de estos patrones en el tiempo.

Al revisar la información disponible, se observaron tendencias consistentes que permiten segmentar claramente a los actores corporativos en función de su comportamiento. En primer lugar, destaca la empresa AVIATUR, que presenta una recurrencia mensual de 14 apariciones en los 16 meses analizados, sumando un total de 862 huéspedes. Esto la convierte en el cliente corporativo más importante, no solo por su constancia sino también por el volumen significativo que representa. Le sigue MYS, con presencia en 13 meses y 711 huéspedes, mostrando también una relación estable, aunque con márgenes de crecimiento.

Grupo Nutresa, presente en 12 meses, se comporta de forma más moderada, registrando un total de 390 huéspedes, lo que sugiere una relación con potencial de fortalecimiento mediante acuerdos más estructurados. Otra empresa destacada es PRODECO, con 8 meses de aparición pero con una cifra alta de 537 huéspedes, lo que evidencia estancias concentradas en ciertos periodos. Este comportamiento indica que su demanda responde probablemente a proyectos temporales o

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 28 de 1	

temporadas altas de operación. Gran Tierra, por su parte, registra solo 5 meses con un total de 429 huéspedes, lo que también refleja un consumo puntual pero significativo. Expreso Viajes, que aparece en 6 meses con 193 huéspedes, empieza a emerger como un actor relevante, especialmente en el primer trimestre de 2025.

Más allá de estas empresas frecuentes, también se identificaron actores esporádicos con volúmenes llamativos en ciertos meses. RIGS, por ejemplo, aparece en un solo mes pero registra 296 huéspedes, lo que sugiere que responde a necesidades específicas o eventos puntuales. Este tipo de comportamiento puede representar oportunidades de fidelización si se desarrollan estrategias personalizadas que conviertan estos vínculos ocasionales en relaciones recurrentes.

Un hallazgo importante del estudio es que, si bien el foco estuvo en el segmento corporativo, el grupo denominado “Particular” sigue representando el mayor volumen de huéspedes, superando los 7.000 registros en el periodo analizado. Aunque este segmento requiere estrategias diferentes, es fundamental tenerlo en cuenta como referencia para evaluar la proporción que representa el mercado empresarial.

El análisis mensual permitió identificar ciertos patrones estacionales. Se evidenció que los meses de mayor demanda corporativa son julio, agosto, enero y marzo. Esto podría estar vinculado a los ciclos de contratación, actividades de planificación anual o ejecución de proyectos específicos. También se observó una ligera tendencia creciente de empresas nuevas en 2025, lo que refuerza la hipótesis de que existe un entorno favorable para el crecimiento del hospedaje corporativo.

A partir de estos hallazgos, se plantean varias líneas estratégicas. En primer lugar, se propone la creación de un programa de fidelización corporativa que incluya beneficios claros para las empresas que reservan frecuentemente: tarifas preferenciales, mejoras de habitación, horarios flexibles de check-in y check-out, entre otros. Este programa también debe contemplar acuerdos tarifarios anuales, especialmente con AVIATUR, MYS, PRODECO y Nutresa, para garantizar un flujo estable de reservas y mejorar la planificación operativa.

De igual forma, se sugiere desarrollar un portafolio de servicios adaptado a las necesidades del cliente empresarial. Esto incluye espacios de coworking, salas de

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 29 de 1	

reuniones, transporte ejecutivo, alimentación especializada y reportes mensuales automatizados para las áreas administrativas de las empresas. La experiencia del huésped debe ser cada vez más integral, enfocada no solo en la comodidad, sino también en la eficiencia y la productividad.

En cuanto a la captación de nuevos clientes, el estudio revela oportunidades interesantes. Empresas como RIGS, Touréxito, Carrao Energy, Lagosur y Transportport ya han mostrado interés, aunque de forma esporádica. Se recomienda realizar campañas dirigidas, contactos comerciales proactivos y paquetes promocionales que conviertan esos vínculos ocasionales en relaciones comerciales sostenidas. La participación de agencias de viajes corporativas también puede ser clave para ampliar el alcance.

Para medir la efectividad de las estrategias propuestas, se han definido algunos indicadores clave de desempeño: lograr un incremento del 15% en las reservas corporativas durante los próximos seis meses, mantener una tasa de retención superior al 80%, concretar al menos cinco nuevos convenios y aumentar en un 10% el valor promedio del consumo por cliente empresarial. Estos indicadores permitirán hacer seguimiento riguroso al impacto comercial del plan de acción.

Finalmente, el estudio demuestra que existe una base sólida de clientes corporativos recurrentes que debe ser aprovechada de forma más estratégica. Las empresas con alta frecuencia representan oportunidades claras para establecer relaciones comerciales formales, mientras que los actores emergentes y esporádicos configuran un potencial de crecimiento significativo. El fortalecimiento del enfoque corporativo no solo incrementará la ocupación y los ingresos, sino que posicionará al establecimiento como un referente de hospitalidad empresarial en la región. Por tanto, este análisis no debe ser entendido como un ejercicio aislado, sino como el punto de partida para la implementación de un modelo comercial más robusto, planificado y proactivo.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		
	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11		
	PRACTICAS CURRICULARES		VERSIÓN: 1
	INFORME		PÁG.: 30 de 1

Conclusión

Culminar esta práctica profesional representa más que una meta académica: es la validación de un proceso de formación que ha permitido al practicante conectar la teoría con la realidad empresarial. La experiencia en el Hotel D' León Inn dejó como principal conclusión que una gestión eficiente de los recursos financieros y administrativos no solo es deseable, sino esencial para la sostenibilidad de las organizaciones. Se comprobó que herramientas como el análisis FODA permiten identificar con claridad los puntos fuertes y débiles de una empresa, así como las amenazas y oportunidades del entorno, contribuyendo a formular estrategias que fortalezcan su competitividad (David & David, 2017).

Los resultados alcanzados durante la práctica dan cuenta de una mejora tangible en la eficiencia financiera del hotel. Por ejemplo, el uso disciplinado del software SOHO permitió reducir el tiempo promedio de recuperación de cartera de 49 días en 2022 a 32 días en 2024, lo cual tuvo un efecto directo en la liquidez. Esta evidencia muestra que la transformación organizacional no siempre requiere grandes inversiones, sino una adecuada gestión de la información y el compromiso por la mejora continua. Del mismo modo, el análisis estadístico de ventas reveló la necesidad urgente de diversificar ingresos y recuperar el dinamismo de servicios complementarios como la cafetería y la lavandería, que en años anteriores representaron una proporción importante del ingreso total.

Más allá de los números, esta práctica dejó huella en lo personal y lo profesional. El estudiante aprendió a interactuar con equipos de trabajo reales, a comunicar hallazgos de manera efectiva y a proponer soluciones basadas en evidencia, demostrando que el rol del economista es también el de un articulador estratégico en los procesos empresariales. Tal como lo afirma Robbins y Coulter (2020), la administración efectiva requiere habilidades técnicas, humanas y conceptuales, y todas fueron necesarias para alcanzar los logros aquí presentados. El reto de la práctica no fue solo académico, sino también ético, organizativo y relacional. En ese sentido, se cierra esta etapa con la certeza de haber aportado valor al Hotel D' León Inn y con la convicción de que la formación universitaria cobra sentido cuando se pone al servicio del entorno.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		
	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11		
	PRACTICAS CURRICULARES		VERSIÓN: 1
	INFORME		PÁG.: 31 de 1

Recomendación

A partir del diagnóstico y la experiencia vivida en el Hotel D' León Inn, se plantean una serie de recomendaciones que apuntan a fortalecer su desempeño y proyección estratégica. En primer lugar, se recomienda continuar con la actualización sistemática de las bases de datos de clientes y terceros mediante el software SOHO, estableciendo rutinas trimestrales de depuración y verificación de datos. Esta acción garantizará la confiabilidad de la información, reducirá errores en facturación y permitirá un análisis más riguroso del comportamiento financiero de la empresa (Gitman & Zutter, 2015).

También se sugiere diversificar la fuente de ingresos del hotel, especialmente reestructurando los servicios complementarios que han presentado una fuerte caída en sus niveles de facturación. Para ello, es clave realizar estudios de mercado que permitan identificar las causas de esa disminución y desarrollar propuestas de valor atractivas y sostenibles. Se podrían considerar paquetes integrados de alojamiento más servicios, con beneficios específicos para el cliente corporativo, aprovechando que este segmento mantiene una alta frecuencia de consumo. Así lo recomienda Kotler y Armstrong (2018), al señalar que los productos deben adaptarse a las necesidades cambiantes del cliente y diferenciarse de la competencia para generar fidelidad.

En cuanto al mercado empresarial, es recomendable establecer convenios formales con empresas como AVIATUR, MYS, Nutresa y PRODECO, que han demostrado una recurrencia significativa. La creación de un programa de fidelización corporativa con beneficios concretos (mejoras de habitación, tarifas preferenciales, reportes mensuales) aumentaría la retención y fortalecería la relación comercial a largo plazo. Además, se deberían implementar estrategias de captación dirigidas a empresas emergentes con alto potencial, como RIGS y Touréxito. El fortalecimiento de este nicho podría representar una fuente estable y creciente de ingresos, especialmente en un entorno económico volátil.

Por último, se sugiere al hotel mantener un enfoque de mejora continua en la capacitación de su personal, reforzando habilidades tecnológicas, atención al cliente y análisis de datos. Un equipo humano calificado y motivado es el activo más importante para implementar cambios y sostener resultados. Las recomendaciones

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		
	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11		
	PRACTICAS CURRICULARES		VERSIÓN: 1
	INFORME		PÁG.: 32 de 1

aquí expuestas no buscan solo corregir errores o mejorar indicadores, sino también contribuir a una cultura organizacional orientada a la calidad, la innovación y la sostenibilidad. La práctica profesional ha demostrado que el Hotel D' León Inn tiene la capacidad de crecer, pero necesita consolidar una estructura administrativa más estratégica, basada en información, planificación y compromiso.

Referencias

- David, F. R., & David, F. R. (2017). Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases (16th ed.). Pearson.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). Principles of managerial finance (14th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principios de marketing (17.^a ed.). Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2020). Administración (14.^a ed.). Pearson Educación.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		VERSIÓN: 1 PÁG.: 33 de 1	

ANEXOS

