

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN  
“CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO EN SAN RAFAEL” RIONEGRO,  
SANTANDER**

**YENNY PATRICIA AMADO FORERO  
DORIS VARGAS RAVELO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL  
Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2010**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN  
“CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO EN SAN RAFAEL” RIONEGRO,  
SANTANDER**

**YENNY PATRICIA AMADO FORERO  
DORIS VARGAS RAVELO**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar el título de  
profesional en Gestión Empresarial**

**Director  
ALBERTO PINEDA LOPEZ  
Ingeniero Industrial**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL  
Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2010**

## DEDICATORIA

A Dios por esa luz que me ilumino en mi camino y me guio en el transcurrir de mi carrera, por darme esa fortaleza para derrumbar todos los obstáculos que se me presentaron.

A ese hermoso angelito que Dios me regalo, mi hija Valentina, porque ha sido la luz en mi existir, para ser realidad el sueño anhelado; el de ser profesional.

A mi madre, por el tiempo que con amor y paciencia me compartió y su apoyo incondicional.

A mis hermanos y amigos que siempre me brindaron su apoyo.

***Yenny Patricia Amado Forero***

A Dios por la fortaleza y sabiduría que me ha dado para salir adelante.

A la memoria de mi padre quien siempre quiso verme siendo una profesional.

A mi madre por los valores y el ejemplo de ser esa mujer luchadora y perseverante.

A mis hijos por el tiempo que me regalaron para llevar a cabo este sueño tan anhelado.

A mis hermanas, amigos y jefes políticos que siempre me brindaron su apoyo

***Doris Vargas Ravelo***

## **AGRADECIMIENTOS**

### ***Mas Que Agradecimientos Son Reconocimientos***

*"En la ruta hacia el éxito, jamás olvides aquellos que estuvieron  
a tu lado tus verdaderos amigos"*

*Anónimo*

*Las autoras del proyecto expresan sus reconocimientos a:*

*A DIOS, por darnos la vida y los recursos necesarios para preparar este proyecto bendiciéndonos con el apoyo de verdaderos amigos, por lo que deseamos sinceramente agradecerles la ayuda que nos han brindado a lo largo de este proceso.*

*Al Instituto de Educación a Distancia "INSED" de la Universidad Industrial de Santander, por permitirnos desarrollar la experiencia educativa y ser egresados en esta bonita profesión; Gracias a la ING. Margarita Rodríguez directora Gestión Empresarial y demás personal directivo y administrativo, de la universidad y en especial del INSED por su colaboración; quienes dispusieron de su ocupado tiempo para brindarnos su apoyo.*

*Agradecemos principalmente al Ing. **ALBERTO PINEDA LOPEZ**, quien diligentemente dirigió y oriento nuestro proyecto, nos brindó y compartió conocimientos y recomendaciones atinadas. Gracias*

*A los docentes, en cada una de las asignaturas por sus conocimientos, por su liderazgo y dinamismo, por su constante estímulo y por el apoyo profesional y*

*emocional que siempre nos tuvieron paciencia y nos entregaron su tiempo, su apoyo y su valiosa colaboración para que pudiésemos terminar este proceso educativo, Este magnífico equipo de trabajo constituyó un honor para **YENNY PATRICIA AMADO FORERO Y DORIS VARGAS RAVELO**. Fue una verdadera satisfacción contar con la ayuda de tan excelentes profesionales.*

*Finalmente, agradecemos a las demás personas e instituciones que contribuyeron de una u otra forma en la concreción de este proyecto que es de gran aporte para en el proceso que San Rafael, lleva que es el de ser municipio y sus veredas, corregimientos y municipios aledaños que de una u otra manera también se beneficiaran del mismo.*

*Una vez más hemos comprobado que:*  
**"lo de verdadero valor se consigue con esfuerzo y sacrificio".**

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
<b>INTRODUCCION</b>	26
<b>1. GENERALIDADES</b>	28
1.1 Aspectos legales	29
1.2 Reseña histórica	42
1.3 Contexto geográfico	43
<b>2. ESTUDIO DE MERCADOS</b>	46
2.1 OBJETIVOS	47
2.1.1 General	47
2.1.2 Específicos	47
2.2 DESCRIPCION DEL SERVICIO	49
2.2.1 Definición, usos y especificaciones del servicio	49
2.2.2 Servicios sustitutos	55
2.2.3 Servicios complementarios	55
2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia	58
2.3 <b>MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO</b>	60
2.3.1 Mercado potencial	60
2.3.2 Mercado objetivo	62
2.4 DEMANDA	64
2.4.1 Investigación de mercados	64
2.4.1.1 Planteamiento del problema	64
2.4.1.2 Necesidades de información	66
2.4.1.3 Ficha técnica	67
2.4.1.4 Tabulación, presentación y análisis de resultados	68
2.4.2 Estimación de la demanda	82

2.4.3	Evolución histórica de la demanda del servicio	83
2.4.4	Proyección de la demanda	83
2.5	OFERTA	84
2.5.1	Análisis de la situación actual de la competencia	86
2.5.2	Proyección de la oferta	87
2.6	RELACION ENTRE DEMANDA Y OFERTA	88
2.7	CANALES DE COMERCIALIZACION	88
2.7.1	Estructura de canales actuales	88
2.7.2	Ventajas y desventajas de los canales actuales	89
2.7.3	Selección de los canales de comercialización	90
2.8	PRECIO	90
2.8.1	Análisis de precios	90
2.8.2	Estrategias de fijación de precios	90
2.9	PUBLICIDAD Y PROMOCION	90
2.9.1	Objetivos	91
2.9.2	Logotipo	92
2.9.3	Lema	92
2.9.4	Análisis de medios	93
2.9.5	Selección de medios	93
2.9.6	Estrategias publicitarias	94
2.9.7	Presupuesto de publicidad y promoción	97
2.9.7.1	De lanzamiento	97
2.9.7.2	De operación	97
2.10	CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	98
<b>3.</b>	<b>ESTUDIO TECNICO</b>	<b>100</b>
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	100
3.1.1	Descripción del tamaño del proyecto	100
3.1.2	Factores que determinan el tamaño de un proyecto	101
3.1.3	Capacidad del proyecto	103
3.1.3.1	Capacidad total diseñada	103

3.1.3.2	Capacidad instalada	105
3.1.3.3	Capacidad utilizada y proyectada	105
3.2	LOCALIZACION	107
3.2.1	Macro localización	108
3.2.2	Micro localización	108
3.3	INGENIERIA DEL PROYECTO	115
3.3.1	Ficha técnica del servicio	117
3.3.2	Descripción técnica del proceso	117
3.3.3	Diagrama de operación, proceso y procedimiento	118
3.3.4	Control de calidad	119
3.3.5	Recursos	120
3.3.5.1	Recurso humano	120
3.3.5.2	Recurso físico	121
3.3.5.3	Recurso de insumos	122
3.3.6	Estudio de proveedores	122
3.3.7	Distribución de planta	123
3.3.8	Logística de distribución	130
3.4	CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD	131
	TECNICA DEL PROYECTO	
<b>4.</b>	<b>ESTUDIO ADMINISTRATIVO</b>	<b>133</b>
4.1	FORMA DE CONSTITUCION	133
4.2	CONSTITUCION DE LA EMPRESA	134
4.2.1	Visión	134
4.2.2	Misión	135
4.2.3	Objetivos	135
4.2.4	Políticas	136
4.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	142
4.3.1	Organigrama	143
4.3.2	Descripción y perfil de cargos	143
4.3.3	Asignación salarial	148

<b>5. ESTUDIO FINANCIERO</b>	150
5.1 INVERSIONES	150
5.1.1 Inversión fija	150
5.1.1.1 Terrenos	150
5.1.1.2 Construcción y adecuación	151
5.1.1.3 Muebles y enseres	154
5.1.1.4 Equipo de oficina	156
5.1.1.5 Herramientas	157
5.1.1.6 Total de inversión fija	157
5.1.2 Inversión diferida	158
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	159
5.1.3.1 Costos del servicio	159
5.1.3.1.1 Materias primas	160
5.1.3.1.2 Mano obra directa	160
5.1.3.1.3 Costos indirectos de servicios	163
5.1.3.1.4 Total costos de producción	164
5.1.3.2 Gastos de administración y ventas	164
5.1.3.3 Gastos financieros	165
5.1.3.4 Total costo	167
5.1.4 Inversión total	168
5.1.5 Fuentes de financiación	169
5.2 COSTOS	169
5.2.1 Costos fijos	169
5.2.2 Costos variables	170
5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	171
5.3.1 Egresos proyectados	171
5.3.2 Ingresos proyectados	171
5.4 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	176
5.5 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS	178
5.6 BALANCE GENERAL	179

<b>6. EVALUACION DEL PROYECTO</b>	181
6.1 IMPACTO SOCIAL	182
6.2 IMPACTO AMBIENTAL	183
6.3 EVALUACION FINANCIERA	186
6.3.1 Valor presente neto	186
6.3.2 Tasa interna de retorno	187
6.3.3 Punto de Equilibrio	187
6.3.4 Periodo de recuperación	188
6.3.5 Análisis de las razones financieras	189
<b>CONCLUSIONES</b>	190
<b>RECOMENDACIONES</b>	191
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	192
<b>ANEXOS</b>	193

## LISTA DE CUADROS

	Pág.
<b>Cuadro No. 01</b> Ficha Mercado Potencial	61
<b>Cuadro No. 02</b> Matriz distribución de encuestas.	62
<b>Cuadro No. 03</b> Ficha Mercado Objetivo	63
<b>Cuadro No. 04</b> Ficha Mercado Objetivo	63
<b>Cuadro No. 05</b> Ficha Técnica de la Demanda	67
<b>Cuadro No. 06</b> Sexo de los encuestados	72
<b>Cuadro No. 07</b> Profesión de los encuestados.	73
<b>Cuadro No. 08</b> Nivel de Ingresos	74
<b>Cuadro No. 09</b> Nivel de aceptación del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael.	75
<b>Cuadro No. 10</b> Días que se frecuenta	76
<b>Cuadro No. 11</b> En compañía de quien asistiría al Centro Recreacional	77
<b>Cuadro No. 12</b> No. de personas que conforman su hogar.	78
<b>Cuadro No. 13</b> Cuanto dinero invierte en un día de descanso.	79
<b>Cuadro No. 14</b> De los siguientes sitios turísticos a cual le gusta asistir	80
<b>Cuadro No. 15</b> De que forma selecciona el sitio para descansar.	81
<b>Cuadro No. 16</b> Proyección de la demanda	83
<b>Cuadro No. 17</b> Matriz Situación actual de la competencia	86
<b>Cuadro No. 18</b> Presupuesto Publicidad, promoción y Lanzamiento	97
<b>Cuadro No. 19</b> Capacidad total diseñada en servicios	104
<b>Cuadro No. 20</b> Capacidad total diseñada en horas	105
<b>Cuadro No. 21</b> Capacidad instalada	105
<b>Cuadro No. 22.</b> Capacidad utilizada y proyectada.	106
<b>Cuadro No. 23</b> Selección de factores y riesgos.	114
<b>Cuadro No. 24</b> Ficha técnica del Servicio	117
<b>Cuadro No. 25</b> Medidas área administrativa.	126
<b>Cuadro No. 26</b> Medidas área restaurante	128

<b>Cuadro No. 27</b> Medidas área piscinas	128
<b>Cuadro No. 28</b> Medidas área salón social	129
<b>Cuadro No. 29</b> Medidas área parqueadero	129
<b>Cuadro No. 30</b> Medidas área vías de acceso.	129
<b>Cuadro No. 31</b> Medidas área juegos infantiles	130
<b>Cuadro No. 32</b> Perfil del Cargo de Gerencia	144
<b>Cuadro No. 33</b> Descripciones de funciones del Gerente	146
<b>Cuadro No. 34</b> Perfil del Cargo de la Secretaria.	147
<b>Cuadro No. 36</b> Costos de Terrenos	150
<b>Cuadro No. 37</b> Presupuesto de Construcción y adecuación	151
<b>Cuadro No. 38</b> Construcción y adecuación del Área de Restaurante	151
<b>Cuadro No. 39</b> Construcción y adecuación del Área de Piscinas.	152
<b>Cuadro No. 40</b> Construcción y adecuación del Área de Salón Social	152
<b>Cuadro No. 41</b> Construcción y adecuación del Área de Parqueadero.	153
<b>Cuadro No. 42</b> Construcción y adecuación de las Vías de Acceso.	153
<b>Cuadro No. 43</b> Construcción y adecuación Área Infantil	153
<b>Cuadro No. 44</b> Presupuesto Total de Construcción y adecuación.	154
<b>Cuadro No. 45</b> Requerimiento de muebles y enseres	154
área administrativa	
<b>Cuadro No. 46</b> Requerimiento de muebles y enseres restaurante.	155
<b>Cuadro No. 47</b> Requerimiento de muebles áreas conexas (piscinas)	155
<b>Cuadro No. 48</b> Requerimiento de muebles y enseres salón social.	156
<b>Cuadro No. 49</b> Requerimiento Equipo de oficina	156
<b>Cuadro No. 50</b> Requerimiento Equipo de computación de Computo	156
<b>Cuadro No. 51</b> Requerimiento Herramientas.	157
<b>Cuadro No. 52</b> Total de inversión fija.	157
<b>Cuadro No. 53</b> Presupuesto de Inversión diferida	158
<b>Cuadro No. 54</b> Presupuesto de Materias Primas	160
<b>Cuadro No. 55</b> Presupuesto Mano de Obra Operativa	160
<b>Cuadro No. 56</b> Mano de Obra Administrativa.	162

<b>Cuadro No. 57</b> Costos Indirectos del Servicio.	163
<b>Cuadro No. 58</b> Total Costos de producción.	164
<b>Cuadro No. 59</b> Gastos de Administración y ventas.	164
<b>Cuadro No. 60</b> Gastos financieros.	165
<b>Cuadro No. 61</b> Proyección de Costos.	167
<b>Cuadro No. 62</b> Proyección Inversión Total.	168
<b>Cuadro No. 63</b> Proyección de los Costos Fijos.	170
<b>Cuadro No. 64</b> Proyección de los Costos Variables	170
<b>Cuadro No. 65</b> Proyección de Egresos	171
<b>Cuadro No. 66</b> Proyección de Ingresos.	171
<b>Cuadro No. 67</b> Flujo de Caja proyectado.	176
<b>Cuadro No. 68</b> Estados de resultados proyectado.	178
<b>Cuadro No. 69</b> Balance General	179
<b>Cuadro No. 70</b> Valor Presente Neto	186
<b>Cuadro No. 71</b> Punto de Equilibrio.	187
<b>Cuadro No. 72</b> Periodo de recuperación	188
<b>Cuadro No. 73</b> Análisis de las razones financieras.	189

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
<b>Figura No. 01</b> Mapa del Municipio de Rionegro, Santander	44
<b>Figura No. 02</b> Servicio de recreación y turístico. Ambiente familiar	50
<b>Figura No. 03</b> Servicio de recreación y turístico. Ambiente familiar	50
<b>Figura No. 04</b> Servicio de restaurante y cafetería	51
<b>Figura No. 05</b> Servicio de piscina (adultos – niños).	51
<b>Figura No. 06</b> Servicio de piscina (adultos – niños).	52
<b>Figura No. 07</b> Servicio de campo deportivo.	52
<b>Figura No. 08</b> Servicio Salón Social.	53
<b>Figura No. 09</b> Servicio de alquiler de carpas para camping.	53
<b>Figura No. 10</b> Servicio de alquiler de carpas para camping	54
<b>Figura No. 11</b> Servicio juegos para niños	54
<b>Figura No. 12</b> Club de Natación	55
<b>Figura No. 13</b> Club de Natación.	56
<b>Figura No. 14</b> Escuela de Formación Deportiva	56
<b>Figura No. 15</b> Escuela de Formación Deportiva	57
<b>Figura No. 16</b> Club Recreacional para la Tercera Edad	57
<b>Figura No. 17</b> Servicio de SPA	58
<b>Figura No. 18</b> Sexo promedio de la encuesta	72
<b>Figura No. 19</b> Profesión de los encuestados	73
<b>Figura No. 20</b> Nivel de Ingresos	74
<b>Figura No. 21</b> Nivel de aceptación del Centro Recreacional	75
<b>Figura No. 22</b> Días que se frecuenta	76
<b>Figura No. 23</b> En compañía de quien asistiría al Centro Recreacional	77
<b>Figura No. 24</b> No. de personas que conforman su hogar.	78
<b>Figura No. 25</b> Cuanto dinero invierte en un día descanso.	79
<b>Figura No. 26</b> De los siguientes sitios turísticos a cual le gustaría asistir	80
<b>Figura No. 27</b> De que forma selecciona el sitio para descansar	81

<b>Figura No. 28</b> Logotipo	92
<b>Figura No. 29</b> Mapa de macro localización del proyecto	108
<b>Figura No. 30</b> Mapa de micro localización del proyecto	115
<b>Figura No. 31</b> Mapa de procesos	119
<b>Figura No. 32</b> Distribución del área administrativa	124
<b>Figura No. 33</b> Distribución del área operativa.	127
<b>Figura No. 34</b> Diagrama para la contratación de personal	139
<b>Figura No. 35.</b> Organigrama	143
<b>Figura No. 36</b> Proyección de ingresos – Restaurante	172
<b>Figura No. 37</b> Proyección de ingresos – Alquiler de Salón social	173
<b>Figura No. 38</b> Proyección de ingresos – Alquiler Carpas Camping	173
<b>Figura No. 39</b> Proyección de ingresos – Disciplinas deportivas	174
<b>Figura No. 40</b> Proyección de ingresos – Piscinas	174
<b>Figura No. 41</b> Proyección de ingresos – Club de Natación	175
<b>Figura No. 42</b> Proyección de ingresos – Club Tercera edad	175
<b>Figura No. 43.</b> Proyección de ingresos – Otros ingresos	176
<b>Figura No. 44.</b> Punto de Equilibrio	188

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
<b>Anexo No. 01</b> La Encuesta	193
<b>Anexo No. 02.</b> Fotos de Ubicación del Proyecto	196

## GLOSARIO

**APERO:** conjunto de accesorios que forman el aparejo de las bestias de carga o de montar.

**ARQUEOLOGÍA:** ciencia que estudia lo que se refiere a las artes, a los monumentos y a los objetos de la antigüedad, especialmente través de sus restos.

**BIODEGRADABLE:** que puede ser degradado por acción biológica.

**CASCADA:** salto de agua, desnivel pronunciado en la corriente de un río.

**CLIMA:** conjunto de los distintos estados atmosféricos que suelen producirse a lo largo del año en un territorio y que lo caracterizan.

**CUEVA:** cavidad de desarrollo predominante horizontal, de dimensiones variables, originadas por fenómenos naturales.

**DESTINO TURISTICO:** Aquel lugar que posee uno o más atractivos que llaman la atención de los turistas; suelen convertirse en un destino turístico. El destino exitoso debe ofrecer al turista información sobre los atractivos y servicios que este necesita para satisfacer sus necesidades: alojamiento, alimentación, transporte, comunicaciones, orientación y otros.

**DIFERIDO:** es aquella inversión que se causa contablemente después de haberse ejecutado.

**ECOTURISMO:** es aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. El ecoturismo busca la recreación,

el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos.

**ESPELEOLOGÍA:** ciencia que estudia la naturaleza, el origen y formación de las cavernas, su fauna y flora.

**FAUNA:** conjunto de animales que ocupan una región geográfica concreta.

**FLORA:** conjunto de especies vegetales que ocupan un determinado territorio

**MIRADOR:** sitio elevado en un lugar privilegiado, desde el que se puede contemplar un paisaje.

**MONTURA:** cabalgadura (bestia en que se puede cabalgar).

**PAQUETE TURÍSTICO:** conjunto de servicios de turismo que se ofrecen o de requisitos que se exigen.

**PARAJE:** zona, lugar alejado.

**PAX:** CUPO turístico individual y/o Tour por cada persona.

**PIQUETE:** merienda Campestre (yuca, carne asada en hoja de plátano)

**PLANICIE:** llanura extensa.

**PRODUCTO TURISTICO:** El producto turístico es el producto organizado, articulado y dinámico de atractivos, equipamientos, servicios, infraestructura y organizaciones que satisfacen necesidades o deseos de los consumidores turísticos. Dicho producto es ofrecido en el mercado turístico y consumido en el

lugar de prestación del servicio lo cual supone un desplazamiento del consumidor desde un lugar de origen a uno de destino, su estadía y retorno al sitio de partida.

**PUNTO DE EQUILIBRIO:** es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los costos variables.

**RAPPEL:** técnica de descenso en cuerdas a través de formaciones rocosas.

**RECURSOS TURISTICOS:** Principal factor de atención que suelo identificarse como atractivos naturales, contruidos por el hombre, culturales históricos por el hombre, culturales, históricos, religiosos, creativos, tecnológicos y contemporáneos.

**TASA INTERNA DE RETORNO (TIR):** es la tasa de descuento por la cual el VPN el igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

**TORRENTISMO:** técnica de descenso en cuerdas, en presencia de una caída de agua o cascada.

**TURISMO ACTIVO** Se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan.

**VALOR PRESENTE NETO (VPN):** es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

**VISITANTE:** Toda persona que reside en un país y que viaja por un periodo inferior a un año a un lugar dentro del mismo país, pero distinto al de su entorno habitual, cuyo motivo principal de la visita no es ejercer una actividad que se remunere al lugar visitado. <sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> <http://www.google.com.co/search?hl=es&q=ORIGEN+DE+LAS+EMPRESAS&btnG=Buscar&>

## RESUMEN

**TÍTULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN PROYECTO “CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO EN SAN RAFAEL” RIONEGRO, SANTANDER\***

**AUTORAS:** AMADO FORERO, Yenny Patricia  
VARGAS RAVELO, Doris\*\*

**PALABRAS CLAVES:** Recreación Turística, tranquilidad, valores en familia.

### DESCRIPCION

La idea de realizar este estudio de factibilidad surgió de las autoras, al observar que en San Rafael, no existe un lugar apropiado para pasar un día de descanso, en el que se satisfaga las necesidades de recreación y turismo.

Para desarrollar esta investigación, se realizaron encuestas a una muestra representativa de la población, que potencialmente serían los usuarios de este servicio, obteniéndose como resultado el 100% de los encuestados les gustaría que se creara un Centro Recreacional y Turístico en San Rafael. Se realizaron cálculos en infraestructura de material y equipos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Así mismo, se determinó el personal requerido en el proyecto tanto interno como externo.

Se realizaron los estudios legales, técnicos y de mercados correspondientes, con el fin de diseñar estrategias de mercadeo, que promuevan e incentiven a conocer la nueva alternativa de recreación y turismo. También se conformó la estructura administrativa que dará a la empresa los lineamientos de funcionamiento organizacional.

Se diseñó la infraestructura física del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael, teniendo en cuenta la distribución de los espacios de los diferentes servicios que brindará el Centro Recreacional y demás áreas funcionales que permita practicidad y sano descanso a los clientes.

Finalmente, se hicieron los cálculos de inversión y proyección de estados financieros de la empresa, con la finalidad de verificar la viabilidad del proyecto, lo cual dio como resultado que tendrá rentabilidad a partir del año seis de funcionamiento.

---

\* Trabajo de Grado

\*\* Universidad Industrial de Santander, Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial, Director: PINEDA LOPEZ, Alberto.

## ABSTRACT

**TITLE: FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A PROJECT RECREATIONAL AND TOURIST CENTER IN SAN RAFAEL "RIONEGRO, SANTANDER"**

**AUTHORS:** AMADO FORERO, Yenny Patricia  
VARGAS RAVELO, Doris\*\*

**KEY WORDS:** Recreation Tourism, peace, family values.

### DESCRIPTION

The idea of conducting this feasibility study came from the authors, noting that in San Rafael, there is no place to spend a day off, which meets the needs of recreation and tourism.

To develop this research, we surveyed a representative sample of the population, which potentially would be the users of this service, resulting in 100% of respondents would like the creation of a Recreation and Tourist Center in San Rafael. Calculations were performed on material and equipment infrastructure needed to launch the project.

Likewise, it was determined the personnel required in the project both internally and externally.

Studies were performed legal, technical and relevant markets in order to devise marketing strategies, which promote and restless to see the new alternative recreation and tourism. Also formed the administrative structure that will give the company the lines of organizational functioning.

We designed the physical infrastructure of the Tourist and Recreation Center San Rafael, taking into account the distribution of spaces of different services offered by the Recreation Center and other functional areas to allow rest and healthy convenience to customers.

Finally, calculations were made investment and projected financial statements of the company, in order to verify the feasibility of the project, which have resulted in profitability from year six de operation.

---

\* Project of degree

\*\* Universidad Industrial de Santander, Institute Regional Projection and Distance Education.  
Business Management, Director: PINEDA LOPEZ, Alberto.

## INTRODUCCIÓN

Dentro de las diferentes actividades que realiza el ser humano para su crecimiento personal y espiritual, está el aspecto de recreación y descanso. A medida que crecen las ciudades, a pesar de la existencia de centros recreativos y de diversión, las personas buscan espacios más naturales que les permita alejarse del ruido y el estrés que genera el diario vivir.

Uno de los sectores que más se ha desarrollado en Santander en los últimos años es el turístico, y conscientes de esto, tanto el gobierno como la empresa privada, se han preocupado por el bienestar de la población y es así que se han creado oportunidades de recreación y descanso en ambientes naturales.

Vale la pena recordar sitios turísticos de interés como el parque Gallineral en San Gil, El museo del petróleo en Barrancabermeja, municipios declarados Monumento Nacional como Barichara y Girón y últimamente el Parque Nacional del Chicamocha, el Centro Recreacional y Turístico El Portal, La Moradita de Rionegro, Santander; entre otros. Los cambios del mundo moderno han generado nuevos estilos de descanso, que se caracterizan por buscar ambientes naturales, sencillos y a la vez económicos.

En este argumento, los centros recreacionales y turísticos pasan a ser un nuevo estilo descanso y recreación, con el objeto de mejorar la calidad de vida del ser humano, porque en un buen descanso esta el vivir, ya que reconoce que es de vital importancia para la salud y el bienestar en general del ser humano.

Dado el auge que se esta viviendo en el sector turístico, nace la idea para las autoras de este proyecto de crear un Centro Recreacional y Turístico, enfocado a la recuperación de la integración de la familia, ya que este es el punto de partida

en la problemática para la idea naciente de este proyecto, en San Rafael de Rionegro, Santander.

## 1. GENERALIDADES

El Turismo es una actividad cuyo protagonista es el hombre, por lo que, al desarrollarse en el campo personal, cada quien tiene su interpretación, la cual depende de sus vivencias, deseos, gustos, motivos, cultura, idioma, etcétera, y por lo tanto su definición desde el punto de vista general se torna dificultosa y a veces contradictoria. El ejercicio del turismo es escapar de la aburridora rutina diaria, escapar de lo familiar, de lo común, de lo ordinario. Escapar del trabajo, del jefe, de los clientes, del ir y venir en tren, de la casa, del jardín, de los grifos que gotean. También se podría definir el turismo diciendo que es un fenómeno socio-económico que influye de gran manera en el crecimiento cultural y en la riqueza de los pueblos, o que es el movimiento de humanos para intercambiar conocimientos, cultura, aventuras, credos, idiomas, etc.

La palabra turismo, etimológicamente considerada se deriva de la palabra latina " tornus " que quiere decir vuelta o movimiento y la cual adoptaron los ingleses, franceses y españoles con ese sentido, aplicándola al " turismo". Por eso hoy cuando se ofrece un viaje turístico o sea, un movimiento de personas que se trasladan o viajan por placer, se les invita a participar de un " tour " a determinado destino. Los planes de excelencia turística son instrumentos de coordinación, cooperación e integración de políticas en destinos turísticos, entre los tres niveles de Administración diferentes, General del Estado, Autonómica y Local.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> SECRETARÍA DE TURISMO.: [http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_Antecedentes2](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Antecedentes2)

## **Evolución histórica**

El turismo propiamente dicho, nace en el [siglo XIX](#), como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se distinguen por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, etc. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros.

El Turismo y la Recreación. Colombia se posiciona cada vez más como uno de los núcleos iberoamericanos con variados destinos turísticos para todos sus visitantes, nacionales y extranjeros, su gran variedad de climas, paisajes y exóticos lugares hacen del país un fabuloso lugar.

### **1.1. ASPECTOS LEGALES**

**Política Nacional de Ecoturismo.** En el campo normativo el país ha venido desarrollando una legislación de gran trascendencia para la conservación de los recursos naturales.

#### **La Constitución**

La Constitución Política de 1991, además de garantizar el derecho que todas las personas tienen a gozar de un ambiente sano (artículo 79), introduce el concepto de desarrollo sostenible al consagrar la obligación del Estado de “planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales” y prevenir los factores que ocasionen riesgos a su conservación o conduzcan a su deterioro (art. 80).<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> [www.col.ops-oms.org/juventudes/.../PL30096.htm](http://www.col.ops-oms.org/juventudes/.../PL30096.htm)

La conservación de la biodiversidad tiene como finalidad última garantizar la calidad de vida de todos los habitantes del país.

### **Las leyes**

La ley 99 de 1993 establece en su artículo 1, núm. 2: “La biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible” y en su artículo 3 especifica: “Se entiende por desarrollo sostenible el que conduzca al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades.”<sup>3</sup>

Reconociendo la gran potencialidad que nuestra biodiversidad ofrece y la necesidad de diversificar la oferta, la legislación del sector - ley 300 de 1996 - lo acoge como una extraordinaria alternativa para impulsar el desarrollo regional. En su artículo 26 lo define en los términos arriba mencionados.

En su artículo 27, establece que “cuando quiera que las actividades turísticas que se pretenden desarrollar en áreas del Sistema de Parques Nacionales Naturales, serán estas entidades - Minambiente y Mindesarrollo (hoy Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)- las que definan la viabilidad de los proyectos, los servicios que se ofrecerán, las actividades permitidas, capacidad de carga y modalidad de operación”.

Establece, además, la obligación de que exista una coordinación institucional especialmente entre el Ministerio del Medio Ambiente y el Ministerio de Desarrollo Económico (hoy Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) para la orientación

---

<sup>3</sup> [www.col.ops-oms.org/juventudes/.../PL30096.htm](http://www.col.ops-oms.org/juventudes/.../PL30096.htm)

de estas actividades ya sea en áreas pertenecientes al Sistema de Parques Nacionales Naturales o aquellas que sin pertenecer a él sean consideradas de reserva o de manejo especial.

El artículo 28 de dicha ley dispone que los proyectos eco turísticos a desarrollarse dentro de las áreas del Sistema de Parques Nacionales “deberán considerar su desarrollo solamente en las áreas previstas como las zonas de alta densidad de uso y zonas de recreación general exterior, de acuerdo con el Plan de Manejo o el Plan Maestro de las áreas con vocación ecoturística”.

La ley 70 de 1993, que desarrolla el artículo 55 transitorio de la Constitución Política (comunidades Negras), establece en su artículo 51: “Las entidades del Estado en concertación con las comunidades negras, adelantarán actividades de investigación, capacitación, fomento, extensión y transferencia de tecnologías apropiadas para el aprovechamiento ecológico, cultural, social y económicamente sustentable de los recursos naturales, a fin de fortalecer su patrimonio económico y cultural” En su artículo 53 establece: “En las áreas de amortiguación del sistema de Parques Nacionales ubicados en las zonas objeto de esta ley se desarrollarán conjuntamente con las comunidades negras, modelos de producción, estableciendo estímulos económicos y condiciones especiales para acceder al crédito y capacitación. Igualmente, en coordinación con las comunidades locales y sus organizaciones, se desarrollarán mecanismos para desestimular la adopción o la prosecución de prácticas ambientalmente insostenibles”.

Por su parte, la ley 21 de 1991, por medio de la cual se aprueba el convenio No 169 sobre pueblos indígenas y tribales, en su artículo 7 establece: “los pueblos interesados deberán tener el derecho de decidir sus propias prioridades en lo que atañe al proceso de desarrollo, en la medida en que éste afecte a sus vidas, creencias, instituciones y bienestar espiritual y a las tierras que ocupan o utilizan

de alguna manera, y de controlar, en la medida de lo posible, su propio desarrollo económico, social y cultural”.

Las políticas ambientales se sustentan en una serie de principios generales contenidos en la ley 99 de 1993, que en su artículo 1 establece:

- 1 El proceso de desarrollo económico y social del país se orientará según los principios universales y del desarrollo sostenible contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de junio de 1992 sobre Medio Ambiente y Desarrollo.
- 2 La biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible.
- 3 Las políticas de población tendrán en cuenta el derecho de los seres humanos a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.
- 4 Las zonas de páramos, subpáramos, los nacimientos de agua y las zonas de recarga de acuíferos serán objeto de protección especial.
- 5 En la utilización de los recursos hídricos, el consumo humano tendrá prioridad sobre cualquier otro uso.
- 6 La formulación de las políticas ambientales tendrá en cuenta el resultado del proceso de investigación científica. No obstante, las autoridades ambientales y los particulares darán aplicación al principio de precaución conforme al cual, cuando exista peligro de daño grave e irreversible, la falta de certeza científica absoluta no deberá utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces para impedir la degradación del medio ambiente.
- 7 El Estado fomentará la incorporación de los costos ambientales y el uso.

- 8 de instrumentos económicos para la prevención, corrección y restauración del deterioro ambiental y para la conservación de los recursos naturales renovables.
- 9 El paisaje por ser patrimonio común deberá ser protegido.
- 10 La prevención de desastres será materia de interés colectivo y las medidas tomadas para evitar o mitigar los efectos de su ocurrencia serán de obligatorio cumplimiento.
- 11 La acción para la protección y recuperación ambientales del país es una tarea conjunta y coordinada entre el Estado, la comunidad, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado. El Estado apoyará e incentivará la conformación de organismos no gubernamentales para la protección ambiental y podrá delegar en ellos algunas de sus funciones
- 12 Los estudios de impacto ambiental serán el instrumento básico para la toma de decisiones respecto a la construcción de obras y actividades que afecten significativamente el medio ambiente natural o artificial.
- 13 El manejo ambiental del país, conforme a la Constitución Nacional, será descentralizado, democrático y participativo.
- 14 Para el manejo ambiental del país, se establece un Sistema Nacional Ambiental -SINA- cuyos componentes y su interrelación definen los mecanismos de actuación del Estado y la sociedad civil.
- 15 Las instituciones ambientales del Estado se estructurarán teniendo como base criterios de manejo integral del medio ambiente y su interrelación con los procesos de planificación económica, social y física.

La misma ley, cuando habla de algunas de las funciones del Ministerio del Medio Ambiente en relación con esta materia, establece en su artículo 5, numerales 1 y 34: Corresponde al Ministerio del Medio Ambiente:

Artículo 5 Numeral 1. Formular la política nacional en relación con el medio ambiente y los recursos naturales renovables, y establecer las reglas y criterios de ordenamiento ambiental de uso del territorio y de los mares adyacentes, para asegurar el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales renovables y del medio ambiente.

Numeral 34. Definir, conjuntamente con las autoridades de turismo, las regulaciones y los programas turísticos que puedan desarrollarse en áreas de reserva o de manejo especial; determinar las áreas o bienes naturales protegidos que puedan tener utilización turística, las reglas a que se sujetarán los convenios y concesiones del caso y los usos compatibles con esos mismos bienes.

Por su parte, la actual política ambiental, se concentra en la construcción de un Proyecto Colectivo Ambiental – basado en los programas centrales de Agua, Biodiversidad, Bosques, Sostenibilidad de los procesos productivos endógenos, Calidad de vida urbana, Producción más limpia y Mercados Verdes - buscando incentivar la producción de bienes y servicios ambientalmente sanos e incrementar la oferta de servicios ambientalmente competitivos en los mercados nacional e internacional, garantizando el reconocimiento de los derechos intelectuales y de país de origen a que haya lugar.

Los documentos de política turística recientes, incluyen la preocupación por el desarrollo del turismo especializado en Colombia. El documento “El turismo sector estratégico de desarrollo nacional, bases para una política turística” elaborado en 1991, establece un “programa de ecoturismo y desarrollo empresarial comunitario” en el camino hacia el turismo especializado.

El documento “Política turística 1995-1998”, en la estrategia de competitividad, contemplaba unas acciones para el desarrollo del ecoturismo:

- Formular, en trabajo conjunto con el Ministerio del Medio Ambiente, una política de ecoturismo.
- Procurar el desarrollo y mejoramiento de los servicios turísticos en las áreas protegidas destinadas para tal actividad.
- Estimular la participación del sector privado en el desarrollo y operación de instalaciones e infraestructuras turísticas mediante el mecanismo de concesión.
- Preparar perfiles de proyectos turísticos en las áreas protegidas, que cumplan con los requisitos fijados en sus planes de manejo.
- Registrar sistemáticamente y evaluar el impacto ecológico, social y económico de las actividades vinculadas al ecoturismo.
- Proponer un ordenamiento del territorio nacional con alto componente ambiental en función del uso turístico.
- Coordinar con las agencias de viajes y turismo la organización, promoción, comercialización y operación de planes o paquetes eco turístico.

La “Política turística para una sociedad que construye la paz”, formulada en el año 2000, se propone como objetivo superior mejorar la competitividad de los destinos turísticos en todas las regiones del país. En sus fundamentos la política es participativa en lo político, equitativa en lo social, orientada a la competitividad en lo económico, articulada con lo regional y sustentable en lo ambiental.

Entre las estrategias planteadas para lograrlo está la creación de nuevos productos y la contribución que el turismo puede hacer a la construcción de la paz.

Esta labor implica un trabajo conjunto del empresario, de las comunidades del lugar y de las autoridades para diversificar la oferta de servicios en cada destino.

En la estrategia de turismo y política de paz establece que su objetivo es demostrar la viabilidad de éste “como generador de desarrollo y de empleo, como promotor de integración comunitaria y como instrumento idóneo para el afianzamiento de la cultura local y autóctona”. Cabe resaltar que la política, al destacar estos elementos, está haciendo un llamado a las comunidades para que valoren su cultura, se apropien de ella y puedan competir eficientemente en los ámbitos nacional e internacional. Este es uno de los elementos más apreciados por los turistas internacionales en la actualidad.

Puntualiza que “los micro clusters turísticos y eco turísticos identificados en zonas de conflicto incluyen: parques naturales públicos y privados, los Llanos Orientales, la Orinoquia, la Amazonia y la zona arqueológica de San Agustín y Tierra dentro. En las regiones señaladas se pondrán en marcha tareas orientadas al desarrollo del talento humano con miras a una mayor participación ciudadana en la materialización de planes eco turísticos”

Estas áreas son prioritarias para el desarrollo del ecoturismo pero en manera alguna excluyen a otras que tengan potencial y se puedan incorporar al proceso. La formulación de una política nacional para el ecoturismo constituye un reto ya que a través de ella se debe proponer un modelo de turismo sostenible al sector que llegue a ser asumido y apropiado en las prácticas de uso, actitudes y comportamientos del empresario y del usuario – turista, superando las simples discusiones conceptuales.

Para el Gobierno Nacional el ecoturismo tiene un alto significado, entendido como un instrumento de protección y cuidado de las áreas con esta vocación y como la gran oportunidad de crecimiento de la conciencia del país hacia una sostenibilidad en el uso de los recursos naturales y la alta biodiversidad con que cuenta.

Éste ofrece, a su vez, a las comunidades locales, a los pequeños y grandes empresarios, a las organizaciones no gubernamentales, una oportunidad de explorar nuevos oficios que conlleven a una mejor calidad de vida.

El Plan Nacional de Desarrollo “Hacia un Estado Comunitario” da prioridad al tema de generación de empleo. En el capítulo de sostenibilidad ambiental, con el Programa “Generación de ingresos y empleo verde”, se definen entre otras metas, el impulso a proyectos de turismo sostenible y el establecimiento de pequeñas o medianas empresas y organizaciones de base comunitaria ligadas a la búsqueda de productos nuevos para mercados nacionales e internacionales.

Todo lo anterior ligado a las políticas y programas ya mencionados.

El mismo Plan, cuando hace alusión al tema turístico, establece que este se regirá por los lineamientos del correspondiente plan sectorial, enfatizando aspectos como: identificación y desarrollo de clusters en ecoturismo y otros, aumento de la seguridad vial, impulso a las mipymes, estímulos a la renovación urbana con potencial turístico, construcción y remodelación de hoteles

El documento “Turismo para un nuevo país; plan sectorial de turismo 2003-2006” contempla una visión 2020 para el sector en la cual el ecoturismo, siguiendo las tendencias internacionales, es uno de los siete productos fundamentales en los cuales el país concentrará sus esfuerzos en las próximas décadas.

De hecho el ecoturismo es el producto que quieren desarrollar la mayoría (36,12%) de los clusters turísticos con los cuales se han trabajado convenios de competitividad turística. Pero, tal como lo plantea el plan sectorial, se trata de una intencionalidad, ya que aún son muchos los problemas que se deben resolver las instituciones.

El turismo en Colombia tiene una estructura institucional muy sencilla. En el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se creó un Viceministerio de Desarrollo Empresarial del cual depende la Dirección de Turismo que es la instancia rectora de esta actividad en el país. Tanto la ley 300 de 1996 como el Decreto 210 de 2003 establecen las funciones y la estructura que maneja el sector. La formulación de políticas, la asistencia técnica a las regiones, la garantía de calidad a los usuarios de los servicios turísticos, el registro de los establecimientos que prestan los servicios turísticos, la producción de información estadística que oriente al sector, son los temas más destacados.<sup>4</sup>

### **Ley 300 de 1996**

En el artículo 61 estableció el Registro Nacional de Turismo, en el cual deben inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia. Este registro es obligatorio para su funcionamiento y debe actualizarse anualmente.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo coordinan sus acciones y se apoya en las entidades creadas por los Departamentos y Municipios para impulsar las actividades turísticas.

El Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial es el ente rector de la política ambiental del país. La Unidad Administrativa Especial de Parques Nacionales Naturales se creó con el objeto de manejar las áreas protegidas. La ley 99 de 1993, que crea el Minambiente, le da especial relevancia a las Corporaciones ambientales Regionales como soporte de la actividad en este

---

[www.col.ops-oms.org/juventudes/.../PL30096.htm](http://www.col.ops-oms.org/juventudes/.../PL30096.htm)

ámbito. La misma norma crea la Unidad Administrativa Especial de Parques Nacionales Naturales con el objeto de administrar las áreas protegidas del país. Previamente, el Código Nacional de Recursos Naturales y de protección al medio ambiente, expedido mediante el Decreto ley 2811 de 1974 había sentado los lineamientos básicos al respecto.

Mediante el decreto 1124 de 1996, por el cual se reestructura el Ministerio del Medio Ambiente, la Unidad Administrativa Especial de Parques Nacionales Naturales tiene, además, la función de llevar el registro de las reservas naturales de la sociedad civil y la coordinación de estrategias para el desarrollo de programas y proyectos sostenibles del Sistema Nacional de Áreas Protegidas.<sup>5</sup>

**DECRETO 2171/2009**, de Junio 10 de 2009 “Por medio del cual se señalan medidas aplicables a las piscinas y estructuras similares de uso colectivo y de propiedad privada unihabitacional y se dictan otras disposiciones”.

#### **LEY 679 DE 2001**

Por medio de la cual se expide un estatuto para prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores, en desarrollo del artículo 44 de la Constitución.

#### **DECRETO 2395 DE 1999**

Por el cual se reglamenta la Ley 300 de 1996 en lo relacionado con la inscripción en el Registro Nacional de Turismo de los establecimientos gastronómicos, bares y negocios similares de interés turístico.

#### **LA LEY DEL MEDIO AMBIENTE (Ley 99 de 1993)**

---

[www.col.ops-oms.org/juventudes/.../PL30096.htm](http://www.col.ops-oms.org/juventudes/.../PL30096.htm)

Dentro de las funciones del Ministerio del Medio Ambiente figuran, la formulación de la respectiva política nacional junto con las reglas y criterios del ordenamiento ambiental de uso del territorio que asegure el uso sostenible de los recursos naturales renovables y del ambiente y la actuación con las autoridades de turismo para regular y establecer programas turísticos en áreas de reserva o protegidas con posible uso por el turismo.

***Licencia ambiental:*** autorización para ejecutar un proyecto que pueda producir deterioro grave de los recursos naturales renovables o medio ambiente o modificar el paisaje, y en la cual se fijan los requisitos u obligaciones para prevenir, mitigar, corregir, compensar y manejar efectos del proyecto autorizado (Decreto 1753 de 1994, artículo 2).

#### **Ley de desarrollo territorial (Ley 388 de 1997)**

Constituye una herramienta para dotar al Estado de un instrumento de intervención para guiar el ordenamiento territorial y promover el desarrollo socioeconómico de los municipios. Reúne los elementos para la planificación y gestión territorial a utilizar en las administraciones locales en coordinación y concurrencia con departamentos y la nación para lograr un ordenamiento físico territorial que impulse el desarrollo económico y social en armonía con la naturaleza que eleve la calidad de vida y alcance el desarrollo sostenible. Armonizar normas de planeación y del ambiente y concurrencia de diferentes entidades.

#### ***Determinantes en los POTS:***

Conservación y protección del medio ambiente

Conservación, preservación y uso de áreas e inmuebles considerados patrimonio cultural.

Contenido estructural: Señalamiento y medidas entre otras de las áreas para la protección del medio ambiente y conservación de los recursos naturales y defensa del paisaje (...), conservación y protección del patrimonio histórico, cultural y arquitectónico (...)’ (artículo12).

### **Ley de cultura -Ley 397 de 1997**

Esta ley expide normas sobre el patrimonio cultural y los estímulos y fomentos a la cultura además de la creación del Ministerio de Cultura.

Obligación del Estado y de las personas de valorar, proteger y difundir el Patrimonio Cultural de la Nación’ (artículo 1º).

Objetivos primordiales de la política cultural: preservación del Patrimonio Cultural de la Nación y el apoyo y estímulo a los promotores de expresiones artísticas y culturales (artículo 2).

**RESOLUCIÓN 958 DE 2010, Abril 20 de 2010.** Diario Oficial No. 47.689 de 23 de abril de 2010. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo “Por la cual se establecen unas disposiciones en desarrollo la Ley 1225 de 2008, sobre parques de diversiones, atracciones y dispositivos de entretenimiento, en todo el territorio nacional”.<sup>6</sup>

## 1.2. RESEÑA HISTORICA

En los años 1945 y 1948 el señor Roque Vargas fundó a orillas del río Lebrija un pequeño caserío con el nombre de Puerto Nuevo, más adelante el Señor Virgilio Rangel quien se posesiono en unos terrenos aledaños, donde con su familia construyo su vivienda, originando un caserío.

Después de la revolución del 9 de abril de 1948, llegaron procedentes de la provincia del municipio de Sabana de Torres los señores Alejandro Guzmán, Luis Uribe, Héctor Machado, Alban Luna y Antonio Gutiérrez, todos ellos desplazados y simpatizantes del líder guerrillero Rafael Rangel Gómez.

El 29 de septiembre de 1948, realizaron una reunión en una tienda de bebidas alcohólicas (en un bar del pueblo), en donde acordaron que el pequeño casorio se llamaría **SAN RAFAEL**, como homenaje al santo de ese día.

Durante varios años la gente se desplazaba a pie hacia la provincia, a conseguir los víveres hasta que en 1959, llega por primera vez un bus de la Cooperativa Santa Rosa, hoy Cootransmagdalena. Siendo este el comienzo del Comercio de San Rafael.

En 1960 se construye la banca del Ferrocarril y la Estación se denomina entonces "**ESTACION SAN RAFAEL RIO LEBRIJA**", la cual fue inaugurada en 1.961 por el entonces presidente de la República ALBERTO LLERAS CAMARGO.

Como consecuencia de la construcción del Ferrocarril del Atlántico; el pequeño caserío existente se desarrollo rápidamente, la fertilidad de su tierra hizo que se estableciera gran cantidad de colonos, su economía se fundamento en el cultivo del arroz, la ganadería y la pesca. Posteriormente por su cercanía a San Alberto y

por las condiciones Agrologicas de sus tierras, se empezó a desarrollar el cultivo de la Palma Africana para la extracción de aceites comestibles.

En el año de 1.982, gracias de la labor del sacerdote VICTOR LOPEZ, se fundo el actual Colegio Departamental Juan Pablo II, en la actualidad la zona urbana tiene aproximadamente 1.200 viviendas con una población de 12.400 habitantes que se dedican a la ganadería, la agricultura, la pesca, cultivo de palma africana, sector de cooperativas de palma africana y otros al comercio. Cuenta con los servicios de luz, agua, alcantarillado, servicio de teléfono, canal de televisión comunitaria (la parabólica) y ejecutando el proyecto del servicio de gas natural tanto en la parte urbana como en la parte rural.

### **1.3. CONTEXTO GEOGRAFICO**

El Corregimiento de San Rafael, Municipio de Pionero Santander, comprende el llamado Bajo Rionegro, situado al noroccidente del Departamento de Santander en la Zona del Magdalena Medio que forma la rivera de los ríos Lebrija y Cachira.

El centro de la región es el corregimiento de San Rafael, distante 139 km de la ciudad de Bucaramanga, por la vía al mar.

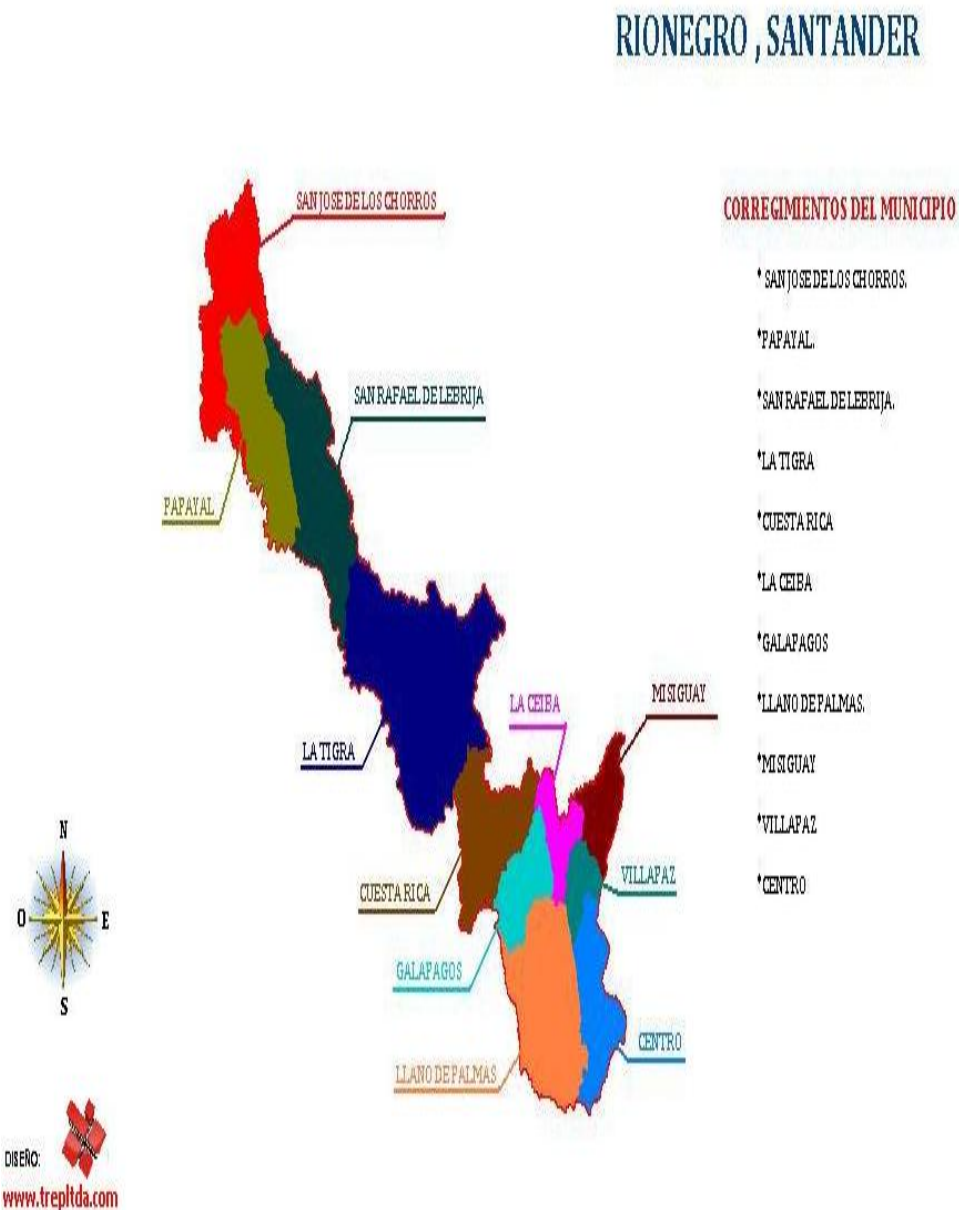
Tiene una extensión aproximada de 3.000 km<sup>2</sup>, de los cuales el 90% es terreno plano, con una temperatura que oscila entre los 35 y 40 grados. Limita por el oriente con el corregimiento de la Tigra, por el occidente con el corregimiento de Papayal que también corresponde al Municipio de Rionegro Santander, por el norte con el río Cachira y el 20 de julio, por el sur con el río Lebrija y el Municipio de Sabana de Torres. <sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Alcaldía Municipal de Rionegro, Santander. P.O.T.

Este corregimiento esta ubicado sobre la vía férrea que comunica hacia la Costa Atlántica y el Interior del País, también esta ubicada sobre la vía central de la Panamericana que también conecta hacia la Costa Atlántica y el Interior del País y esta a 2 horas por carretera del Rio Magdalena. (Ver anexo mapa).

**Figura No. 01** Mapa del Municipio de Rionegro, Santander



El Corregimiento de San Rafael, se caracteriza por ser una región pujante y prospera. Su economía esta basada en la Agricultura y la Ganadería, su gente se caracteriza por su calidad humana donde todavía se rescatan los valores de la familia, pues su ambiente es de pueblo en comparación de los municipios cercanos.

Tener una población de 12.400 habitantes y un área geográfica 3.000 km<sup>2</sup> poblacional y por sus actividades económicas y comerciales, se hace necesario la creación de este proyecto. El abandono del estado y del gobierno municipal ha sido los responsables que esta región no tengan un lugar de esparcimiento y de recreación para ser utilizado por las familias y las empresas de esta región.

A continuación presentamos el mapa de Rionegro, Santander, en el que se muestra toda el área geográfica del municipio, comprendida por 11 municipios y se observa donde se encuentra ubicado el Corregimiento de San Rafael.

El municipio de Rionegro se encuentra dividido en dos sectores, comprendidos así: El Alto Rionegro y el Bajo Rionegro. San Rafael se encuentra ubicado en el Bajo Rionegro, junto con los corregimientos de Papayal, San José de Los Chorros, La Tigra, Salinas y Consulta. Entre los corregimientos mencionados San Rafael es la cabecera municipal, debido a su mayor extensión geográfica y poblacional.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Alcaldía Municipal de Rionegro, Santander. P.O.T.

## 2. ESTUDIO DE MERCADOS

En el sector del corregimiento de San Rafael no hay un lugar recreativo donde se brinde un servicio de recreación y descanso, digno como todo ser humano se merece para mejorar la calidad de vida y donde se fortalezca el sentido de pertenencia para con la región. San Rafael cuenta con una población de 12.400 personas aproximadamente y su único sitio turístico se encuentra en la rivera del río Lebrija lleno de aguas contaminadas y un lugar para la venta de refrescos (tomaderos), que no son muy agradables para una integración familiar ni social. Esta contaminación se debe a la represa de Bucaramanga, pero al no haber otro sitio, este se ha convertido en el lugar de recreación de la región.

Debido al auge que se está viviendo en esta región, se necesita promocionar estímulos para mejorar la calidad de vida de los habitantes, valores en familia, crecimiento personal y espiritual y fortalecer los estilos de vida saludable.

Por el abandono de la cabecera municipal de Rionegro, Santander que es allí donde llegan las regalías que proporciona San Rafael, nunca se han preocupado por desarrollar proyectos de inversión en esta región que fomente la recreación turística, un lugar digno para descansar, integración ya sea familiar o social, donde la juventud sanamente se vaya a divertir, no tan solo ellos si no en conjunto el núcleo familiar. Esta situación ha conllevado que los fines de semana, los festivos, aún en los días de semana y fechas acordes a un momento especial de las personas se desplacen a los municipios aledaños o aún a la cabecera municipal de Rionegro, el Playón. Porque no encuentran un lugar con las características apropiadas.

Al ver que esta notoria situación sigue siendo significativa, en el progreso de la Región y que es de carácter fundamental promover al desarrollo y ejecución de

esta idea, Creación de un centro Recreacional y Ecológico en el Corregimiento de San Rafael, municipio de Rionegro, Santander. Nace la necesidad de aplicar los conocimientos aplicados en la Tecnología Empresarial y los que se llevan a cabo en la formación técnico – práctica en el ciclo Profesional de Gestión Empresarial, a desarrollarlos en la región que nos vio nacer y que ahora necesita de nosotras, siendo este el objetivo de la carrera.

La presente Investigación de Mercados esta orientado a determinar con buen nivel de confianza; los siguientes aspectos: los gustos, preferencias, precio y nivel de aceptación de los clientes por el sector turístico y recreacional, ecoturismo y turismo rural nacional, en el Municipio de Rionegro, Santander específicamente en la zona de San Rafael. Como alternativa de descanso e integración familiar y la recuperación de los valores culturales de la región

En consecuencia, se trata de la recopilación y análisis de antecedentes que permitan determinar el nivel de factibilidad para ofrecer el servicio del Centro Recreacional y Turístico.

## **2.1. OBJETIVOS**

### **2.1.1. General**

Realizar una investigación de mercado mediante la recolección de información, estableciendo demanda, oferta, precio y comercialización para identificar y analizar la aceptación del Centro Recreacional y Turístico en el Corregimiento de San Rafael de Rionegro, Santander.

### **2.1.2. Específicos**

- Conocer el grado de aceptación por el servicio de recreación y turístico en el Corregimiento de San Rafael de Rionegro, Santander.

- Determinar la preferencia en la variedad de servicios que se encontraran dentro del Portafolio de Servicios del Centro Recreacional y Turístico en el Corregimiento de San Rafael de Rionegro, Santander.
- Identificar las necesidades de información de la demanda turística teniendo en cuenta como principales características (Profesión, edad, sexo, estrato, nivel de ingresos).
- Determinar cuales son los canales de distribución que favorece la comercialización del servicio, para cumplir con la función de satisfacer la necesidad del consumidor y lograr los objetivos de la empresa
- Realizar un estudio de la demanda para conocer si los habitantes de San Rafael y sus corregimientos aledaños están dispuestos a adquirir el servicio teniendo en cuenta como variable importante, un nuevo destino eco turístico.
- Realizar un estudio en el ejercicio de oferta y demanda, con una buena promoción de servicios de recreación, deporte, diversión necesarios para mejorar la calidad de vida de los habitantes del Corregimiento de San Rafael, veredas y corregimientos aledaños.
- Diseñar el servicio más apropiado de recreación y turismo que tenga las características tanto en comodidad como en aprender a disfrutar la naturaleza que se ajuste a la necesidad de las personas que lo requieran.
- Evaluar mediante los diferentes indicadores de evaluación de proyectos, si el proyecto es viable y factible para sus propietarios.

## **2.2. DESCRIPCION DEL SERVICIO**

### **2.2.1. Definición, usos y especificaciones del servicio**

El Centro Recreacional y Turístico de San Rafael de Rionegro, Santander desea brindar a San Rafael, corregimientos, veredas y aún municipios aledaños, tendrá como modalidad prestar servicios de recreación y turísticos de ambiente familiar, con disponibilidad de servicio de restaurante, cafetería, disco-bar, piscinas, juegos extremos, servicio de alquiler de camping, campo deportivo para todas las disciplinas deportivas (football, basketboll, microfutboll, minitejo y bolo criollo) y salón social. Se tendrá en cuenta como factor fundamental las características de creatividad para que los clientes tengan fácil acceso para adquirir servicios complementarios.

#### **Usos y Especificaciones del Servicio.**

El servicio se realizara con personal especializado en Recreación y Turismo y con excelente preparación en servicio al cliente y conocimiento en el portafolio de servicios.

El portafolio de Servicios se dirigirá a grupos y personas individuales, todos los estratos económicos, raza, color y a todas las empresas que rigen la actividad económica de la región, a los cuales se les brindara el servicios de recreación y turístico.

El portafolio de servicios esta conformado por las diferentes actividades a realizar:

- Servicios de recreación y turísticos de ambiente familiar.

**Figura No. 02** Servicio de recreación y turístico de ambiente familiar.



**Figura No. 03** Servicio de recreación y turístico de ambiente familiar.



- Servicio de restaurante y cafetería.

**Figura No. 04** Servicio de restaurante y cafetería



- Piscinas (adultos – niños).

**Figura No. 05.** Servicio de piscina (adultos – niños).



**Figura No. 06.** Servicio de piscina (adultos – niños).



- Campo deportivo (Canchas de Football, Microfútbol, Básquetbol, Bolo criollo y Mini tejo).

**Figura No. 07.** Servicio de campo deportivo.



- Salón social

**Figura No. 08.** Servicio Salón Social.



- Servicio de alquiler de carpas para camping.

**Figura No. 09.** Servicio de alquiler de carpas para camping.



**Figura No. 10.** Servicio de alquiler de carpas para camping



- Juegos para niños

**Figura No. 11** Servicio juegos para niños.



### **2.2.2. Servicios sustitutos**

El Corregimiento de San Rafael no cuenta con este tipo de empresas dedicadas a la actividad de la recreación y turísticos a ofrecer; por lo anterior, el servicio será pionero en la región.

Existen opciones de alojamiento similares como son hoteles, residencias, las cuales no cumplen con los requisitos de ley de turismo para operar, como Centros Recreacionales y Turísticos, por lo cual no son de competencia para este proyecto.

### **2.2.3. Servicios complementarios**

Teniendo en cuenta que el objetivo del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael, es brindar recreación, descanso y el rescate de los valores en familia.

Como servicios complementarios, se tendrá:

- Club de Natación dirigido a niños de 5 años a 15 años y adolescentes a partir de 15 años.

**Figura No. 12** Club de Natación.



**Figura No. 13** Club de Natación.



- Escuela de Formación Deportiva a partir de los cinco años de edad hasta los 15 años de edad.

**Figura No. 14** Escuela de Formación Deportiva.



**Figura No. 15** Escuela de Formación Deportiva.



- Club Recreacional para la tercera edad, los días de lunes a sábado de 6:00 a.m. a 8:00 a.m. Teniendo en cuenta que las personas de la tercera son parte fundamental en la familia.

**Figura No. 16** Club Recreacional para la Tercera Edad.



- Servicios de SPA.

**Figura No. 17** Servicio de SPA.



#### **2.2.4. Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia**

Teniendo en cuenta que dentro del Portafolio de Servicios incluyen personal guía y administrativo, altamente calificados en recreación y atención al cliente, quienes son las personas directas que intervienen en la prestación del servicio del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael. El Centro Recreacional y Turístico tendrá su atención centrada en las necesidades de las personas asistentes a este lugar; ya que el deseo del usuario es disfrutar del momento de recreación, descanso y tranquilidad. Tendiendo en cuenta el análisis del entorno, desarrollando en ellos un sentido creativo e innovador, para lograr la plena satisfacción del cliente y se incite a utilizar de nuevo los servicios del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael.

Manteniendo la visión de posicionamiento como el mejor Centro Recreacional y Turístico de la región y manteniendo este gran diferenciador turístico en las diferentes modalidades de acuerdo a las necesidades de los clientes.

La empresa mantendrá una atención personalizada conservando una base de datos actualizada de sus usuarios y posibles clientes para mantener contacto con los mismos con el ánimo de conocer sus expectativas, escuchar sus opiniones acerca del servicio para poder mejorar y perfeccionar lo ofrecido según el grupo al que vaya dirigido.

Teniendo en cuenta que el no haber otro sitio en la región que se dedique a prestar estos servicios, como los ofrecerá el Centro Recreacional y Turístico de San Rafael, será de gran facilidad para el cumplimiento de los objetivos proyectados.

Los centros recreacionales y turísticos de competencia son: El Portal ubicado en la cabecera municipal de Rionegro, la cual queda a dos horas de San Rafael, Los Manatíes de Sabana de Torres, ubicado a una distancia de 1 hora de San Rafael, El Club de Indupalma ubicado en San Alberto (cesar) a 30 minutos de San Rafael y los de Barrancabermeja, ubicados a una distancia de dos horas y 30 minutos de San Rafael. Como se denota se necesita de contar con transporte, lo cual hace que los costos se incrementen al momento de utilizar los servicios de algún sitio de los antes mencionados.

Una ventaja atractiva del Centro Recreacional es de la ubicación, ya que quedara ubicado sobre la vía panamericana que conduce vía a la Costa y el interior del país.

Teniendo en cuenta los resultados arrojados en la tabulación de las encuestas, la población encuesta el 100% esta de acuerdo en que se lleve a cabo este proyecto en San Rafael.

## **2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

### **2.3.1. Mercado potencial**

Comprende las 2.893 familias de la región de los estratos 2 y 3. Familias compuestas por niños, adolescentes, jóvenes y adultos. Son estudiantes, empresarios, amas de casa, empleados, comerciantes, agricultores, cooperados palmicultores, etc.

Compromete a toda la sociedad con la necesidad de buscar la mejor forma de organizar un fin de semana lleno de felicidad y regocijo en sitios de interacción social que les brinde un lugar de esparcimiento, descanso, diversión e integración social o familiar y cultura. Este conjunto representa parte de una sociedad en busca de mejorar su calidad de vida y que prefiere relacionarse con individuos comprometidos en si mismo, con su familia y su entorno.

La región que comprende la ubicación del proyecto se compone de 2.893 familias, de la cual se toma la muestra de 393 familias para realizar el trabajo de campo.

Con respecto a este ítem, el área de influencia esta compuesto por un número de 12.400 habitantes, así:

**Cuadro No. 01. Ficha Mercado Potencial**

<b>POBLACION</b>	<b>%</b>	<b>No.</b>	<b>No. Familias</b>
San Rafael	60%	7.440	1.860
Papayal	25%	3.100	620
La Tigra	10%	1.240	310
San José de los Chorros	5%	620	103
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>12.400%</b>	<b>2.893</b>

**Fuente:** Las autoras

Se hace esta clasificación de acuerdo al rango en que se encuentran las poblaciones ubicadas según el Plan de Ordenamiento Territorial del municipio de Rionegro Santander.

Se aclara que la muestra aleatoria se tomo del total de la población, arrojando una muestra de 393 aplicada a los sectores del área de influencia. Así.

**Cuadro No. 02.** Matriz distribución de encuestas.

<b>POBLACION</b>	<b>%</b>	<b>No. Familias</b>
San Rafael	60%	235
Papayal	25%	99
La Tigra	10%	39
San José de los Chorros	5%	20
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>393</b>

**Fuente:** Las autoras

Se realiza el estudio de mercados en general a todas las personas de los estratos 2 y 3, sin clasificar, ya que los Servicios del Centro Recreacional, tendrá la misma calidad, costo, atención y variedad de promociones a todas las personas, familias y variedad de empresas.

### **2.3.2. Mercado objetivo**

El Centro Recreacional y Turístico del Corregimiento de San Rafael de Rionegro, va dirigido a todas las personas sin excepción alguna al respecto de su estado civil, color, raza, edad y a las familias, de todos los estratos.

En cuanto al sector comercial se dirige a los Comerciantes, Ganaderos, Agricultores, Cooperativas de Trabajo Asociado de Palma Africana, Otras Asociaciones, Empresas Privadas, Entidad Bancaria (Financiera Comultrasan), Instituciones Educativas de San Rafael y Municipios aledaños.

Personas con estilo de vida moderna, cultural, rumberas con la necesidad de descanso, en actividad social como reuniones sociales, integraciones familiares, el gusto por la práctica en la variedad de deportes (fútbol, básquetbol, mini tejo, bolo), actividades académicas.

**Cuadro No. 03** Ficha Mercado Objetivo

<b>POBLACION</b>	<b>%</b>	<b>No. Familias</b>
San Rafael	60%	235
Papayal	25%	99
La Tigra	10%	39
San José de los Chorros	5%	20
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>393</b>

**Fuente:** Las autoras

**Cuadro No. 04** Ficha Mercado Objetivo

<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>POBLACION</b>
Cooperativas de Trabajo Asociado	Productoras de Palma Africana	300
Cooperativas de Trabajo Asociado	Dedicas a la Pesca	100
Cooperativas de Trabajo Asociado	Cultivo y Comercialización de yuca	40
APRISA	Asociación de Productores de Leche	220

	de San Rafael.	
ASOGASAN	Asociación de Ganaderos de San Rafael	98
Asociación de Madres Comunitarias	Madres Comunitarias	25
Cootrasanal	Cooperativa de Transportadores de Santander.	43

**Fuente:** Las autoras

## **2.4. DEMANDA**

### **2.4.1. Investigación de mercados**

#### **2.4.1.1. Planteamiento del problema**

En el sector del corregimiento de San Rafael no hay un lugar recreativo donde se brinde un servicio de recreación y descanso, digno como todo ser humano se merece para mejorar la calidad de vida y donde se fortalezca el sentido de pertenencia para con la región. San Rafael cuenta con una población de 12.400 personas aproximadamente y su único sitio turístico se encuentra en la rivera del río Lebrija lleno de aguas contaminadas y un lugar para la venta de refrescos (tomaderos), que no son muy agradables para una integración familiar ni social. Esta contaminación se debe a la represa de Bucaramanga, pero al no haber otro sitio, este se ha convertido en el lugar de recreación de la región.

Debido al auge que se esta viviendo en esta región, se necesita promocionar estímulos para mejorar la calidad de vida de los habitantes, valores en familia, crecimiento personal y espiritual y fortalecer los estilos de vida saludable.

Por el abandono de la cabecera municipal de Rionegro, Santander que es allí donde llegan las regalías que proporciona San Rafael, nunca se han preocupado por desarrollar proyectos de inversión en esta región que fomente la recreación turística, un lugar digno para descansar, integración ya sea familiar o social, donde la juventud sanamente se vaya a divertir, no tan solo ellos si no en conjunto el núcleo familiar. Esta situación ha conllevado que los fines de semana, los festivos, aún en los días de semana y fechas acordes a un momento especial de las personas se desplacen a los municipios aledaños o aún a la cabecera municipal de Rionegro, (Santander). Porque no encuentran un lugar con las características apropiadas.

Al ver que esta notoria situación sigue siendo significativa, en el progreso de la Región y que es de carácter fundamental promover al desarrollo y ejecución de esta idea, Creación de un centro Recreacional y Ecológico en el Corregimiento de San Rafael – municipio de Rionegro (Santander). Nace la necesidad de aplicar los conocimientos aplicados en la Tecnología Empresarial y los que se llevan a cabo en la formación técnico – práctica en el ciclo Profesional de Gestión Empresarial, a desarrollarlos en la región que nos vio nacer y que ahora necesita de nosotras, siendo este el objetivo de la carrera. Ser gestores de progreso en nuestra sociedad.

La presente Investigación de Mercados esta orientado a determinar con buen nivel de confianza; los siguientes aspectos: los gustos, preferencias, precio y nivel de aceptación de los clientes por el sector turístico y recreacional, ecoturismo y turismo rural nacional, en el Municipio de Rionegro (Santander) específicamente en la zona de San Rafael. Como alternativa de descanso e integración familiar y la recuperación de los valores culturales de la región.

Existen opciones de alojamiento similares como son hoteles, residencias, las cuales no cumplen con los requisitos de ley de turismo para operar, como Centros

Recreacionales y Turísticos, por lo cual no son de competencia para este proyecto.

Existen dos centros recreacionales y turísticos, de los cuales los habitantes de San Rafael, en vista de que allí no hay un sitio con estas características visitan los de las poblaciones más cercanas, que serían las que se vinculan en este proyecto, son El Centro Recreacional y Turístico Los Manatíes de Sabana de Torres a 45 minutos de distancia de San Rafael y El Club Recreacional de Indupalma (privado) ubicado en San Alberto (cesar) a 30 minutos de distancia con San Rafael, por lo tanto no será competencia directa con el Centro Recreacional y Turístico de San Rafael.

En consecuencia, se trata de la recopilación y análisis de antecedentes que permitan determinar el nivel de factibilidad para ofrecer el servicio del Centro Recreacional y Turístico.

#### **2.4.1.2. Necesidades de información**

- Medir el grado de aceptación por el Centro Recreacional y Turístico en San Rafael
- Determinar los días preferidos para visitar los sitios turísticos
- Conocer los motivos por los cuáles visita los sitios turísticos
- Conocer los factores que influyen en el usuario para seleccionar un destino turístico
- Identificar el servicio de mayor preferencia por los clientes.
- Conocer en compañía de quién los turistas realizan las vacaciones.
- Cuantificar el número de personas que conforman su hogar
- Determinar la cantidad de dinero destinado al visitar los sitios turísticos

- Identificar el nivel de conocimiento de los sitios turísticos
- Cuantificar el tipo de canal de selección para un destino turístico.
- Conocer el grado de aceptación por un nuevo destino eco turístico.

#### 2.4.1.3. Ficha técnica

**Cuadro No. 05.** Ficha Técnica de la Demanda

<p style="text-align: center;"><b>TIPO DE INVESTIGACION</b></p>	<p><b>Exploratoria:</b> Utilizada para obtener información preliminar sobre el problema de investigación, permitiendo formular hipótesis relacionadas con el problema.</p> <p><b>Concluyente Descriptiva:</b> Permitirá seleccionar una línea de acción bajo procedimientos formales que involucran objetivos específicos, necesidades definidas y obtención de información específica.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Fuentes de Información</b></p>	<p><b>Primarias:</b> Se harán encuestas realizadas a empresarios, ejecutivos, empleados del sector, entidades educativas (docentes, alumnos y padres de familia).</p> <p><b>Secundarios:</b> Investigación de textos y documentos vía web.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Técnicas de Recolección</b></p>	<p><b>Encuestas:</b> Se utiliza un cuestionario que es la técnica mas comúnmente empleada para recabar datos primarios, se fundamenta en el conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información, es necesario siempre, desarrollar, probar y depurar con cuidado los cuestionarios antes de administrarlos a gran escala.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Instrumento</b></p>	<p>Los instrumentos para la recolección de la información se harán a través de encuestas lo que conlleva a ser un</p>

	trabajo teórico práctico
<b>Modo de aplicación</b>	Directa, se realizara la encuesta persona a persona, por las autoras del proyecto.
<b>Proceso de muestreo</b> Donde: <b>Z</b> = 1.96 <b>N</b> = Tamaño de la población <b>N</b> = 2.893 <b>p</b> = Probabilidad de éxito 50% 0.5 <b>q</b> = Probabilidad de error 50% 0.5 <b>e</b> = Error estimado 5% 0.05	Aplicando la Formula para hallar la muestra se tiene se tiene que: $n = \frac{Z^2 p q N}{(N-1)E + p q}$ $n = \frac{2^2 (1,96)^2 (0,5) (0,5) (2.893)}{(2.893-1)(0,05)+(1,96)(0,5)(0,5)} = 393$ De esta forma obtenemos: no= <b>393 familias</b>
<b>Marco Muestral</b>	Estratos 2 y 3.
<b>Alcance</b>	San Rafael, corregimientos, veredas de la región y municipios y veredas vecinas.
<b>Tipo de aplicación</b>	Del 10 de octubre al 25 octubre de 2009

**Fuente:** Las autoras

#### 2.4.1.4. Tabulación, presentación y análisis de resultados

En el presente estudio de factibilidad para la creación de un Centro Recreacional y Turístico en Santander este proyecto se utilizará el muestreo aleatorio simple, considerado un tipo de muestreo bastante sencillo. “Sirve de base para los otros

tipos de muestreo probabilístico. Es utilizado en poblaciones que se caracterizan porque sus elementos presentan homogeneidad especialmente en las características que son de interés para la investigación. Los elementos se seleccionan mediante la aplicación de cualquier procedimiento al azar cuando la muestra de tamaño  $n$  se selecciona de una población de tamaño  $N$ , de tal manera que cada muestra posible de tamaño  $n$  tiene la misma probabilidad de ser seleccionada.

**TIPO DE INVESTIGACION:** La presente Investigación de Mercados aplicado al Centro Recreacional y Turístico de San Rafael de Rionegro, Santander se basara en tipo de muestreo probalístico aleatorio simple, tomada a la población representativa de la región debido a que la población es menor de 30.000 habitantes.

#### **Fuentes para recolección de la información**

**Primaria:** Información escrita y encuestas **Secundaria:** Bases de datos de clientes y registros contables directorio telefónico e informes censo DANE y de la Alcaldía Municipal de Rionegro, Santander.

**INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION:** Para la recolección de información se utilizara la Encuesta directa conformada por un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas.

**UNIDAD MUESTRAL:** 2.893 familias de San Rafael (San Rafael. Papayal, San José de Los Chorros, la Tigra y 45 veredas de San Rafael).

#### **MARCO MUESTRAL**

Para este estudio se tuvo en cuenta que la población de personas que con mayor frecuencia se trasladan a los centros recreacionales de los municipios aledaños y que con frecuencia, realizan actividades sociales o familiares (fiestas).

**Proceso de muestreo**

Donde: **Z** = 1.96

**N** = Tamaño de la población

**N** = 2.893

**p** = Probabilidad de éxito 50% 0.5

**q** = Probabilidad de error 50% 0.5

**e** = Error estimado 5% 0.05

Aplicando la Formula para hallar la muestra se tiene se tiene que:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{(N-1)E^2 + p q} = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) (2.893)}{(2.893-1)(0,05)^2 + (1,96)^2 (0,5)(0,5)} = \mathbf{393}$$

De esta forma obtenemos: no= **393 familias**

De acuerdo a lo anterior obtendríamos que la muestra necesaria para este estudio será de 393 encuestas realizadas a familias de los estratos 2 y 3 de la región de San Rafael, personas con capacidad de decisión y adquisitivo.

## **TRABAJO DE CAMPO**

**DURACION:** Para realizar el trabajo de campo (entrevistas con los encuestados), se desarrollo en tres (03) fines de semana, trabajando sábado, domingo y lunes festivo. Las autoras se trasladaron a San Rafael, Papayal, La Tigra, San y José de Los Chorros, a realizar la prueba piloto. La duración de una encuesta es de 8 minutos con el fin de despejar cualquier duda del futuro cliente del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael.

**No. De Encuestadores:** dos (02) las autoras del proyecto.

**Presentación de los Encuestadores:** traje deportivo para mayor comodidad del encuestador debido al clima, sin ningún instintivo para no despertar especulación al respecto.

**Lugar de realización de las Encuestas:** San Rafael, Papayal, San José de los Chorros y La Tigra.

**Análisis del Pre-test.:** nos fue muy bien ya que los habitantes de esta región anhelan que se lleve a la realidad este proyecto y lo más importante enfocado a la recuperación de la integración de la familia.

## 1. SEXO PROMEDIO DE LA ENCUESTA

**Cuadro No. 06.** Sexo de los encuestados

CONCEPTO	Nro. RESPUESTAS	%
MASCULINO	243	62%
FEMENINO	150	38%
<b>TOTAL</b>	<b>394</b>	<b>100%</b>



**Figura No. 18** Sexo promedio de la encuesta

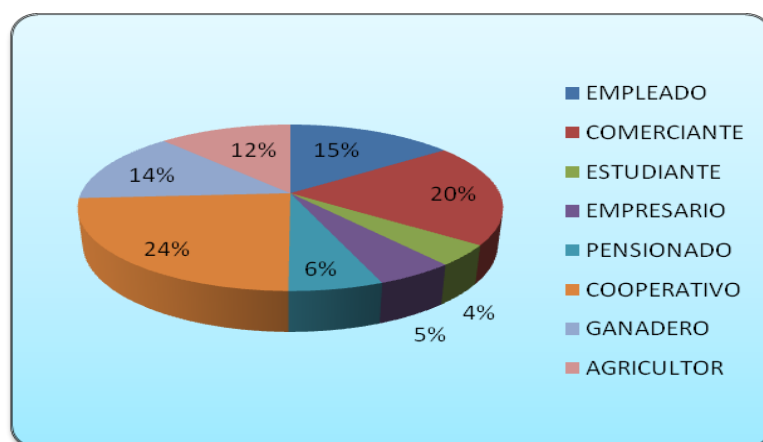
### **ANALISIS:**

Teniendo en cuenta que la muestra tomada de la población objetivo es de 12.400 habitantes con un mercado potencial de 2.893 familias. Se encuestó la cabeza de hogar por familia, la muestra arroja que el 62% de esta población es de sexo masculino y el 38% es femenino. En la actualidad la mayoría de las mujeres están en el rol social al mismo nivel del hombre, que trabajan y atienden sus hogares, por ello buscan el momento propicio para una adecuada integración de descanso tanto familiar como social.

## 2. PROFESION DE LOS ENCUESTADO

**Cuadro No. 07.** Profesión de los encuestados.

CONCEPTO	Nro. RESPUESTAS	%
EMPLEADO	59	15%
COMERCIANTE	78	20%
ESTUDIANTE	16	4%
EMPRESARIO	20	5%
PENSIONADO	24	6%
COOPERATIVO	94	24%
GANADERO	55	14%
AGRICULTOR	47	12%
<b>TOTAL</b>	<b>393</b>	<b>100%</b>



**Figura No. 19** Profesión de los encuestados

### ANALISIS:

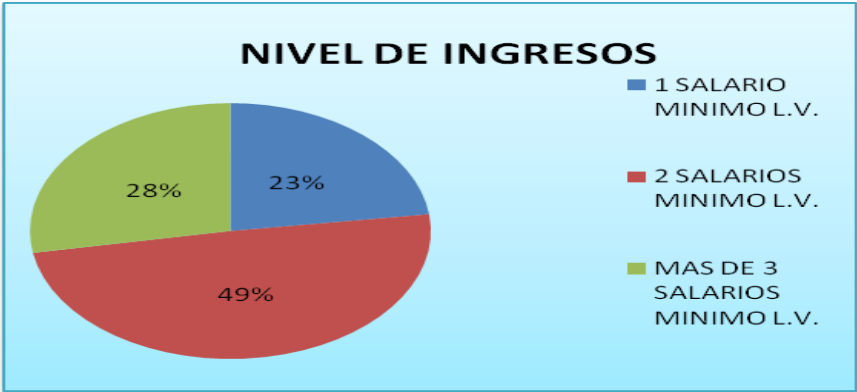
En el trabajo de campo realizado en la tabulación de encuestas para la Investigación de mercados que se realiza al Estudio de Factibilidad en la Creación de un Centro Recreacional y Turístico en San Rafael de Rionegro, Santander, se

halla así: el 5% son empresarios reconocidos de la región, el 6% es personal pensionado en diferentes sectores de la región, el 24% corresponde a los habitantes que se dedican al sector cooperativo de la región, el 4% corresponde al sector de los estudiantes, teniendo en cuenta que en este ítem se encuestó a estudiantes de la diurna, nocturna y jornada de los sábados, el 14% corresponde a los ganaderos de las diferentes veredas y corregimientos aledaños, el 15% son empleados de las diferentes empresas de la región, el 20% pertenece al sector comercial y el 14% al sector de los ganaderos de la región. Por lo que se denota que la muestra se toma con todos los entes que rigen la economía de la región.

### 3. NIVEL DE INGRESOS

**Cuadro No. 08.** Nivel de Ingresos

CONCEPTO	No. RESPUESTAS	%
1 SALARIO MINIMO L.V.	90	23%
2 SALARIOS MINIMO L.V.	194	49%
MAS DE 3 SALARIOS MINIMO L.V.	109	28%
<b>TOTAL</b>	<b>393</b>	<b>100%</b>



**Figura No. 20** Nivel de Ingresos

## ANALISIS:

Este ítem nos arroja los resultados así: el 23% devengan 1 salario mínimo legal vigente, el 49% devengan 2 salarios mínimo legal vigente y el 28% devengan más de 3 salarios mínimo legal vigente. Teniendo en cuenta el resultado de esta muestra, denotamos que en gran porcentaje devenga 2 salarios mínimo legal vigente.

### 4. LE GUSTARIA A USTED QUE SE EXISTIERA UN CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO EN SAN RAFAEL.

Cuadro No. 09. Nivel de aceptación del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael.

CONCEPTO	Nro. RESPUESTAS	%
SI	393	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>393</b>	<b>100%</b>



Figura No. 21 Nivel de aceptación del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael.

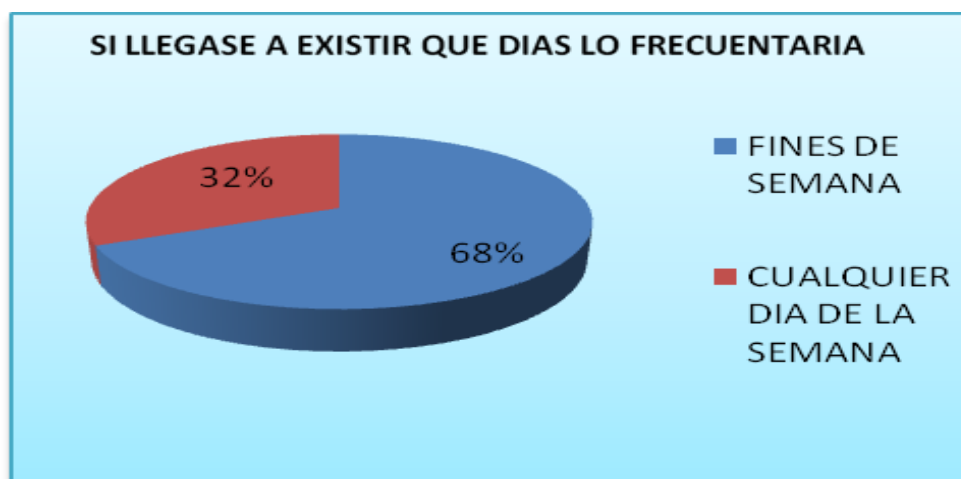
## ANALISIS

Los resultados que esta pregunta arroja es satisfactoria para la continuación en el desarrollo del estudio de factibilidad para la creación de un Centro Recreacional y Turístico en San Rafael, porque el 100% están de acuerdo en que se lleve a cabo el proyecto.

## 5. SI LLEGASE A EXISTIR QUE DIAS LO FRECUENTARIA.

**Cuadro No. 10** Días que se frecuenta.

CONCEPTO	Nro. RESPUESTAS	%
FINES DE SEMANA	268	68
CUALQUIER DIA DE LA SEMANA	125	32%
<b>TOTAL</b>	<b>393</b>	<b>100%</b>



**Figura No. 22** Días que se frecuenta

### ANALISIS

De la población encuesta el 68% le gusta frecuentar estos sitios los fines de semana como son el sábado, domingo y festivos, el 32% asistiría cualquier día de la semana, ósea utilizaría el servicio x día de la semana. Esta variación de servicios corresponde a las actividades a que se dedican cada una de las familias.

## 6. EN COMPAÑÍA DE QUIEN ASISTIRIA AL CENTRO RECREACIONAL

**Cuadro No. 11.** En compañía de quien asistiría al Centro Recreacional.

CONCEPTO	Nro. RESPUESTAS	%
FAMILIA	227	58%
PAREJA	70	18%
AMIGOS	66	17%
SOLO	12	3%
COMPAÑEROS DE TRABAJO	18	5%
<b>TOTAL</b>	<b>393</b>	<b>100%</b>



**Figura No. 23** En compañía de quien asistiría al Centro Recreacional.

### ANALISIS:

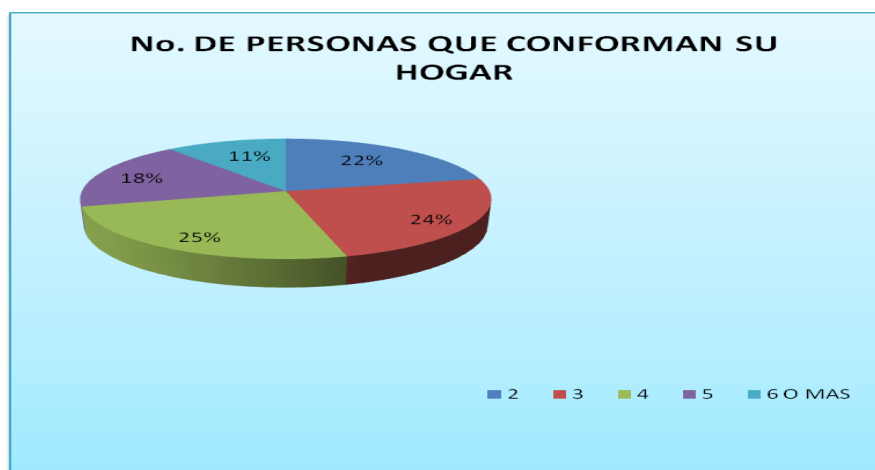
Con respecto a la población encuestada, quienes desean asistir a un Centro Recreacional y Turístico, asisten acompañados, así: el 4% frecuenta con los compañeros de trabajo por lo que indica que son reuniones de la empresa u otras actividades de la empresa que requieren frecuentar sitios como este, el 58% asisten con la familia, el 17% con los amigos, el 18% con la pareja y el 3% pertenecen a la persona sola. Lo que indica que el Centro Recreacional se debe

inclinarse al fortalecimiento de la recreación en familia y el rescate de valores e integración de la familia.

## 7. No. DE PERSONAS QUE CONFORMAN SU HOGAR

**Cuadro No. 12** No. de personas que conforman su hogar.

CONCEPTO	Nro. RESPUESTAS	%
2	84	22%
3	84	24%
4	98	25%
5	71	18%
6 o mas	42	11%
<b>TOTAL</b>	<b>393</b>	<b>100%</b>



**Figura No. 24** No. de personas que conforman su hogar.

### ANALISIS:

De la población encuestada el 22% nos dice que las familias que están conformadas por 2 personas, el 25% se conforman de 4 personas, el 24% se componen de 3 personas, el 18% se conforman de 5 personas y el 11% se

conforman 6 o más personas. Lo que muestra que en promedio las familias se componen por 3 y 4 personas.

## 8. CUANTO DINERO INVIERTE EN UN DIA DE DESCANSO.

**Cuadro No. 13** Cuanto dinero invierte en un día de descanso.

CONCEPTO	Nro. RESPUESTAS	%
\$50,000,00	64	16%
\$50,000-\$100,000	145	37%
\$100,000 - \$200,000	134	34%
\$MAS DE \$200,000	50	13%
<b>TOTAL</b>	<b>393</b>	<b>100%</b>



**Figura No. 25** Cuanto dinero invierte en un día descanso.

### **ANALISIS**

Este ítem es de gran importancia, detectar cuanto dinero estaría dispuesto a invertir en un día de descanso, la muestra de 393 encuestados arroja que están dispuestos a invertir, así: el 16% invertiría un promedio de \$50.000, el 37% de

\$50.000,00 a \$100.000, el 34% invertirá de \$100.000 a \$200.000, el 13% mas de \$200.000.

### 9. DE LOS SIGUIENTE SITIOS TURISTICOS A CUAL LE GUSTA ASISTIR.

**Cuadro No. 14.** De los siguientes sitios turísticos a cual le gusta asistir.

CONCEPTO	Nro. RESPUESTAS	%
LOS MANATIES		46%
LA HAMACA		9%
INDUPALMA		33%
RIONEGRO		2%
ALGUN SITIO DE B/GA.		9%
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>



**Figura No. 26.** De los siguientes sitios turísticos a cual le gustaría asistir.

#### **ANALISIS**

De la población seleccionada para la muestra en el trabajo de campo, nos arroja que los lugares que con mayor frecuencia son: el 38% los manatíes es el centro recreacional de Sabana de Torres, el 37% asisten al centro recreacional de Indupalma de San Alberto, el 8% asisten al Centro Turístico La Hamaca, 11% se trasladan a Bucaramanga y el 6% asisten a Rionegro. Como se denota los lugares

más frecuentados son los más cercanos a San Rafael; son: Los Manatíes (Sabana de Torres) y el de Indupalma (San Alberto).

## 10. DE QUE FORMA SELECCIONA EL SITIO PARA DESCANSAR

**Cuadro No. 15.** De que forma selecciona el sitio para descansar.

CONCEPTO	Nro. RESPUESTAS	%
FACILIDAD DE TRANSPORTE	134	34%
TRADICION	153	39%
RECOMENDACIÓN	53	13%
PUBLICIDAD	22	6%
ALGUN SITIO BUCARAMANGA	31	8%
<b>TOTAL</b>	<b>393</b>	<b>100%</b>



**Figura No. 27.** De que forma selecciona el sitio para descansar.

### ANALISIS

En el trabajo de campo culminamos por averiguar de que forman escogen el sitio para ir a descansar o a pasar un día de recreación. Así: el 8% dice que buscan el sitio más económico, el 39% por tradición, el 13% recomendación de alguna otra

persona, el 34% lo asisten por facilidad de transporte, el 6% lo seleccionan por medios publicitarios.

#### **2.4.2. Estimación de la demanda**

De acuerdo a la muestra tomada que fueron 393 familias y los resultados arrojados en la pregunta No.04 que nivel de aceptación es del 100%, con que se lleve a la realidad el Centro Recreacional y Turístico en San Rafael. Teniendo en cuenta que en esta región no existe un sitio dedicado a esta actividad.

Como la población es de 2.893 familias, según información tomada del Plan de Ordenamiento Territorial de Rionegro (Santander), nos permite hacer la proyección de la demanda.

Del 100% de la tabulación corresponde así: el 60% las familias encuestadas son de San Rafael, el 25% son familias de papaya, el 10% son familias de la región de la tigrá, y el 5% corresponde a familias de la región de los chorros.

Se explique que el 60% se selecciono de San Rafael, teniendo en cuenta que en el proyecto que actualmente se esta trabajando, San Rafael; municipio; San Rafael es la cabecera municipal de esta región.

El orden jerárquico de los porcentajes realizado por cada región, se selecciono de acuerdo al número de habitantes de cada región. Siendo San Rafael, el corregimiento más grande del municipio de Rionegro, tanto en área geográfica como en poblacional.

### 2.4.3. Evolución histórica de la demanda del servicio

Teniendo en cuenta que en esta región nunca han existido sitios dedicados a estas actividades, lo único que se conoce es que a cinco minutos del pueblo pasa el río Lebrija y que allí hay cinco casas, que hay un kiosco en el que venden licor y tiene un bailadero.

Los habitantes de San Rafael muy poco lo visitan y los que lo frecuentan es por la facilidad de transporte, porque esta cerca al pueblo.

Por lo anterior se denota que no existe demanda, ni oferta para, exponer la evolución histórica de la demanda.

### 2.4.4. Proyección de la demanda

De acuerdo a los resultados arrojados del estudio de mercados el 100% de aceptación a la propuesta permite establecer las proyecciones de los servicios que ofrecerá el Centro Recreacional y Turístico de San Rafael de Rionegro. Esta proyección se realiza a cinco (05) años.

El estudio de la demanda arroja una aceptación del 100%, por parte de la población encuestada que corresponde a 2.893 familias. Según Información tomada de los Indicadores Demográficos del DANE a la fecha enero 21 de 2010.

**Cuadro No. 16** Proyección de la demanda<sup>9</sup>

Año	DEMANDA PROYECTADA AL AÑO (Incremento Poblacional del 1.11%)
2.011	2.893
2.012	$2.893 * 1.11\% = 2.925$

<sup>9</sup> [www.observatorio.saludsantander.gov.co/contenido.php](http://www.observatorio.saludsantander.gov.co/contenido.php)

2.013	$2.925 * 1.11\% = 2.958$
2.014	$2.928 * 1.11\% = 2.990$
2.015	$2.990 * 1.11\% = 3.024$

## 2.5. OFERTA

En San Rafael no existen sitios dedicados a esta actividad Recreación y Turismo, ni similares que presten estos servicios que tendrá el Centro Recreacional y Turístico de San Rafael.

Solo cuenta con sitios que se dedican a la venta de licor y escuchar música, los llamados fuentes de soda, un balneario de 5 casas de bahareque, la cual queda ubicada a la orilla del rio Lebrija, pero solo es de venta de licor.

Los centros recreacionales, cercanos de San Rafael son:

- Sabana de Torres (Santander) que tiene el Centro Recreacional Los Manatíes, a una distancia de 45 minutos de San Rafael, y el costo de transporte por persona es de \$12.000,00.
- San Alberto (Cesar), que tiene un club que se llama Centro Recreacional Indupalma, a una distancia de 30 minutos de San Rafael por la vía panamericana y el costo del transporte es de \$5.000,00 por persona.
- Los Centros Recreacionales de Barrancabermeja, a una distancia de 2 horas 30 minutos de San Rafael y el costo del transporte es de \$20.000,00 por persona.

- El Portal de la cabecera municipal de Rionegro, a una distancia de 2 horas, y el costo del transporte es de \$15.000,00 por persona.<sup>10</sup>

Se toma, como base para una oferta relativa los sitios de San Alberto, Sabana de Torres, por ser los más cercanos a San Rafael y el balneario de San Rafael, que esta ubicada a 5 minutos del pueblo a orilla del rio Lebrija.

Teniendo en cuenta que una vez analizado el sector de la competencia, se definió que se toma a San Alberto y Sabana de Torres. Que revisado el Plan de Ordenamiento Territorial de estos municipios, suman una población de 24.522 habitantes.

San Alberto (Cesar) = 10.829 habitantes.

Sabana de Torres (Santander) = 13.693 habitantes.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> [www.observatorio.saludsantander.gov.co/contenido.php?...](http://www.observatorio.saludsantander.gov.co/contenido.php?...)

<sup>11</sup> Alcaldía Municipal de San Alberto (POT) – Alcaldía Municipal Sabana de Torres (POT).

## 2.5.1 Análisis de la situación actual de la competencia

**Cuadro No. 17** Matriz de análisis de la situación actual de la competencia.

VARIABLE		CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO SAN ALBERTO		CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO LOS MANATIES		BALNEARIO PUERTO LOPEZ		CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO SAN RAFAEL	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Servicios	Piscina		SI	SI			NO	SI	
	Restaurante	NO			NO		NO	SI	
	Salón Social	NO			NO		NO	SI	
	Cancha de Fútbol		SI	SI			NO	SI	
	Cancha de Microfútbol		SI	SI			NO	SI	
	Cancha de Básquetbol		SI	SI			NO	SI	
	Cancha de Bolo Criollo		SI	SI		SI	SI	SI	
	Cancha de Minitajo		SI	SI		SI	SI	SI	
	Disco-bar		SI	SI			NO	SI	
	Cafetería		SI	SI			NO	SI	
	Zona Verde		SI		NO		NO	SI	
	Cabañas	NO			NO		NO	SI	
	Lago de Pesca	NO			NO		NO	SI	
Seguridad	NO			NO		NO	SI		
Higiene		SI	SI			NO	SI		
Ambientación		SI	SI			NO	SI		
Iluminación		SI	SI			NO	SI		
Parqueadero		SI		NO		NO	SI		
Facilidad de Transporte desde San Rafael.	NO			NO	SI		SI		
<b>TOTAL</b>		<b>5</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>0</b>
<b>CALIFICACION</b>		<b>32%</b>	<b>68%</b>	<b>58%</b>	<b>42%</b>	<b>16%</b>	<b>84%</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>

En relación con los demás centros turísticos el observamos que el más completo en servicios e infraestructura es el Centro Recreacional y

Turístico de San Rafael, obteniendo una calificación del 100% de SI. Estos resultados nos brindan confianza para la ejecución del proyecto.

Esta muestra se realizó a prueba de observación, de cada uno de estos sitios, en cada municipio. Lo que indica que la mayor competencia para el Centro Recreacional y Turístico de San Rafael, es el Centro Recreacional Los Manatíes de Sabana de Torres.

### **2.5.2 Proyección de la oferta**

Una vez realizada la matriz de observación, de la competencia que oferta al Centro Recreacional y Turístico de San Rafael. Se halla

Teniendo en cuenta que en San Rafael no hay sitios dedicados a esta actividad. Si hay sitios de diversión (discoteca), fuentes de soda, bailaderos a la orilla del río Lebrija, ubicada a 10 minutos del pueblo.

Por lo anterior, se dice que no hay oferta porque no hay competencia para el Centro Recreacional, ya que los sitios antes mencionados no prestan los servicios que el Centro Recreacional y Turístico de San Rafael ofrecerá en su Portafolio de Servicios y con uno de los factores de gran importancia en la prestación de un servicio: calidad, eficiencia y recurso humano altamente calificado.

Por lo cual No se hace análisis de proyección de la oferta, porque no existe oferta en San Rafael.

## 2.6 RELACION ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Teniendo en cuenta el análisis de la oferta se concluye que solo tomara el análisis de la demanda estimada, por que no existe oferta para el Centro Recreacional y Turístico en San Rafael.

## 2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION

### 2.7.1 Estructura de canales actuales

Para comercializar el Portafolio de Servicios del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael, se tendrá en cuenta la modalidad que se presenta a continuación:

**Canal Directo.** Se hace mediante la cadena empresa – cliente, con sistema en prenecesidad, es el canal de mayor aceptación por la población encuestada, dado que son usuarios.



## PORTAFOLIO DE SERVICIOS

El Centro Recreacional y Turístico San Rafael, ha diseñado un paquete de servicios turísticos para brindar a la población de San Rafael y sus corregimientos, veredas y municipios vecinos, en donde tendrán la oportunidad de pasar el tiempo que sea necesario para un descanso e integración familiar u otra actividad de cualesquier actividad social agradable, donde siempre se sentirá el ambiente familiar.

El portafolio de servicios esta conformado por las diferentes actividades a realizar:

- Servicios de recreación y turísticos de ambiente familiar.
- Servicio de restaurante
- Servicio de cafetería.
- Piscinas (adultos – niños).
- Campo deportivo (Canchas de Football, Microfútbol, Básquetbol, Bolo criollo y Mini tejo).
- Salón social
- Servicio de alquiler de carpas para camping
- Juegos para niños

### **2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales**

**VENTAJAS:** Como en la actualidad no existe sitios dedicados a esta actividad de recreación y turismo, los medios publicitarios serán ventajas, puesto que en todos tendremos el 100% de la aceptación. Por que no hay competencia, seremos los únicos, por lo cual habrá cubrimiento total en los medios publicitarios.

**DESVENTAJAS:** No se conoce porque el proyecto del Centro Recreacional esta en proceso de desarrollo.

### **2.7.3 Selección de los canales de comercialización**

## **2.8 PRECIO**

### **2.8.1 Análisis de precios**

Ubicar precios acordes y competitivos al servicio del Centro Recreación y Turístico San Rafael, después de realizarse el estudio financiero. Se tendrá en cuenta los precios variables de acuerdo a las temporadas (altas o bajas), dependiendo el servicio y de acuerdo al mercado.

### **2.8.2 Estrategias de fijación de precios**

El Centro Recreacional y Turístico de San Rafael, maneja precios acordes y competitivos de acuerdo al servicio seleccionado.

En el Centro Recreacional se manejarán, paquetes promocionales, de acuerdo a las siguientes variables:

- Temporadas vacacionales.
- Días festivos, dominicales, sabatinos y viernes culturales.
- Paquetes promocionales en el alquiler del salón social.
- Estimulación en los precios, en la toma de paquetes, según la conformación del grupo.
- Precios especiales a las diferentes grupos empresariales.
- Precios especiales a los grupos familiares, estudiantiles.

## **2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION**

Las estrategias de publicidad y promoción que se van a utilizar para llevar al mercado el Centro Recreacional y Turístico San Rafael estará dirigido tanto a los posibles usuarios de este nuevo servicio San Rafael, veredas, corregimientos y municipio de vecinos, como San Alberto y Sabana de Torres en busca de crear una actitud favorable y participante para la prestación de un servicio excelente y

de alta calidad y tiene como objetivo primordial difundir la existencia de una institución que preste servicios exclusivos recreativos y turísticos al ser humano.

### **2.9.1 Objetivos**

Promocionar a San Rafael como nuevo destino turístico para vacaciones breves y permanentes porque es seguro, agradable, tranquilo, Que además contara con excelente infraestructura para un buen servicio recreativo y turístico.

Ingresar como prestador del servicio de Recreación y Turismo a la población flotante del San Rafael, corregimientos, veredas y municipios aledaños de la región

Posicionar al Centro Recreacional y Turístico como prestadores de servicio de recreación la población flotante del San Rafael.

Recordar habitualmente el portafolio de servicios del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael.

Resaltar los atributos diferenciadores del servicio con la competencia

### 2.9.2 Logotipo



Figura No. 28. Logotipo

### 2.9.3 Lema

El sol refleja el clima calido de nuestra región el cual es favorable para nuestro centro recreacional.

Las palmeras representan al riqueza agricola y ecologica de la región del Bajo Rionegro.

Los colores: verde, amarillo y azul son los favoritos de los consumidores, porque denotan amistad, solidez, equilibrio, confianza y seriedad en la institución para con el cliente.

La Familia, es el objetivo fundamental en el proyecto, ya que la familia es el eje primordial en la sociedad.

#### **2.9.4 Análisis de medios**

Teniendo en cuenta la realidad del mercado recreativo y turístico, las variables precio y calidad son de gran influencia para la creatividad en la innovación de las estrategias de mercados que hacen que la publicidad sea clave para el desarrollo y sostenibilidad de este proyecto.

De acuerdo al análisis de la competencia y los resultados de la oferta, no se manejan estrategias publicitarias, debido a que en cada municipio donde están ubicados los Centros Recreacionales y Turísticos, no tienen factor de competencia, son únicos, pioneros en sus municipios de origen.

#### **2.9.5 Selección de medios.**

La selección de medios es primordial para hacer conocer los servicios que prestará el Centro Recreacional y Turístico de San Rafael en la región, en la medida que ingresa al mercado turístico.

Para llevar a cabo la ejecución del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael, se hace necesario, llevar a cabo los siguientes medios publicitarios:

- Presentación del Portafolio de Servicios al sector empresarial (las empresas de la región).
- Cuñas radiales (emisoras de los municipios de Sabana de Torres, San Alberto (cesar), Rionegro, San Martín, Bucaramanga).
- Cuñas publicitarias en los periódicos de la región.
- Distribución de volantes por la región y municipios aledaños.
- Creación de la página Web

- Visitas de seguimiento y de Relaciones Públicas a clientes institucionales (Cooperativas de Trabajo Asociado, Colegios, Comerciantes, Gremio de Ganaderos y Agricultores y demás entidades).
- Elaborar proyectos de gestión para realizar convenios con las Cajas de Compensación Familiar para prestar el servicio a los usuarios de estas entidades, ya que el 60% aproximadamente, de los habitantes de San Rafael pertenecen a alguna C.C.F.
- Elaboración y divulgación de video Institucional.
- Después del estudio realizado al proyecto llegamos a la conclusión que estos medios son los mas apropiados para darle la publicidad necesaria al proyecto.

#### **2.9.6 Estrategias publicitarias**

### **LAS 7P. EN EL CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO DE SAN RAFAEL**

#### **SERVICIO**

- Tener claridad que lo que ofreceremos en el Centro Recreacional y Turístico en el Corregimiento de San Rafael de Rionegro, Santander., son servicios y por lo tanto, lo relevante es preparar al personal en la atención al cliente en cada una de las interacciones que el cliente tiene con el servicio (Momentos de Verdad), desde la recepción (saludo de bienvenida, entrada a la institución, etc.),
- Portafolio de servicios.

- Paquetes de servicios especializados y muy acordes al entorno de la región.
- Ofertar servicios acordes con las tendencias del mercado y la capacidad instalada (creación de paquetes de especialidades básicas en todas las modalidades con respecto a las necesidades de la región).

### **PRECIO**

- Se buscara la diferenciación en calidad y trato del personal (servicio al cliente), más que la diferenciación en precios a nivel con la competencia.
- Fijación de precios acordes a la situación económica del mercado.
- Establecer manual tarifario propio (precios diferenciales según el paquete en los diferentes servicios a ofrecer.

### **PLAZA**

- Creación de espacios y adecuaciones locativas para una excelente atención al cliente.
- Conformación de Unidades Estratégicas de Negocios.

### **PROMOCION**

El objetivo de la Promoción, es resaltar las fortalezas de la Institución con plena claridad en: qué es lo que ofrecemos (portafolio de servicios), cómo lo ofrecemos (características diferenciales, valor agregado).

- Cuñas radiales (emisoras de los municipios de Sabana de Torres, San Alberto (cesar), Rionegro, San Martín, Bucaramanga.
- Cuñas publicitarias en los periódicos de la región.
- Distribución de volantes por la región y municipios aledaños.
- Creación de la página Web

- Visitas de seguimiento y de Relaciones Públicas a clientes institucionales (Cooperativas de Trabajo Asociado, Colegios, Comerciantes, Gremio de Ganaderos y Agricultores y demás entidades).
- Elaborar proyectos de gestión para realizar convenios con las Cajas de Compensación Familiar para prestar el servicio a los usuarios de estas entidades, ya que el 60% aproximadamente, de los habitantes de San Rafael pertenecen a alguna C.C.F.
- Elaboración y divulgación de video Institucional

## **PERSONAL**

Como Institución prestadora de servicios turísticos será primordial capacitar y entrenar muy bien a todo el personal en los diferentes servicios y técnicas a ofrecer.

Capacitación permanente en servicio al cliente y cultura organizacional.

Jornadas y concursos de observación en servicio al cliente.

Programa de incentivos a los mejores empleados en procesos de atención y servicio al cliente.

## **PROCESOS**

El Centro Recreacional y Turístico en el Corregimiento de San Rafael de Rionegro implementara un manual de procesos que se ajusten a las necesidades del usuario. Para crear una verdadera cultura de servicio al cliente y se puedan ofertar servicios con alto valor agregado

## **PRESENTACION**

La variable Presentación, implica posicionar al Centro Recreacional y Turístico en el Corregimiento de San Rafael de Rionegro en un centro de descanso seguro y confiable.

Para ello, se trabajara para generar ambientes de trabajo y una atención agradable; de tal forma que los clientes internos (empleados) y externos (usuarios) se sientan a gusto.

## **RESUMEN MEZCLA DE MERCADEO – LAS 7P**

Con la aplicación de estas herramientas se buscara integrar adecuadamente los diferentes recursos institucionales; aprovechando las fortalezas y oportunidades y minimizando las debilidades y amenazas.

Se diseñara una estrategia comercial muy favorable para el consumidor final a través del estudio exploratorio se determina que la plaza objeto de investigación (San Alberto, Sabana de Torres, Corregimientos y Veredas Aledañas de San Rafael), no existe otro Centro Recreacional que brinde estos servicios en la región.

### **2.9.7 Presupuesto de publicidad, promoción y de lanzamiento.**

**Cuadro No. 18.** Presupuesto de publicidad, promoción y de lanzamiento.

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
-----------------	--------------

Edición videos Institucionales	\$150.000,00
Página Web	\$300.000, 00
Refrigerios	\$300.000, 00
Volantes	\$300.000, 00
Cuñas Radiales	\$250.000, 00
Pendon	\$100.000, 00
Costos de Papeleria	\$150.000, 00
Viaticos	\$500.000, 00
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.050.000,00</b>

## 2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Con respeto a los resultados arrojados en la tabulación de la demanda, la oferta y el análisis de competencia, de allí depende en gran parte la conducta de las variables técnicas, económicas, legales y financieras, así como el impacto social para la ejecución del proyecto.

Con la investigación de mercados para el proyecto la creación de un Centro Recreacional y Turístico en San Rafael de Rionegro, Santander se verifico la existencia de una demanda insatisfecha adecuada y creciente que favorece las expectativas de **CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO SAN RAFAEL “TIERRA DE PAZ Y ARMIONIA”**, en cuanto al mercado de la prestación de servicios de recreación y turísticos en esta región.

De acuerdo al tamaño de la muestra, basado en el mercado de los usuarios donde prevalece la necesidad de empresas que brinden esta clase de servicios, la investigación de mercados permitió configurar un perfil demográfico inicial de

clientes reales y potenciales de acuerdo con la conformación de los núcleos familiares.

Después de examinadas las condiciones del mercado y de acuerdo a los resultados obtenidos se pudo determinar que el proyecto será factible desde el punto de vista de demanda, en razón a que el 99% de la población de San Rafael y su mercado de influencia responderá de manera satisfactoria a las expectativas en lograr los servicios recreativos y turísticos.

En términos generales si existe un mercado viable para el funcionamiento y desarrollo del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael, mediante la implementación de un óptimo programa de promoción y publicidad y aprovechando la ventaja, que será la única empresa dedicada a prestar servicios de recreación y turísticos en San Rafael y lo mas importante cuyo objetivo esta enfocado el Ambiente Familiar.

### **3. ESTUDIO TECNICO**

#### **3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO**

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de prestación de cada uno de los servicios del Centro Recreacional y Turístico durante la vigencia del proyecto, y se define teniendo en cuenta los factores que lo limitan como: el tamaño del mercado, la capacidad financiera, el recurso humano y la tecnología; todo esto con el fin de determinar la cantidad de servicios que la empresa podrá prestar y los que realmente prestará.

Para determinar el tamaño del proyecto, se analizaran los siguientes factores:

- Descripción del tamaño del proyecto.
- Factores que determinan el tamaño de un proyecto y
- Capacidad del proyecto.

##### **3.1.1. Descripción del tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto se define porque constituye una base primordial para fijar la capacidad de prestación de servicios que desea suministrar anualmente en las variedades del Portafolio de Servicios del Centro Recreacional y Turístico, de acuerdo a un porcentaje de demanda insatisfecha calculada en el estudio de mercados y su proyección de crecimiento durante los próximos años, teniendo en cuenta los recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos disponibles.

El Centro Recreacional y Turístico de San Rafael cuenta con un Terreno de 2 Has, lo que corresponde a 20.000 ms<sup>2</sup>.

### 3.1.2. Factores que determinan el tamaño de un proyecto

A continuación se presenta el resultado del análisis de los factores que determinan el tamaño del proyecto como: tamaño del mercado, capacidad financiera, recurso humano y tecnología.

- **Tamaño del mercado.** De acuerdo a los resultados del estudio de mercados se demostró que este factor no es limitante, debido a que se cuenta con un gran volumen de demanda con actitud favorable frente al uso del Portafolio de Servicios por parte de un buen número de clientes, que de acuerdo al estudio de mercados se provee una población de 12.400 habitantes. generado por los esfuerzos publicitarios y de promoción así como un mayor cubrimiento del mercado y ya que no hay oferta con respecto a este servicio en la región.
- **Capacidad financiera.** Es importante definir los recursos financieros, ya sean propios o externos que requiere para la ejecución del proyecto, de tal manera que se pueda canalizar la inversión y los gastos necesarios para el mismo.

La capacidad financiera corresponde al tamaño del proyecto. En este caso las autoras son las directas interesadas en ser las socias accionistas del proyecto. Por lo cual gestionaran ante entidades del estado: Gobernación de Santander, Alcaldía de Rionegro para presentarlo como obra de inversión a la comunidad.

Se gestionara convenio con CAJASAN, ya que es la Caja de Compensación Familiar que opera en San Alberto, Sabana de Torres y en San Rafael.

San Rafael cuenta con cinco (05) cooperativas de trabajo asociado legalmente constituidas con un total de 200 asociados, de los cuales todos están afiliados a la Caja de Compensación Familiar Cajasan.

También se gestionara convenio con COMFENALCO, teniendo en cuenta que no solo las personas de la región utilizara los servicios del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael.

También se gestionara ante entidades bancarias, que apoyan proyectos de inversión y desarrollo a las comunidades.

- **Jornada laboral de oficina.** La atención al público en la oficina tendrá una jornada normal, se realizara 8:00 a.m. a 12:00 m y de 2:00 p.m. a 6:00 p.m., de martes a viernes, con jornada adicional de días sábados y domingos de 8:00 a.m a 12:00 m., cuando el lunes sea festivo para darle mayor atención a los turistas.

- **Talento humano.** Se observa la necesidad de contratar personal con habilidades, destrezas y conocimientos sobre actividades de promoción publicidad y recreacionistas; el perfil de este recurso se solicitara al SENA, ya que es un centro educativo especializado en formar excelentes informadores, recreacionistas y guías turísticos, estas características permite tener una buena demanda cuando se le solicite. Al igual el talento humano para la parte administrativa también se encuentra en el sector con grandes capacidades de ofrecer lo mejor para el desarrollo de la empresa. Estas son razones por las cuales se prevé que existen personas idóneas para ocupar las áreas operativa y administrativa según el crecimiento que demande el nuevo servicio ofertado por la empresa.

- **Tecnología.** La tecnología que se requiere para desarrollar la publicidad y promoción que deseen los clientes no presenta dificultad para su adquisición, montaje y mantenimiento; la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana cuenta con proveedores idóneos que permitirá seleccionar la tecnología más adecuada de acuerdo a la necesidad de los empresarios, industriales y comerciantes para montar la publicidad y promoción que deseen para mejorar su participación en el mercado.

### **3.1.3. Capacidad del proyecto**

En el análisis de la capacidad del proyecto se tendrá el Portafolio de Servicios calculando las siguientes capacidades:

- Capacidad total diseñada
- Capacidad instalada

Capacidad Utilizada

#### **3.1.3.1. Capacidad total diseñada**

Esta capacidad corresponde al máximo nivel de operación de servicios de recreación y turísticos para el desarrollo de publicidad y promoción en las empresas y la ciudadanía en general, se planea considerando los factores que determinan el tamaño del proyecto y aquellos factores particulares al servicio que se prestara en esta empresa o grupo de personas; se plantean los siguientes:

Su cálculo esta directamente relacionado con la proporción de la demanda insatisfecha que el Centro Recreacional y Turístico proyecta a prestar en el transcurso de los años que dure el proyecto.

La jornada laboral de la oficina será de 8 horas al día, durante 4 días de la semana y los días sábados y domingos 4 horas por día para un total de 8 horas, para un total de 48 horas semanales (192 horas al mes). Con la observación que el personal de planta está contratado bajo la modalidad de trabajo asociado y personal supernumerario para la jornada adicional de la que habíamos hablado anteriormente.

La capacidad física de la oficina debe permitir que se almacenen los equipos cómodamente, como botiquines, sombreros, souvenirs etc.

Al determinar la capacidad del proyecto por número de servicios realizados, esto facilitara el valor de la compensación económica del servicio que se preste, pues de esta forma se cobrara por servicios contratados.

Capacidad horas operativas diseñada para el primer año / Capacidad operativa en servicios.

En este orden de ideas, según los factores analizados, la empresa **El Centro Recreacional y Turístico**, tendrá una capacidad total diseñada en servicios.

**Cuadro No. 19.** Capacidad total diseñada en servicios.

<b>PORTAFOLIO DE SERVICIOS</b>	<b>PROMEDIO ANUAL</b>
SERVICIO DE RESTAURANTE	36.000
ALQUILER DE SALON PARA EVENTOS	36.000
ALQUILER DE CARPAS PARA CAMPING	5.400
SERVICIO DE DISCIPLINAS (MICRO-BASKETBOLL,MINITEJO, BOLO CRIOLLO)	108.000
SERVICIO DE PISCINAS (ADULTOS - NIÑOS)	36.000
SERVICIO DE JUEGOS PARA NIÑOS	36.000
<b>TOTAL</b>	<b>257.400</b>

**Capacidad horas operativas diseñada para el primer año**

**Cuadro No. 20.** Capacidad total diseñada en horas.

<b>Total horas de servicio/día</b>	<b>Total horas de servicio/mes</b>	<b>Total horas de servicio/año</b>
14	420	$5.040 * 8 = 40.320$

Se observa que la empresa esta diseñada para ofertar 14 horas de servicio por servicio aproximadamente por día, teniendo en cuenta que el mes comprende de 30 días, se tendrá un total de 420 horas por servicio y el Portafolio de Servicios comprende inicialmente de 08 servicios, entonces tendremos que la capacidad de horas operativas será de un total de 5.040 horas al mes y al año será de 40.320 horas.

**3.1.3.2. Capacidad instalada**

Capacidad instalada para el primer año en horas.

**Cuadro No. 21** Capacidad instalada

<b>Total horas de servicio/día</b>	<b>Total horas de servicio/mes</b>	<b>Total horas de servicio/año</b>
14	420	$5.040 * 08 = 40.320$

Se observa que el Centro Recreacional tendrá una capacidad instalada para ofertar 14 horas de servicio por día y un total de 5.040 horas de servicio mensuales y para la atención de los 08 servicios se proyecta la utilización de 40.320 horas.

**3.1.3.3. Capacidad utilizada y proyectada**

La capacidad utilizada y proyectada; se calcula deduciendo de la capacidad instalada lo correspondiente al porcentaje de utilización en horas del Portafolio de

Servicios que ofrecen el Centro Recreacional y Turístico, considerando que no todos los días hay la misma cantidad de demanda en los servicios. Además, en este tipo de servicios se tienen temporadas de gran actividad y otras de baja actividad, donde se observa que las de baja son compensadas por las de alta obteniéndose así un tiempo de utilización del servicio de manera estándar.

Se estima una utilización para el primer año del 30% sobre la capacidad total diseñada y haciendo una contratación de 10 personas para atender el servicios total tomando como referencia la información suministrada por la población encuestada quienes indicaban que la mayor frecuencia de uso de los servicios será los fines de semana (viernes, sábado, domingo y festivos), siendo con mas incidencia en época de vacaciones

La semestral y le continuaba en preferencia los de solicitud anual, esta capacidad se observa en el siguiente cuadro.

Capacidad utilizada proyectada para el primer año tomando el 30% de la capacidad total diseñada.

**Cuadro No. 22. Capacidad utilizada y proyectada.**

<b>PORTAFOLIO DE SERVICIOS</b>	<b>PROMEDIO ANUAL</b>
SERVICIO DE RESTAURANTE	10.800
ALQUILER DE SALON PARA EVENTOS	10.800
ALQUILER DE CARPAS PARA CAMPING	1.620
SERVICIO DE DISCIPLINAS (MICRO-BASKETBOLL,MINITEJO, BOLO CRIOLLO)	32.400

SERVICIO DE PISCINAS (ADULTOS - NIÑOS)	10.800
SERVICIO DE JUEGOS PARA NIÑOS	10.800
<b>TOTAL</b>	<b>77.220</b>

Llegaría a atender el 30% del mercado que desea contratar los servicios del Centro recreacional y Turístico de San Rafael. Sabiendo que el 99% de los encuestados tienen aceptación positiva por que se lleve a la realidad este proyecto para la región.

Ahora, al final de la perspectiva del proyecto, aproximadamente dentro de 5 años, se espera tener una capacidad utilizada de servicios, lo que cubriría el 99% de la demanda actual que estaría dispuesta a solicitar los servicios del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael.

### **3.2. LOCALIZACION**

Teniendo en cuenta que la empresa requerirá de un lugar para su funcionamiento y atención a los clientes y proveedores, de acuerdo al estudio de micro localización El **Centro Recreacional y Turístico San Rafael**, se ubicara en el Barrio Las Villas, vía principal de San Rafael a 5 minutos sobre la vía panamericana, lote que cuenta con una extensión de 2 hectáreas, tierra plana, distribuidas para el cumplimiento de los diferentes servicios y un área de 24 mts 2 para cubrir el área administrativa.

Las instalaciones del área administrativa estarán dotadas de muebles y enseres necesarios para cada funcionario, contara con buena iluminación, aireación, música ambiental por sesiones de tiempo. Todo esto contribuye a manejar un buen clima organizacional, y de imagen corporativa con mucho compromiso y

pertenencia por parte de todos sus funcionarios, la atención del público se requiere disponer de un Casa para el funcionamiento de la oficina.

### 3.2.1. Macro localización

El Centro Recreacional y Turístico estará ubicado en San Rafael de Rionegro, Santander teniendo en cuenta algunas condiciones favorables como:

- Ser la zona de influencia del proyecto, por ser área de influencia sobre la vía panamericana en el trayecto de San Alberto (cesar) y Sabana de Torres.
- La ventaja de infraestructura de la región como es la vía de acceso a la costa norte de Colombia y del interior del país.



**Figura No. 29** Mapa de Macrolización del proyecto.

### 3.2.2. Micro localización

Consiste en determinar la ubicación más adecuada para el funcionamiento de la empresa.

El proyecto, tendrá su ubicación en el Barrio Las Villas de San Rafael de Rionegro, Santander. Esta determinación ocurre después de realizar la comparación de los factores que participan en la zona urbana y la zona rural. Cada factor fue previamente analizado y ajustado de acuerdo a los requerimientos del proyecto.<sup>12</sup>

Para seleccionar de una manera imparcial el lugar de ubicación del Centro Recreacional y turístico mas conveniente se recurrió a la técnica de selección de ponderación de los factores y puntuación de los factores y grados.

La ponderación de los factores se hizo asignándole a cada factor un valor en porcentaje, dependiendo de su importancia en la localización de la empresa; esto es de menor a mayor importancia; teniendo en cuenta que la suma de la ponderación del total de factores escogidos suma 100%.

El proceso de la puntuación de los factores y de los grados se hizo escogiendo un total de puntos a asignar, en este caso de 1000 puntos, que al multiplicarse por la ponderación de cada factor arroja el puntaje máximo asignado para los factores escogidos.

Definido el puntaje máximo para los factores se procede a la asignación de los puntos para cada grado dentro de cada factor, el puntaje mínimo será cero y corresponderá al grado de menor significación; el máximo puntaje se le dará al grado de mayor importancia; la puntuación de los granos intermedios se hará en

---

<sup>12</sup> Plan de Ordenamiento territorial de Rionegro, Santander.

forma subjetiva dando la puntuación con base en la progresión aritmética, donde la constante aritmética se determinará mediante la formula:

$$K = \frac{\text{puntaje mayor} - \text{puntaje menor}}{n - 1}$$

A continuación se muestra el proceso de la Ponderación de los factores y puntuación de los factores grados.

- **Selección de factores y grados:** Se determinan los siguientes considerando que son los de mayor incidencia al momento de tomar una decisión, se asignan tres grados por factor.

#### **F1 COSTO DE VENTA DEL LOTE**

Grado 1	Muy costoso	Mayor a 6.000.000,00 * Has.
Grado 2	Costoso	Entre \$ 6.000.000 y \$3.000.000 * Has
Grado 3	Económico	Menor o Igual a \$3.000.000 * has

#### **F2 COSTO DE SERVICIOS PUBLICOS**

Grado 1	Muy costoso	Mayor a \$300.000,00
Grado 2	Costoso	Entre \$200.000 y \$300.000
Grado 3	Económico	Menor a \$200.000

#### **F3 DISPONIBILIDAD VIAS DE ACCESO**

Grado 1	Malo	Es mínimo el número de vías
Grado 2	Regular	Es regular el número de vías
Grado 3	Bueno	Es adecuado el número de vías

#### **F4 INFRAESTRUCTURA DISPONIBLE**

Grado 1	Malo	El terreno cuenta con muy poca área
Grado 2	Regular	La Oficina cuenta con poca área
Grado 3	Bueno	La Oficina cuenta con suficiente área.

#### **F5 SERVICIOS PUBLICOS DISPONIBLES**

Grado 1	Malo	Los servicios son escasos
Grado 2	Regular	Los servicios son limitados
Grado 3	Bueno	Los servicios son completos

#### **F6 SEGURIDAD EN EL SECTOR**

Grado 1	Malo	No se cuenta con suficiente seguridad
Grado 2	Regular	La seguridad poca
Grado 3	Bueno	Se cuenta con buena seguridad a toda hora.

#### **F7 ACCESO A PARQUEO**

Grado 1	Malo	No hay sitio disponible para parqueo
Grado 2	Regular	El sitio de parqueo es retirado
Grado 3	Bueno	El sitio de parqueo es adecuado

#### **F8 DISPONIBILIDAD DE TRANSPORTE**

Grado 1	Malo	Pocas rutas de taxis, buses y busetas
Grado 2	Regular	Algunas rutas de taxis, buses y busetas
Grado 3	Bueno	Servicio de transporte completo: Taxis, Busetas, Moto taxis, bicicleta y carro particular.

#### **F9 IMPACTO SOCIAL**

Grado 1	Malo	El lugar de ubicación despierta poco interés
Grado 2	Regular	El lugar de ubicación despierta interés
Grado 3	Bueno	El lugar de ubicación despierta gran interés.

**Ponderación y puntuación de factores y grados:** a cada factor se le asigna un puntaje, que se distribuye entre sus grados; también se asigna la ponderación.

Ponderación de los factores y puntuación de factores y grados

<b>FACTORES Y GRADOS</b>		<b>PUNTOS</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	
<b>F1 Costo de venta del Lote</b>				
Grado 1	Muy costoso	0		
Grado 2	Costoso	75		
Grado 3	Económico	150	150	15% x 1000 ptos

<b>FACTORES Y GRADOS</b>		<b>PUNTOS</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	
<b>F2 Costo de servicios públicos</b>				
Grado 1	Muy costoso	0		
Grado 2	Costoso	60		
Grado 3	Económico	120	120	12% x 1000 ptos

<b>FACTORES Y GRADOS</b>		<b>PUNTOS</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	
<b>F3 Disponibilidad de vías de acceso</b>				
Grado 1	Malo	0		
Grado 2	Regular	50		
Grado 3	Bueno	100	100	10% x 1000 ptos

<b>FACTORES Y GRADOS</b>		<b>PUNTOS</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	
<b>F4 Infraestructura disponible</b>				
Grado 1	Malo	0		
Grado 2	Regular	80		
Grado 3	Bueno	160	160	16% x 1000 ptos

<b>FACTORES Y GRADOS</b>		<b>PUNTOS</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	
<b>F5 Servicios públicos disponibles</b>				
Grado 1	Malo	0		
Grado 2	Regular	40		
Grado 3	Bueno	80	80	8% x 1000 ptos

**F6 Seguridad en el sector**

Grado 1	Malo	0		
Grado 2	Regular	40		
Grado 3	Bueno	80	80	8% x 1000 ptos

---

<b>FACTORES Y GRADOS</b>	<b>PUNTOS</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
--------------------------	---------------	--------------------

---

**F7 Acceso a parqueo**

Grado 1	Malo	0		
Grado 2	Regular	60		
Grado 3	Bueno	120	120	12% x 1000 ptos

**F8 Disponibilidad de transporte**

Grado 1	Malo	0		
Grado 2	Regular	45		
Grado 3	Bueno	90	90	9% x 1000 ptos

**F9 Impacto social**

Grado 1	Malo	0		
Grado 2	Regular	50		
Grado 3	Bueno	100	100	10% x 1000 ptos

---

<b>TOTAL</b>	<b>1000</b>	<b>100%</b>
--------------	-------------	-------------

---

- **Determinación de la ubicación.** Una vez definidos los factores y puntajes se procede a evaluar las alternativas de ubicación, determinando para ello el grado en que se encuentra representado cada factor dentro de determinada localización; la suma de los puntajes obtenidos por factor por cada una de las alternativas dará

el parámetro de decisión para la escogencia de la mayor ubicación, que será la que alcance un mayor puntaje.

A continuación se presenta el proceso para la determinación de la ubicación:

Determinación de la ubicación del Centro Recreacional y Turístico San Rafael.

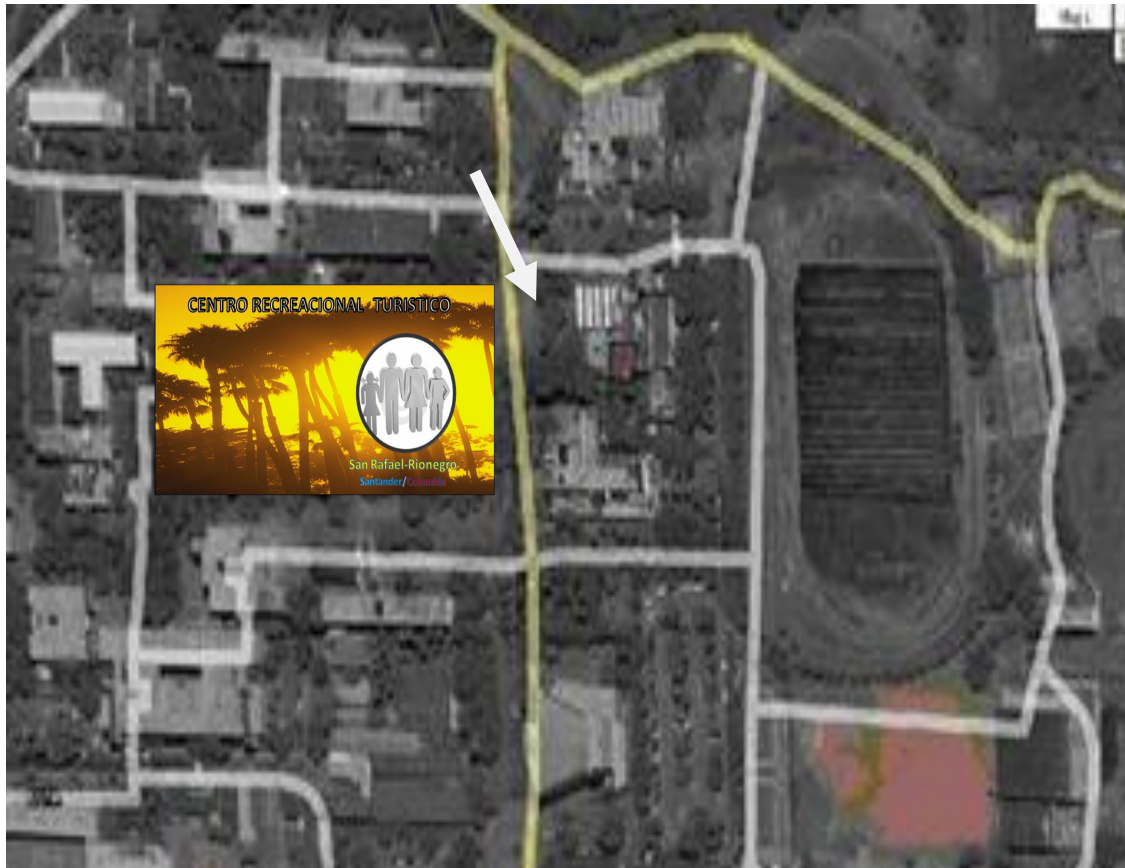
**Cuadro No. 23.** Selección de factores y riesgos.

F	B. LAS VILLAS (ENTRADA DEL PUEBLO)		VEREDA ROSABLANCA	
	GRADO	PUNTAJE	GRADO	PUNTAJE
F1	3	150	2	75
F2	3	120	3	120
F3	3	100	2	50
F4	3	160	3	160
F5	3	80	1	0
F6	3	80	2	40
F7	3	120	2	40
F8	3	90	3	90
F9	3	100	3	100
	<b>1000</b>		<b>675</b>	

De acuerdo con los resultados obtenidos en el método de puntos se ha seleccionado como punto de ubicación para el Centro Recreacional y Turístico de San Rafael, en el área urbana B. Las Villas, dirección que queda ubicada a la entrada del pueblo sobre la vía panamericana.

Los valores asignados corresponden al puntaje de calificación de cada factor, siendo 10 el más importante y 1 el menos importante.

Localización de la Empresa.



**Figura No. 30.** Mapa de Microlización del proyecto.

### 3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO

El servicio que se va a prestar en **EL CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO DE SAN RAFAEL**, se va a desarrollar con base en procesos adecuados para la promoción y desarrollo del servicio turístico con el propósito de alcanzar la completa satisfacción del cliente; para ello es necesario detallar técnica y operativamente estos procesos.

#### **Definición, Usos y especificaciones del Servicio**

El Centro Recreacional y Turístico de San Rafael de Rionegro, Santander desea brindar a San Rafael, corregimientos, veredas y aún municipios aledaños, tendrá

como modalidad prestar servicios de recreación y turísticos de ambiente familiar, con disponibilidad de servicio de restaurante, cafetería, disco-bar, piscinas, canchas de Football, Microfútbol, básquetbol, bolo criollo, mini tejo y sala de conferencias contara con todas las características de creatividad para que los clientes tengan fácil acceso para adquirir servicios complementarios.

El servicio se realizara con personal especializado en Recreación y Turismo y con excelente preparación en servicio al cliente y conocimiento en el portafolio de servicios.

El portafolio de Servicios se dirigirá a grupos y personas individuales, todos los estratos económicos, raza, color y a todas las empresas que rigen la actividad económica de la región, a los cuales se les brindara el servicios de recreación y turístico.

El portafolio de servicios esta conformado por las diferentes actividades a realizar:

- Servicios de recreación y turísticos de ambiente familiar.
- Áreas y actividades infantiles
- Servicio de restaurante
- Cafetería
- Disco-bar
- Piscinas
- Campos para Disciplinas Deportivas: Football, Microfootball, Básquetbol, Bolo Criollo, Mini tejó, Voleibol, billares,
- Sala de conferencias y Salón para Eventos Sociales.

El servicio se realizara con personal especializado en Recreación y Turismo y con excelente preparación en servicio al cliente y conocimiento en el portafolio de servicios

### 3.3.1. Ficha técnica del Servicio

El servicio a prestar en empresa de servicios recreativos, educativo, cultural y turístico; se contempla la siguiente ficha técnica.

**Cuadro No. 24.** Ficha técnica del Servicio.

<b>Servicio principal</b>	<b>Servicios del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael</b>
<b>Diseño</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Atención directa al cliente en la oficina de martes a viernes en el horario de 8:00 a.m. a 12:00 a.m. y de 2:00 p.m. a 6 p.m. y los sábados y domingos de 8:00 p.m. a 12:00 p.m.</li><li>• Prestación del servicio en horario adecuado a las necesidades del cliente.</li><li>• Horario para la prestación del servicio de 8:00 a.m. a 10:00 p.m., todos los días de la semana incluyendo festivos, de acuerdo a las necesidades del cliente.</li><li>• Atendido por personas altamente calificadas en la prestación de estos servicios.</li></ul>
<b>Especificaciones técnicas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Todos los equipos que se utilizan en las actividades son de un gran nivel técnico que serán de impacto ambiental favorable.</li></ul>

### 3.3.2. Descripción técnica del proceso

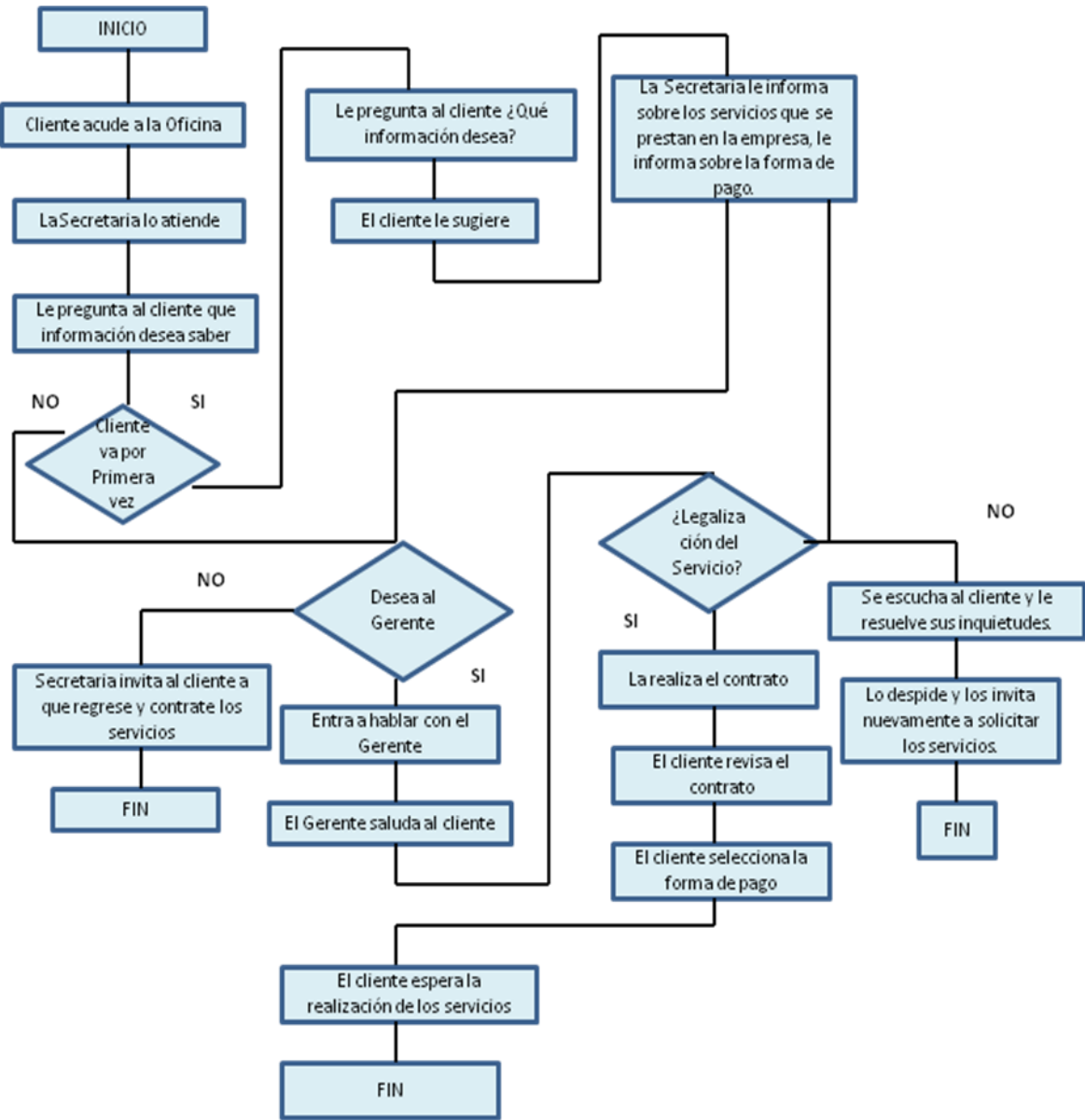
Teniendo en cuenta la actividad del **CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO DE SAN RAFAEL.**; se describe el proceso sobre la manera como se ofrecen la variedad de servicios registrados en el Portafolio de Servicios que se promocionara para toda la región del Bajo Rionegro.

El ciclo del servicio ilustra la naturaleza interfuncional del servicio porque, a menudo, distintas funciones manejan partes distintas del ciclo.

Este inicia cuando el cliente o los clientes interesados en recibir el servicio acuden a la empresa. Allí es recibido por la secretaria quien le informa sobre los servicios o actividades que se desarrollan para la practica del servicio recreacional y turístico en las diferentes modalidades a obtenerlo, si el cliente lo desea, sobre las características del servicio y a su vez le da información sobre el costo del servicio y la manera de cancelarlo. Le pregunta si desea hablar con el Gerente para recibir más información, estimar detalles del servicio o realizar el contrato, si es así el cliente pasa a dialogar con el Gerente y si decide contratar a la empresa se realiza el contrato y el cliente acuerda los abonos mensuales y el costo total del servicio o la forma para acceder como socio para tener los servicios en paquetes especiales, además de recibir la información sobre la premiación a la puntualidad en sus abonos y queda en espera de la fecha pactada para la realización del servicio requerido

### **3.3.3. Diagrama de operación, proceso y procedimiento**

**DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DEL SERVICIO**



**Figura No. 31** Mapa de procesos.

**3.3.4. Control de calidad**

El control de la calidad de los servicios ofrecidos se medirá de la siguiente forma, bajo los siguientes parámetros:

- Teniendo en cuenta la opinión de los clientes, quienes son los que en realidad están sintiendo y calificando el servicio que se les presta. Se contará con un buzón de sugerencias y con formatos para que el cliente evalúe el servicio.
- Toda actividad estará supervisada por el Gerente y/o Director de Servicios Turísticos, quien esta atento y presto a la correcta realización de todos los procesos, y a su corrección dado el caso de que se cometan errores además a cargo de él está la logística.

La calidad de los equipos a utilizar en el Centro Recreacional y Turístico de San Rafael para la ejecución de los variedad de servicios registrados en el Portafolio de Servicios, se les realizara mantenimientos preventivos. Se mantendrá dotado el botiquín de primeros auxilios, con los implementos y medicamentos exigidos de Ley como al correcto uso de los mismos

### **3.3.5. Recursos**

Los recursos deben permitir el montaje del servicio turístico y la operacionalización del mismo, estos se deben determinar teniendo en cuenta la capacidad del proyecto.

#### **3.3.5.1. Recurso humano**

Para el funcionamiento del **Centro Recreacional y Turístico de San Rafael**, se requiere el siguiente recurso humano, se mencionan todos aquellos que tienen que ver con la prestación del servicio:

1	Gerente
1	Administrador
1	Secretaria
1	Recreacionista
1	Vigilante
1	Jardinero

1 Salvavida - Picinero

### **3.3.5.2. Recurso físico**

**EL CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO DE SAN RAFAEL**, requiere para la prestación del servicio el siguiente recurso físico:

#### **Muebles y Enseres**

- 1 Escritorio tipo (Gerente)
- 1 Escritorio tipo (Secretaria)
  
- 1 Archivador 4 gavetas.
- 2 Sillas ergonómicas para escritorios
- 1 Sala de recibo
- 1 Biblioteca pequeña
- 1 Extintor

#### **Equipos de operación**

- 1 Botiquín
- 3 Micrófonos
- 1 Equipo de sonido ( con sus respectivas columnas)
- 1 D V D
- 2 Accesorios de conexión
- 50 CDS música Colombiana

#### **Dotación administrativa para el servicio**

- 1 Probador billetes
- 1 Teléfono
- 1 Fax
- 1 Sumadora Casio 12 Dígitos Eléctrica
- 1 Computador
- 1 Impresora

2 Memorias (según la necesidad)

1 Kit implementos de oficina

### **3.3.5.3. Recurso de insumos**

**Recurso de insumos. EL CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO DE SAN RAFAEL**, requiere para la prestación del servicio los siguientes insumos.

- Factureros y papelería en general
- Lapiceros
- Artículos de aseo oficina
- Los productos que se utilizaran para el mantenimiento de la piscina, el área de recreación infantil, el área deportiva (las canchas para las disciplinas deportivas).

### **3.3.6. Estudio de proveedores**

La ciudad de Bucaramanga ofrece una buena cantidad de proveedores, para el suministro para llevar a cabo la construcción, edificación, ejecución instalación de la logística del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael de Rionegro, Santander. Para ello se han seleccionado los siguientes teniendo en cuenta su experiencia, buen servicio y calidad de los servicio que ofrecen.

#### **Proveedores de muebles para el área administrativa.**

- Muebles Lengerke. Teléfono: 316 618 9677
- Muebles Modulares Teléfono: 6426789

#### **Proveedores de equipos**

- América Compiurer Teléfono: 6435600
- Casa Hermes. Teléfono: 6308888

#### **Proveedores de insumos y dotación administrativa**

- Papelería Garabatos.                      Teléfono: 6434222
- Litografía e imprenta Ónix              Teléfono: 6420785
- Litografía e Imprenta Iris              Teléfono: 6300148
- Almacenes Musical E PM              Teléfono: 300 612 5573

**Proveedores de Materiales para construcción.**

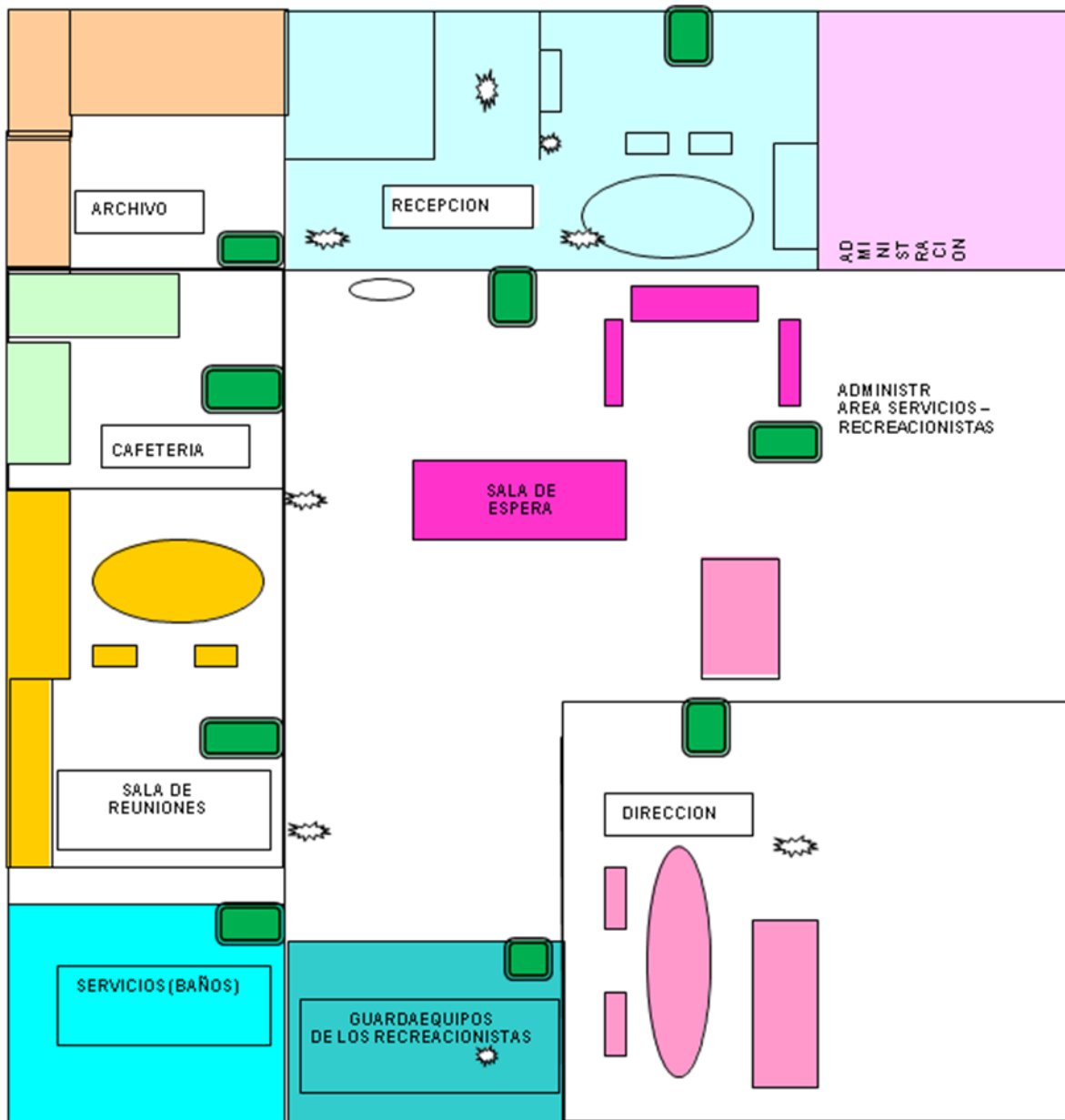
- Materiales y Metales                      Teléfono: 6716161
- Ferretería La Casita                      Teléfono: 6411956
- Pintu Mezclas                              Teléfono: 6717090

**Proveedores para la dotación de las habitaciones.**

- Muebles Wonder

**3.3.7. Distribución de planta**










## DISTRIBUCION DE PLANTA AREA ADMINISTRATIVA



**Figura No. 32.** Distribución del Área Administrativa.

Significa los materos de ornato con los que cuenta la planta física

Esta parte consta de:

1. **Recepción:** Con su respectivo Escritorio, Computador, Maquina de escribir, Teléfonos Celulares. Fax, Archivador auxiliar, Conexión a Internet, Sillas para Visitantes, Archivador empotrado, Cartelera, ventilador - aire acondicionado.
-  2. Esta área es la de archivo, Biblioteca de Consulta.
-  3. Este Símbolo representa las puertas de ingreso tanto a la empresa, como a las diferentes áreas de ella.
-  4. Área de Cafetería y Agua Potable.
-  5. Área – Sala de reuniones con sus respectivos muebles para las reuniones – aire acondicionado, su respectivo tablero acrílico utilizado en los talleres de inducción tanto al personal de la fuerza de ventas como a nuestros clientes, para el personal administrativo y operativo.
-  6. Direccion Comercial con sus respectivos muebles, Computador, Teléfono Fijo, Teléfono Celular. Archivador auxiliar, Conexión a Internet, Sillas para Visitantes y aire acondicionado
-  7. Area de la Administracional y Zona de Trabajo de los Recreacionistas con sus respectivos muebles, Computador, Teléfono Celular, Archivador auxiliar, Conexión a Internet, Sillas para Visitantes, ventilador y Además de material de consulta como mapas del territorio Nacional, Departamental y Municipal con su respectiva reseña histórica, sitios turísticos, culturales y de importancia.
-  8. Área especial para los recreacionistas guardar su material de trabajo.
-  9. Sala de espera.
-  10. Área de servicios sanitarios.

Es importante anotar que la planta física de la empresa goza de buen estado ambiental, tiene buena ventilación e iluminación.

**Cuadro No. 25.** Medidas área administrativa.

<b>Área Administrativa</b>	<b>MEDIDAS</b>
Archivo	12 m2
Recepción	6 m2
Cafetería	2 m2
Sala de Juntas	25 m2
Oficina Director	12 m2
Contabilidad	12 m2
Servicios de Baños	4 m2
Área de Guardaequipos de Recreacionistas	9 m2
Sala de espera	20 m2
<b>TOTAL DEL AREA ADMINISTRATIVA</b>	<b>102 m2</b>

## DISTRIBUCION DE PLANTA AREA OPERATIVA



**Figura No. 33.** Distribución del área operativa.

**Cuadro No. 26.** Medidas área restaurante

<b>RESTAURANTE</b>	<b>MEDIDAS</b>
Recepción – Caja	12 m2
Despensa	15 m2
Mesas	200 m2
Lavatraperos	2 m2
Bodega	2m2
Baños	6 m2
Pasillo de acceso	20 m2
Área de preparación (cocina)	100 m2
<b>TOTAL DEL AREA RESTAURANTE</b>	<b>357 m2</b>

**Cuadro No. 27.** Medidas área piscinas

<b>PISCINA</b>	<b>MEDIDAS</b>
Piscina Adultos	250 m2
Piscina Niños	50 m2
Área de Circulación	280 m2
Área Verde	100 m2
Kioscos	60 m2
Baños	6 m2
Vestier	6 m2
<b>TOTAL DEL AREA DE PISCINAS</b>	<b>746 m2</b>

**Cuadro No. 28.** Medidas área salón social

<b>SALON SOCIAL</b>	<b>MEDIDAS</b>
Recepción	9 m2
Salón	200 m2
Área para equipos	9 m2
Baños	6 m2
Vestier	6 m2
Área de la tarima	30 m2
<b>TOTAL DEL AREA DEL SALON SOCIAL</b>	<b>260 m2</b>

**Cuadro No. 29.** Medidas área parqueadero

<b>PARQUEADERO</b>	<b>MEDIDAS</b>
Área de parqueo (capacidad para 100 carros)	2000 m2
<b>TOTAL DEL AREA DEL PARQUEADERO</b>	<b>2000 m2</b>

**Cuadro No. 30.** Medidas área vías de acceso.

<b>VIA DE ACCESO</b>	<b>MEDIDAS</b>
Vía de acceso (ingreso)	150m2
<b>TOTAL DEL AREA DEL SALON SOCIAL</b>	<b>150 m2</b>

**Cuadro No. 31.** Medidas área juegos infantiles

<b>JUEGOS PARA NIÑOS</b>	<b>MEDIDAS</b>
Canchas (minitejo y bolo criollo)	100 m2
Polideportivo (baloncesto, microfutbol)	600 m2
Circulación	20 m2
Juegos de niños	120 m2
Baños	4 m2
<b>TOTAL DEL AREA DEL SALON SOCIAL</b>	<b>844 m2</b>

### **3.3.8. Logística de distribución**

Con el objeto de cumplir los pronósticos de venta del Portafolio de Servicios y optimizar al máximo los recursos físicos del servicio El Centro Recreacional y Turístico de San Rafael de Rio negro, en cabeza de su gerente deberá realizar las funciones específicas de marketing y logística después de lanzado el servicio al mercado, observando de cerca las ventas para saber que segmento del mercado lo están utilizando, como reaccionan los usuarios frente a los diferentes servicios y que hace la competencia para contrarrestarlo. Esta información debe usarse para modificar las estrategias promocionales e incluso algunos aspectos del servicio.

Cabe anotar que en la logística de mercadeo de los servicios se hará uso de todos los recursos físicos y humanos necesarios para prestar un servicio competitivo.

- **Organización.** La secretaria dispondrá de formatos de venta donde se registraran los servicios de recreativos y turísticos que el cliente desea y la información pertinente a tener en cuenta para la prestación del servicio, contara con elementos indispensables como calculadoras, lapicero, libreta de apuntes y un computador en el que tendrá una base de datos del Portafolio de Servicios,

requisitos, precios y modalidades, también se deberá tener una base de datos de los clientes.

En cuanto el cliente ha seleccionado el servicio a utilizar y la modalidad se le indicara los diferentes aspectos a tener en cuenta.

- **Mando.** El Gerente delegara siempre al Director de Servicios Turísticos y será el responsable del éxito en el servicio por la logística y organización; por lo tanto tendrá mando sobre los demás pero a su vez cada persona deberá responder ante el por los acontecimientos, y deben realizar un respectivo informe diario de las actividades, con el objeto de detectar fortalezas y debilidades y se miden la responsabilidad que se le ha asignado a cada cuál.
- **Previsión.** Se mantendrá un control por parte de la gerencia para que los recursos e insumos no falten en la prestación del servicio.
- **Control.** El control lo ejercerá el Gerente asistiendo a las reuniones de evaluación el primer día de la semana y en horas de la mañana. También a través de los informes recibidos tanto de sus empleados como de los clientes podrá definir estrategias de mejoramiento o mantenimiento.

### **3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TECNICA DEL PROYECTO**

Después de haber realizado un estudio a la demanda del que se proyecta al Centro Recreacional y Turístico, que los resultados son del 100% son satisfactorios, están de acuerdo en que se lleve a cabo este proyecto, que será de gran importancia para el crecimiento y desarrollo de la región, por cuanto el turismo se incrementara a medida que el Centro Recreacional desarrolle el Portafolio de Servicios.

Para llevar a cabo la ejecución del proyecto, se cuenta con el sitio que se encuentra disponible para la venta, ya que el propietario solo lo vende si es para la construcción de un sitio que genere un servicio y progreso para la región.

Las autoras cuentan con un capital disponible para la inversión en el proyecto del Centro Recreacional y Turístico.

## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 4.1. FORMA DE CONSTITUCION

La Sociedad **CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO DE SAN RAFAEL C.I. LTDA.** Esta constituida bajo los parámetros de una sociedad de responsabilidad limitada, pues la obligación de los socios solo la constituye el pago de sus aportes y no está representada en títulos negociables.

**Constitución de la Sociedad de Responsabilidad Limitada.** Se conformará de la siguiente forma:

- Razón social: **CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO DE SAN RAFAEL C.I. LTDA.**
- Número de socios: **Dos socios.**
- Como se constituye: **Por Escritura Pública.**
- Vigencia: **La Sociedad tendrá una duración de treinta (30) años.**
- Capital: Su capital será **CUATROCIENTOS MILLONES DE PESOS M/CTE (\$400.000.000,00).**
- Dirección Comercial: **B. Las Villas – San Rafael de Rionegro (Santander).**
- Administración: **La representación legal y la administración de la sociedad se le delegara a un Director. que será seleccionado por los socios.**
- Responsabilidad: **Cada socio responde hasta por el valor de su aporte.**

La Cámara de comercio de Bucaramanga certifica matricula de establecimiento comercial con el numero No. 00000 de Agosto 01 de 2010 y con el nombre de **CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO DE SAN RAFAEL C.I. LTDA.**, nombre que podrá utilizar en papelería membreteada y para actividades de promoción tanto en la región, como en el Departamento y el resto del país en la recreación y el turismo.

**Disolución:** Este tipo de sociedad prevé dos especiales consistentes en, pérdidas que reduzcan el capital por debajo del 50% o incremento del número de socios a más de 25.

## **CONSTITUCION LEGAL DE LA EMPRESA**

La sociedad se registrara en alguna Notaria de Bucaramanga con escritura publica N° 0000 de fecha 00000 y con un registro mercantil N° 00000 que asignara la Cámara de Comercio de Bucaramanga, y Registro Nacional de Turismo N°.000 expedido por el ente encargado de certificar y vigilar los Centros Recreacionales.

Se tramita los siguientes documentos:

Una vez constituida y registrada legalmente la sociedad, se convirtió en una persona jurídica distinta de los socios individualmente considerados. El impuesto sobre la renta y patrimonio responde en primera instancia la sociedad y si no tiene como asistir estos gastos, los debe asumir cada socio de acuerdo a la participación en la sociedad.

Se debe tener en cuenta que efectos tributarios trae este nuevo servicio para la empresa como: Impuesto al Valor agregado (**IVA**), Retención en la fuente. Entre otros.

## **4.2. CONSTITUCION DE LA EMPRESA**

### **4.2.1. Visión**

El Centro Recreacional y Turístico de San Rafael en el 2015 se convertirá en el espacio mas importante en la región para el descanso y el ocio intelectual, el deporte y en general toda actividad sana y benéfica que signifique para el asociado y su familia una mejor calidad de vida en lo personal, familiar y comunitario.

#### **4.2.2. Misión**

El Centro Recreacional y Turístico de San Rafael trabaja en la creación y desarrollo de espacios, y actividades orientadas al descanso, la recreación y el cambio de actividad diaria para un mayor bienestar del cliente y su familia, con personal humano calificado y comprometido con la calidad del servicio

#### **4.2.3. Objetivos**

**EL CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO DE SAN RAFAEL DE RIONEGRO**, establecerá los siguientes objetivos de calidad:

- Garantizar el cumplimiento al Portafolio de Servicios.
- Lograr que los precios que se aplicara en la variedad de servicios incluidos en el Portafolio de Servicios sean menores o iguales a los precios de la competencia
- Optimizar el valor de la empresa para mejorar las condiciones de liquidez y rentabilidad
- Establecer la estructura de un sistema de gestión de la calidad en red de procesos.
- Plantear una herramienta para la implementación de la planificación en un sistema de gestión de la calidad.
- Proporcionar las bases fundamentales para controlar las operaciones de de servicio dentro del marco de un sistema de gestión de calidad.
- Presentar una metodología para la solución de problemas reales y potenciales.
- Orientación hacia el cliente y el incremento en la competitividad.
- Consolidar una estructura organización ágil, flexible y profesional, orientada hacia el servicio, la rentabilidad y la productividad.

- Conocer el mercado y la competencia de los servicios que se ofrecen. Penetrar en el mercado del municipio de Bucaramanga.
- Desarrollar políticas del talento humano de los miembros de la empresa como condición indispensable para lograr una posición competitiva.
- Desarrollar de manera tradicional el ambiente cultural criollo en el Centro Recreacional y Turístico de San Rafael para mantener la cultura del medio natural de la región.

Crear una cultura de servicio al cliente como estrategia de productividad. Para ello se deberá conocer al cliente, obtener los índices de satisfacción con los servicios que recibe

#### **4.2.4. Políticas**

Las políticas son los procedimientos, reglas y prácticas administrativas específicas que se formulan para estimular y apoyar el trabajo hacia los objetivos fijados con respecto a cada uno de los servicios que se ofrecen en el **CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO** a definido los siguientes procedimientos para lograr las políticas:

- Enfocar la prestación del servicio al cliente con el propósito de satisfacer plenamente sus necesidades y expectativas, para que el mismo sea la mejor publicidad.
- Propender por una publicidad y promoción sana y con respeto con el ánimo de ser más competitivo.
- Brindar un excelente servicio de calidad total, basándolo siempre en el respeto de la integridad del usuario.

- Todo el personal que labore con la empresa debe tener un alto sentido de formación humana.

Las políticas se desarrollan las referentes a: Talento Humano, compras y ventas del servicio.

**Talento Humano:** El personal que se contratara para prestar los servicios en el Centro Recreacional y Turístico de San Rafael, debe ser preparado académicamente y tener experiencia en su área de desempeño, en este ítem se tratara lo referente al reclutamiento, selección, contratación, salario y dotación para el personal del **Centro Recreacional y Turístico de San Rafael Sociedad Ltda.**

El proceso para encontrar y atraer aspirantes adecuados para los cargos disponibles en la planta se inicia con el conocimiento y requisitos relativos al perfil del cargo que se necesita.

En el área administrativa del **Centro Recreacional y Turístico de San Rafael Sociedad Ltda.** Necesitara reclutar, seleccionar y contratar un contador externo, quien se encargara del proceso contable, ya que el Director Administrativo, de la empresa deberá estar en capacidad de liderar para llevar a cabo este proyecto.

En el área operativa será dirigido por un Coordinador de Recreacionistas, el cual llevara la coordinación y supervisión el trabajo de un grupo de recreacionistas, que estarán en capacidad de organizar, emprender, liderar, vigilar y orientar a los usuarios en cuanto a la utilización de los servicios. El número de personal (recreacionistas) a contratar, será de acuerdo a la demanda en los servicios.

- **Fuentes de Reclutamiento:** El proceso para la selección de aspirantes adecuados y que cumplan el perfil deseado, para una excelente atención e inspirar

confianza, se solicitara al SENA, de la sede de Sabana de Torres, que capacite a jóvenes de la región, luego de ello se realizara la selección. En el análisis de las hojas de vida se debe tener en cuenta los requisitos mínimos para una posible selección (Edad, Profesión, Certificación de una Institución Competente SENA, Experiencia laboral con atención al cliente), con el fin de descartar aquellos aspirantes que no cumplen con los requisitos del perfil.

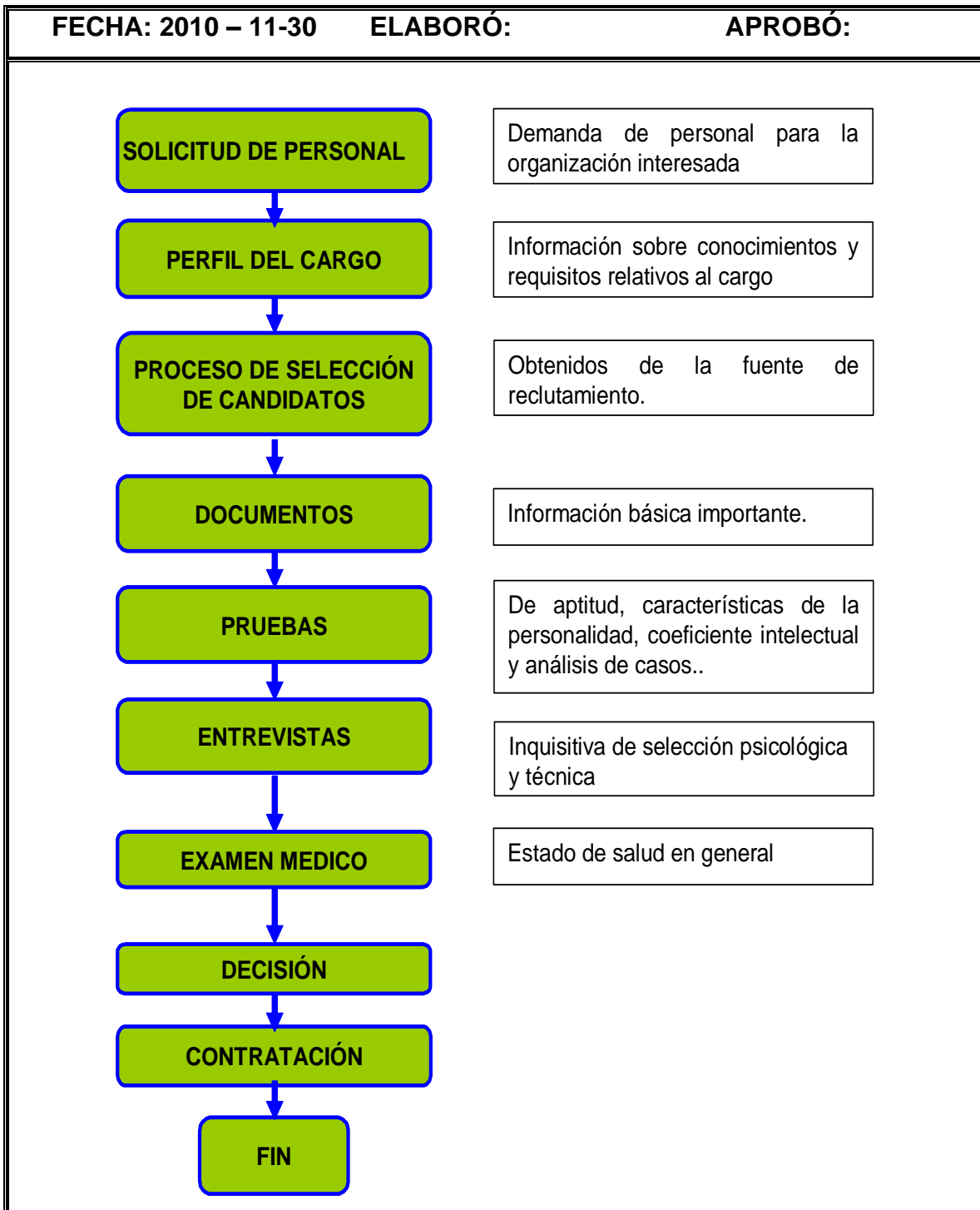
- **Proceso de Selección:** será realizado por el Director de la empresa y consiste en la aplicación de pruebas técnicas que se enfocan en los requerimientos de la misma, buscando en la persona facilidades de adaptación motriz, visual y de respuesta a la enseñanza. Se considera primordial que no todo aspirante que desea aprender un oficio tiene aptitudes para el mismo.

Las pruebas a aplicar se dividen en dos:

- **Pruebas de capacidad:** las cuales permiten medir la destreza del personal en la realización de las actividades.
- **Pruebas de Aptitud:** que permiten evaluar la destreza y el grado de comprensión para ejecutar una orden.

La entrevista técnica consiste en determinar la motivación, deseo de alcanzar metas propuestas y la estabilidad laboral reflejada en su permanencia en el trabajo solicitado. Las entrevistas realizadas evalúan al candidato desde distintos puntos de vista y lo califican. Ver grafica siguiente.

**Figura 34** Diagrama para la contratación de personal



- **Proceso de Contratación:** Para la contratación del personal se realizarán dos tipos de contratos.
- **A Término indefinido:** Es aquel contrato en el cual se conoce la fecha exacta de su iniciación, pero no se ha establecido la de su terminación. Este tipo de contrato de trabajo será adoptado para cargos administrativos como el Director. Teniendo en cuenta quien decide cuando inicia y cuando termina la vinculación con el Centro Recreacional será la junta de socios.
  
- **Por la duración de la labor contratada:** es aquel contrato en el cual su duración no está determinada por una fecha exacta sino que subsiste mientras se realiza una labor específica. Los cargos contratados por este sistema corresponden al Coordinador de recreacionistas y a los recreacionistas, a su mismo a la señora de servicios varios y el obrero que realice labores de jardinería en las instalaciones de la empresa dos (02) veces por mes.

Los empleados operativos podrán acceder a contratos repetitivos para quienes demuestren aptitudes favorables según las políticas establecidas en la empresa.

El valor pagado a los recreacionistas representado en comisiones por servicios prestados, corresponde a un salario integral que libera a la empresa de cargas prestacionales de cualquier índole. Dicha condición debe quedar clara y por escrito en el contrato suscrito por las dos partes.

El periodo de prueba para los cargos administrativos será de dos (2) meses de conformidad con el artículo 76 del código sustantivo del trabajo.

En el proceso de inducción del candidato para que se adapte a su nuevo trabajo, El Centro Recreacional y Turístico San Rafael Sociedad Ltda., se encargará de suministrar capacitación a los empleados en las diferentes tareas o cargos de la empresa, de manera que se cuente con empleados eficientes y adecuados.

Para que la capacitación funcione debe ir ligada a las necesidades estratégicas de la empresa. Por esta razón, el objetivo del programa de capacitación de la empresa, es que todo el talento humano adquiera conocimientos que le permitan desempeñar eficiente y efectivamente sus funciones, por eso es importante que se divulgue e interpreten correctamente las normas de trabajo para el fortalecimiento de un agradable ambiente laboral.

El equipo humano de la empresa se distinguirá por su atención, poseedor de un trato especial y preferencial, amabilidad, cortesía, calor humano y eficiencia.

- **Política de Compras:** Los proveedores de insumos serán seleccionados teniendo en cuenta la calidad de los mismos, el tiempo de entrega, precios y descuentos. La papelería y elementos de aseo y cafetería se comprarán a un proveedor de los que surten en la región, el que presente más opciones de calidad, confiabilidad y economía.

Con respecto a los demás insumos requeridos para las labores del área administrativa tales como insumos para PC, Útiles de Papelería y oficina se irán comprando a medida que se necesiten.

El Gerente y la junta de socios seleccionarán después de analizar cada portafolio de proveedores, cual es el más conveniente en caso de que se requiera comprar algún otro elemento o equipo necesario, después de la puesta en marcha de la empresa.

La forma de pago se hará como estipule la empresa proveedora, sin embargo se intentará manejar el crédito a 30 y 60 días; después de este proceso se elaborará

la orden de pago y la salida de caja, seguidamente se procederá a hacer el pedido.

- **Política de ventas:** la política de ventas se constituyen en un factor de gran importancia en el momento de atraer clientes y manejar de una forma eficiente la cartera de la empresa. Teniendo en cuenta que la política de venta a la que mayor se impulsara será el Plan separe el servicio.

Este proceso de venta del servicio se hará directamente en la oficina, hablando con el cliente y estableciendo previamente un contrato con la fecha de ejecución del servicio, al igual que la cantidad de cuotas pactadas con sus respectivos.

Se ha determinado que la política de ventas para la obtención de los servicios del Centro Recreacional y Turísticos, se pactara en cuotas de fácil cancelación para el sistema de crédito, y en cuanto al Plan Separe será de libre elección del cliente. Teniendo en cuenta que los precios de crédito tendrá un valor con incremento, los de Plan Separe serán los establecidos y los servicios que se tomen de contado será un descuento.

#### **4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

**EL CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO DE SAN RAFAEL “Sociedad Ltda.”**, en San Rafael de Rionegro (Santander), tiene como finalidad la prestación de servicios de Recreación y Turismo con una cultura organizacional que fortalezca el sentido de pertenencia de los empleados hacia la empresa; con un estilo administrativo abierto, flexible, formal y ágil.

Una organización orientada hacia la calidad con personal altamente cualificado y con participación activa en los proyectos que se generen, asesorados por la Junta de Socios y la Dirección Administrativa, teniendo en cuenta que el Director o

Gerente, deberá ser un líder que los impulse a mejorar los niveles de desempeño y alcanzar las metas y propósitos trazados.

#### 4.3.1. Organigrama

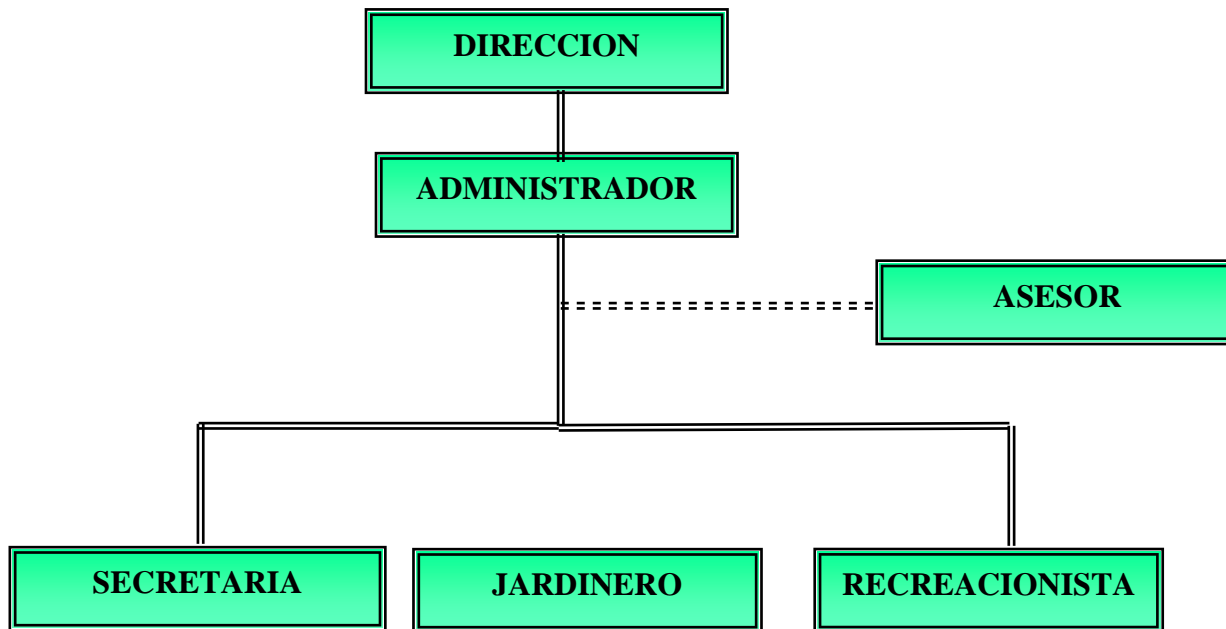


Figura No. 35. Organigrama.

#### 4.3.2. Descripción y perfil de cargos

**Descripción de cargos y/o Funciones.** Una organización orientada hacia la calidad con personal altamente cualificado y con participación activa en los proyectos que se generen, asesorados por el gerente que antes que jefe, debe ser un líder que los impulse a mejorar los niveles de desempeño y a alcanzar las metas y propósitos trazados.

- **Área administrativa y financiera.** Dentro de las políticas de administración y contratación del personal necesario para el desarrollo de los objetivos propuestos será encargada a una Cooperativa de trabajo asociado a quien se le confiará el alistamiento y selección del personal de acuerdo al perfil del cargo solicitado y necesario por la empresa para su funcionamiento y desempeño.

- **El área administrativa y financiera se encargará** del manejo de personal que se encuentra laborando como asociado de la CTA, como los que se contraten directamente por la institución, información y logística de los servicios que se ofrecen y realizar la labor de mercadeo. Además realiza el análisis de los costos, manejo de la parte contable y en general tiene la responsabilidad del buen funcionamiento de la empresa.
- **Área operativa.** Se encarga atención y prestación del servicio al cliente, son quienes desarrollan las actividades en los eventos de recreación y publicidad, son los responsables de la calidad del servicio.

### PERFIL DE CARGOS

Se hará una descripción del perfil de los cargos requeridos para el funcionamiento del **CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO SAN RAFAEL**. A continuación se presenta su diseño técnico.

**Cuadro No. 32** Perfil del Cargo de Gerencia

PERFIL DEL CARGO		
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Gerente	<b>CÓDIGO:</b> G-01	<b>FECHA:</b>
<b>DIVISIÓN:</b> Administrativa	<b>DEPARTAMENTO:</b> Gerencia	
<b>SECCIÓN:</b> Oficina	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> Junta de Socios	
<b>SUPERVISA A:</b> Personal de Oficina	<b>ELABORADO POR:</b>	
<b>EDUCACIÓN:</b> Profesional en Gestión Empresarial, o Administrador de Empresas; con conocimientos en estrategias de promoción y publicidad empresarial		
EXPERIENCIA: Mínimo dos años en cargos similares y en promoción y publicidad empresarial		
<b>HABILIDAD MENTAL:</b> Precisión en operaciones matemáticas, análisis financiero, planeación, control y admón.		

<b>HABILIDAD MANUAL:</b> Normal
<b>SUPERVISIÓN:</b> Se encarga de supervisar los trabajos que realizan todos en sus diferentes labores
<b>POR CONTACTOS:</b> Con personas externas para mercadeo de los servicios
<b>MANEJO DE VALORES:</b> Ocasionales y por un valor hasta de \$2.000.000
<b>ESFUERZO:</b> Ninguno
<b>MENTAL:</b> En su jornada requiere concentración plena para planear, diseñar, administrar y controlar
<b>FÍSICO:</b> Normal de la actividad
<b>MEDIO AMBIENTE:</b> Agradable, el de la oficina
<b>RIESGOS:</b> Ninguno
OBSERVACIONES:
<b>APROBÓ</b> <b>APROBÓ</b> <b>APROBÓ</b>

**Cuadro No. 33** Descripciones de funciones del Administrador

<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>		
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Administrador	<b>CÓDIGO:</b> G-01	<b>FECHA:</b>
<b>DIVISIÓN:</b> Administrativo	<b>DEPARTAMENTO:</b> Gerencia	
<b>SECCIÓN:</b> Oficina	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> Junta de Socios	
<b>SUPERVISA A:</b> Personal Administrativo y Operativo	<b>No CARGOS IGUALES:</b> Ninguno	
<b>NATURALEZA DEL CARGO:</b> Administrar ingresos y egresos, relaciones públicas y comerciales; supervisar las actividades realizadas		
<b>DETALLE DE FUNCIONES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liderar y velar por el cumplimiento de la misión, visión, los principios y valores organizacionales de la empresa.</li> <li>▪ Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentre comprometido.</li> <li>▪ Cumplir y hacer cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en la empresa.</li> <li>▪ Atención, servicio y asesoría al cliente.</li> <li>▪ Encargado de la logística y desarrollo de estrategias de publicidad y promoción</li> <li>▪ Responder y por los insumos y equipos de la empresa y velar por el buen uso y mantenimiento de los mismos.</li> <li>▪ Manejar con responsabilidad y confiabilidad los recursos económicos generados en la prestación del servicio.</li> <li>▪ Estar documentado del conocimiento sobre las tendencias empresariales, en especial las del sector recreativo y turístico..</li> <li>▪ Cumplir con las demás funciones que le sean asignadas por la junta y tengan relación con la naturaleza del cargo.</li> </ul>		
EMPLEADO	JEFE INMEDIATO	ANALISTA

**Cuadro No. 34** Descripción de funciones de la Secretaria

<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>		
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Secretaria	<b>CÓDIGO:</b> G-01	<b>FECHA:</b>
<b>DIVISIÓN:</b> Administrativo	<b>DEPARTAMENTO:</b> Gerencia	
<b>SECCIÓN:</b> Oficina	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> Gerente	
<b>SUPERVISA A:</b> Recreacioncita.	<b>No CARGOS IGUALES:</b> Ninguno	
<b>NATURALEZA DEL CARGO:</b> Cargo del Nivel Administrativo, encargado de realizar labores de sistematización, archivo, atención al público y manejo de comunicaciones, tendientes a prestar apoyo administrativo y operativo de la empresa.		
<b>DETALLE DE FUNCIONES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentre comprometido.</li> <li>▪ Convocar por orden de su superior inmediato a funcionarios y sociedad civil a consejos, juntas y comités.</li> <li>▪ Atención, servicio y asesoría al cliente.</li> <li>▪ Recibir la correspondencia, y demás documentación, haciendo los registros correspondientes, su distribución y posterior Archivo.</li> <li>▪ Tener claridad en el conocimiento de la misión, visión, objetivos y políticas de calidad de la empresa, para dar respuestas oportunas, confiables y satisfactorias al público.</li> <li>▪ Encargado de la logística y desarrollo de estrategias de publicidad y promoción</li> <li>▪ Estar documentado del conocimiento sobre las tendencias empresariales, en especial las del sector recreativo y turístico.</li> <li>▪ Recibir y efectuar las llamadas telefónicas y transmitir los mensajes correspondientes; atender al público y absolver las consultas que no requieran ser llevadas al superior inmediato.</li> <li>▪ Manejar y actualizar los inventarios de elementos de consumo y devolutivos a cargo de la dependencia, distribuir a los funcionarios los elementos que requieran y hacer los pedidos</li> </ul>		

correspondientes.

- Velar por el buen uso, mantenimiento y conservación del equipo de oficina bajo su responsabilidad.
- Cumplir con las demás funciones que le sean asignadas por la junta y tengan relación con la naturaleza del cargo.

## **Jardinero**

Área: Servicios generales.

Cargo del Jefe inmediato: administrador.

Responsabilidad: efectuar el servicio de jardinería en los sitios programados por el Centro Recreacional y Turístico.

Nivel académico: básica  
Bachillerato.

Experiencia: mínimo un año en este cargo o similares.

### **Funciones:**

- Realizar las podas programadas por la Administración del Centro Recreacional y Turístico.
- Realizar la siembra de plantas ornamentales programadas por el Centro Recreacional y Turístico.
- Responder por el mantenimiento de las zonas verdes.
- Cuidar y mantener las herramientas a su cargo que se necesiten para la jardinería como carretilla, palas, tijeras, guadañadoras, entre otros.
- Cualquier otra función que le sea encomendada por el jefe inmediato, buscando la colaboración para el cumplimiento de las metas de la empresa.

### **4.3.3. Asignación salarial**

Las compensaciones laborales se establecen con lo relacionado al mercado de oferta para esta clase de servicios. Para tal efecto tomamos, analizado en el

estudio de Oferta Centro Recreacional Los Manatíes (Sabana de Torres) y Centro Recreacional Indupalma (San Alberto – Cesar). Después del estudio realizado quedara de la siguiente forma.

Gerente	\$800.000,00
Secretaria	\$515.000,00
Administrador	\$600.000,00
Recreacionistas	\$515.000
Salvavidas- Piscinero	\$515.000
Jardinero	\$515.000,00

Y su contratación será directa por la empresa y tendrá todas los beneficios de Ley.

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

En esta parte del estudio se presenta amplia y rigurosamente cada uno de los elementos que participan en la estructuración financiera del proyecto en la cual se determina la inversión necesaria para poner en funcionamiento el nuevo servicio de la empresa.

### 5.1. INVERSIONES

#### 5.1.1. Inversión fija

A continuación se muestra el resumen de la inversión fija necesaria para el desarrollo del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael, teniendo en cuenta que la futura empresa, se creará desde su inicio, se elabora un prorateo u estimado.

##### 5.1.1.1. Terrenos

El Centro Recreacional y Turístico de San Rafael cuenta con un Terreno de 2 Has, lo que corresponde a 20.000 ms<sup>2</sup>.

**Cuadro No. 36** Costos de Terrenos

ITEM	CANTIDAD	V/R. UNITARIO	V/R. TOTAL
HECTAREA DE TIERRA	2	20.000.000	40.000.000
<b>TOTAL</b>		<b>20.000.000</b>	<b>40.000.000</b>

**Fuente.** Las Autoras

### 5.1.1.2. Construcción y adecuación

De acuerdo al Anexo a la Cotización presentada por el Arquitecto Gilberto Camargo Amorocho, la construcción y adecuación del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael tiene un costo directo de **SETECIENTOS VEINTIDOS MIL TRECIENTOS CINCUENTA Y OCHO PESOS M/CTE. (\$722.358,00)**.

**Cuadro No. 37** Construcción y adecuación del Área Administrativa.

<b>AREA ADMINISTRATIVA</b>	<b>MEDIDAS</b>
Archivo	12 m2
Recepción	6 m2
Cafetería	2 m2
Sala de Juntas	25 m2
Oficina Director	12 m2
Contabilidad	12 m2
Servicios de Baños	4 m2
Área de Guardaequipos de Recreacinistas	9 m2
Sala de espera	20 m2
<b>TOTAL DEL AREA ADMINISTRATIVA</b>	<b>102 m2</b>

**Cuadro No. 38** Construcción y adecuación del Área de Restaurante

<b>RESTAURANTE</b>	<b>MEDIDAS</b>
Recepción - Caja	12 m2
Despensa	15 m2
Mesas	200 m2

Lavatraperos	2 m2
Bodega	2m2
Baños	6 m2
Pasillo de acceso	20 m2
Área de preparación (cocina)	100 m2
<b>TOTAL DEL AREA RESTAURANTE</b>	<b>357 m2</b>

**Cuadro No. 39** Construcción y adecuación del Área de Piscinas.

<b>PISCINA</b>	<b>MEDIDAS</b>
Piscina Adultos	250 m2
Piscina Niños	50 m2
Área de Circulación	280 m2
Área Verde	100 m2
Kioscos	60 m2
Baños	6 m2
Vestier	6 m2
<b>TOTAL DEL AREA DE PISCINAS</b>	<b>746 m2</b>

**Cuadro No. 40** Construcción y adecuación del Área de Salón Social.

<b>SALON SOCIAL</b>	<b>MEDIDAS</b>
Recepción	9 m2
Salón	200 m2
Área para equipos	9 m2
Baños	6 m2
Vestier	6 m2

Área de la tarima	30 m2
<b>TOTAL DEL AREA DEL SALON SOCIAL</b>	<b>260 m2</b>

**Cuadro No. 41** Construcción y adecuación del Área de Parqueadero.

PARQUEADERO	MEDIDAS
Área de parqueo (capacidad para 100 carros)	2000 m2
<b>TOTAL DEL AREA DEL PARQUEADERO</b>	<b>2000 m2</b>

**Cuadro No. 42** Construcción y adecuación de las Vías de Acceso.

VIA DE ACCESO	MEDIDAS
Vía de acceso (ingreso)	150m2
<b>TOTAL DEL AREA DEL SALON SOCIAL</b>	<b>150 m2</b>

**Cuadro No. 43** Construcción y adecuación del Área de Juegos Para niños.

JUEGOS PARA NIÑOS	MEDIDAS
Canchas (minitejo y bolo criollo)	100 m2
Polideportivo (baloncesto, microfutboll)	600 m2
Circulaciòn	20 m2
Juegos de niños	120 m2
Baños	4 m2
<b>TOTAL DEL AREA DEL SALON SOCIAL</b>	<b>844 m2</b>

**Cuadro No. 44** Presupuesto Total de Construcción y adecuación.

<b>ITEM</b>	<b>VALOR</b>
<b>TOTAL AREA</b>	<b>4.459</b>
V/r. Unitario * Metro Cuadrado.	150.000
<b>SUBTOTAL DEL COSTO DE CONSTRUCCION</b>	<b>668.850.000</b>
Costo de Estudio de Ingeniería, Topografía y Arquitectura	53.508.000
<b>TOTAL DE COSTO DE LA CONSTRUCCION</b>	<b>722.358.000</b>

**5.1.1.3. Muebles y enseres**

**Cuadro No. 45** Requerimiento de muebles y enseres área administrativa

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V/R. UNITARIO</b>	<b>V/R. TOTAL</b>
Escritorio	3	200.000	600.000
Silla Giratoria	3	100.000	300.000
Sillas Auxiliares	6	40.000	240.000
Juego - Sala de espera	1	750.000	750.000
Archivador metálico	4	80.000	320.000
Aire acondicionado	1	500.000	500.000
Equipo de Sonido	1	800.000	800.000
<b>TOTAL</b>		<b>2.470.000</b>	<b>3.510.000</b>

**Cuadro No. 46** Requerimiento de muebles y enseres restaurante.

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V/R. UNITARIO</b>	<b>V/R. TOTAL</b>
Juegos de Mesas y sillas (4 ptos)	10	200.000	2.000.000
Televisor	1	750.000	750.000
Cuadros decoración	3	50.000	150.000
Ventiladores de techo	4	50.000	200.000
Estufa Industrial	1	600.000	600.000
Asador Múltiple	1	200.000	200.000
<b>TOTAL</b>		<b>1.850.000</b>	<b>3.900.000</b>

**Cuadro. 47** Requerimiento de muebles y enseres áreas conexas (piscinas).

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V/R. UNITARIO</b>	<b>V/R. TOTAL</b>
Hamacas	10	50.000	500.000
Carpas para Camping	5	150.000	750.000
Gorros para piscinas	100	2.000	200.000
Toallas	20	8.000	160.000
Salvavidas para niños	20	10.000	200.000
Salvavidas para adultos	10	15.000	150.000
Balón para piscina adultos	5	3.000	15.000
Balón para piscina niños	5	3.000	15.000
<b>TOTAL</b>		<b>241.000</b>	<b>1.990.000</b>

**Cuadro. 48** Requerimiento de muebles y enseres salón social.

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V/R. UNITARIO</b>	<b>V/R. TOTAL</b>
Equipo de Sonido	1	1.000.000	1.000.000
Sillas	100	15.000	1.500.000
Mesas	15	20.000	300.000
Manteles	15	10.000	150.000
Vestidos para sillas	100	5.000	500.000
Video Beam	1	1.800.000	1.800.000
Ventiladores	4	50.000	200.000
<b>TOTAL</b>		<b>2.900.000</b>	<b>5.450.000</b>

#### 5.1.1.4. Equipo de oficina

**Cuadro No. 49** Requerimiento Equipo de oficina

<b>ITEM</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V/R. UNITARIO</b>	<b>V/R. TOTAL</b>
Calculadoras Casio	3	15.000	45.000
DVD	1	100.000	100.000
<b>TOTAL</b>		<b>115.000</b>	<b>145.000</b>

**Cuadro No. 50** Requerimiento Equipo de computación y Comunicación.

<b>ITEM</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V/R. UNITARIO</b>	<b>V/R. TOTAL</b>
Computador Intel Pentium	3	1.000.000	3.000.000
Telefono Panasonic	1	20.000	20.000
Fax Panasonic	1	250.000	250.000

Impresora Lexmark	1	190.000	190.000
<b>TOTAL</b>		<b>1.460.000</b>	<b>3.460.000</b>

#### 5.1.1.5. Herramientas

**Cuadro No. 51** Requerimiento Herramientas.

ITEM	CANTIDAD	V/R. UNITARIO	V/R. TOTAL
Palas	4	13.500	54.000
Asadon	2	19.500	39.000
Picas	2	19.500	39.000
Barras	2	38.000	76.000
Carretillas	2	100.000	200.000
Machetes	5	8.500	42.500
Hachas	1	50.000	50.000
Manguera de 100 mts	2	90.000	180.000
Escobas Metalicas	4	5.500	22.000
Aspiradora Piscina	1	250.000	250.000
Tijeras podadoras	4	10.000	40.000
Podadora Pasto	1	1.000.000	1.000.000
<b>TOTAL</b>		<b>1.604.500</b>	<b>1.992.500</b>

#### 5.1.1.6. Total de inversión fija

**Cuadro No. 52** Total de inversión fija.

VARIABLE	COSTO
TOTAL DE COSTO DE LA CONSTRUCCION	722.358.000
V/R DE TERRENOS	40.000.000
AREA ADMINISTRATIVA	3.510.000

MUEBLES Y ENSERES PARA EL RESTAURANTE	3.900.000
MUEBLES Y ENSRES AREAS CONEXAS	1.990.000
MUEBLES Y ENSRES SALON SOCIAL	5.450.000
COSTO DE HERRAMIENTAS	1.992.500
EQUIPO DE OFICINA	145.000
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	3.460.000
<b>TOTAL DE INVERSION FIJA</b>	<b>782.805.500</b>

### 5.1.2. Inversión diferida

**Inversión diferida.** Son los gastos que se realizan en el periodo previo al inicio de operaciones con este nuevo servicio turístico, y corresponden básicamente a la adquisición de servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, tales como: Estudio de Factibilidad, Programa de capacitación y gastos de lanzamiento relacionados con promoción y publicidad y adecuaciones locativas; ya que por tratarse de un proyecto de factibilidad para la creación de un servicio recreativo y turístico, será una empresa legalmente constituida, de la cual se requiere de inversión en licencias y gastos de constitución.

**Cuadro No. 53** Presupuesto de Inversión diferida.

GASTOS DE INVERSION	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
<b>Legalización</b>		1.500.000	<b>1.500.000</b>
<b>Publicidad</b>			<b>6.050.000</b>
*Cuñas radiales	1	250.000	250.000
* Valla	1	3.000.000	3.000.000

* Pasacalles	5	100.000	500.000
* Volantes	5.000	50	250.000
* Pendones (02)	2	150.000	300.000
* Viáticos		1.000.000	1.000.000
* Pagina Web	1	300.000	300.000
* Edición de Videos Institucionales	1	150.000	150.000
* Otros		300.000	300.000
<b>COSTO TOTAL DE INVERSION LEGALIZACION Y PUBLICIDAD</b>			<b>7.550.000</b>

### 5.1.3. Inversión de capital de trabajo

Como el proyecto se trata de servicios de turismo, descanso y recreativo, la inversión de capital de trabajo y/o la proyección es recibir ingresos desde el primer mes, ya que es un proyecto bastante anhelante porque comienza recibiendo los ingresos, lo cual el ejercicio del incremento en el, se dará a través que la demanda se vaya incrementando.

La cantidad necesaria a satisfacer por el primer año es del 30% de la capacidad instalada.

#### 5.1.3.1. Costos del servicio

**Costos del servicio:** estos representan los desembolsos en efectivo que la empresa realizara en el área operativa para atender las necesidades u obligaciones de su objeto según el presente proyecto.

### 5.1.3.1.1. Materias primas

**Cuadro No. 54** Presupuesto de Materias Primas

ITEM	V/R. MENSUAL	V/R. AÑO
CLOROX	300.000	3.600.000
INSECTICIDAS	40.000	480.000
ABONOS	20.000	240.000
MECHAS DE TEJO	10.000	120.000
DETERGENTES	80.000	960.000
DESINFECTANTES	40.000	480.000
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>490.000</b>	<b>5.880.000</b>

### 5.1.3.1.2. Mano obra directa

**Mano de Obra directa.** Corresponde a los costos por concepto de sueldos y prestaciones sociales (Pago directo y/o indirecto por el empleador), en este caso parte de la planta operativa y administrativa se contrara directa por la empresa, teniendo en cuenta que la planta de personal es muy pequeña.

**Cuadro No. 55** Presupuesto Mano de Obra Operativa.

ITEM	RECREACIONISTA	JARDINERO	VIGILANTE	SALVAVIDAS	TOTAL
Sueldo Básico	515.000,00	515.000,00	515.000,00	515.000,00	<b>24.720.000,00</b>
Auxilio de Transporte	61.500,00	61.500,00	61.500,00	61.500,00	<b>2.952.000,00</b>
Sub-total	576.500,00	576.500,00	576.500,00	576.500,00	<b>27.672.000,00</b>
<b>Gastos Prestaciones sociales</b>					<b>0,00</b>
Cesantías	48.039,75	48.039,75	48.039,75	48.039,75	<b>2.305.907,76</b>
Intereses sobre las Cesantías	5.765,00	5.765,00	5.765,00	5.765,00	<b>276.720,00</b>

Prima Legal	48.039,75	48.039,75	48.039,75	48.039,75	<b>2.305.907,76</b>
Vacaciones	21.454,90	21.454,90	21.454,90	21.454,90	<b>1.029.835,20</b>
Dotación	28.825,00	28.825,00	28.825,00	28.825,00	<b>1.383.600,00</b>
					<b>0,00</b>
					<b>0,00</b>
<b>Gastos Seguridad</b>					
<b>Social</b>					<b>0,00</b>
Pagos Salud	43.775,00	43.775,00	43.775,00	43.775,00	<b>2.101.200,00</b>
Pagos Pensión	61.800,00	61.800,00	61.800,00	61.800,00	<b>2.966.400,00</b>
Pagos A. R. P.	12.545,40	12.545,40	12.545,40	12.545,40	<b>602.179,20</b>
					<b>0,00</b>
					<b>0,00</b>
					<b>0,00</b>
<b>Gastos Aportes</b>					
<b>Parafiscales</b>					<b>0,00</b>
Caja Compensación Familiar	20.600,00	20.600,00	20.600,00	20.600,00	<b>988.800,00</b>
Sena	10.300,00	10.300,00	10.300,00	10.300,00	<b>494.400,00</b>
ICBF	15.450,00	15.450,00	15.450,00	15.450,00	<b>741.600,00</b>
Total Costo Mensual Empresa	893.094,79	893.094,79	893.094,79	893.094,79	<b>42.868.549,92</b>
					<b>0,00</b>
<b>Aportes Trabajador</b>					<b>0,00</b>
Pagos Salud	20.600,00	20.600,00	20.600,00	20.600,00	<b>988.800,00</b>
Pagos Pensión	20.600,00	20.600,00	20.600,00	20.600,00	<b>988.800,00</b>
Total Costo Mensual Empleado	41.200,00	41.200,00	41.200,00	41.200,00	<b>1.977.600,00</b>
					<b>0,00</b>
Total Costo Mensual	934.294,79	934.294,79	934.294,79	934.294,79	<b>44.846.149,92</b>
<b>TOTAL DEL COSTO DEL AÑO</b>	<b>11.211.537,48</b>	<b>11.211.537,48</b>	<b>11.211.537,48</b>	<b>11.211.537,48</b>	<b>44.846.149,92</b>

### 5.1.3.1.3. Costos indirectos del servicio

- **Mano de Obra Indirecta del Servicio:** También llamados costos generales y están relacionados con el área de operación del servicio.

**Cuadro No. 56** Mano de Obra Administrativa.

ITEM	GERENTE	SECRETARIA	ADMINISTRADOR	TOTAL DEL AÑO
Sueldo Básico	800,000	515,000	600,000	<b>22,980,000</b>
Auxilio de Transporte	0	61,500	61,500	<b>1,476,000</b>
Sub-total	800,000	576,500	661,500	<b>24,456,000</b>
<b>Gastos Prestaciones sociales</b>				<b>0</b>
Cesantías	66,664	48,040	55,123	<b>2,037,918</b>
Intereses sobre las Cesantías	8,000	5,765	6,615	<b>244,560</b>
Prima Legal	66,664	48,040	55,123	<b>2,037,918</b>
Vacaciones	33,328	21,455	24,996	<b>957,347</b>
Dotación	40,000	28,825	33,075	<b>1,222,800</b>
				<b>0</b>
				<b>0</b>
<b>Gastos Seguridad Social</b>				<b>0</b>
Pagos Salud	68,000	43,775	51,000	<b>1,953,300</b>
Pagos Pensión	96,000	61,800	72,000	<b>2,757,600</b>
Pagos A. R. P.	19,488	12,545	14,616	<b>559,793</b>
				<b>0</b>
				<b>0</b>
				<b>0</b>
<b>Gastos Aportes Parafiscales</b>				<b>0</b>
Caja Compensación Familiar	32,000	20,600	24,000	<b>919,200</b>
Sena	16,000	10,300	12,000	<b>459,600</b>
ICBF	24,000	15,450	18,000	<b>689,400</b>
				<b>0</b>
Total Costo Mensual Empresa	1,270,144	893,095	1,028,048	<b>38,295,437</b>
				<b>0</b>
<b>Aportes Trabajador</b>				<b>0</b>
Pagos Salud	32,000	20,600	24,000	<b>919,200</b>

Pagos Pensión	32,000	20,600	24,000	<b>919,200</b>
Total Costo Mensual Empleado	64,000	41,200	48,000	<b>1,838,400</b>
				<b>0</b>
Total Costo Mensual	1,334,144	934,295	1,076,048	<b>40,133,837</b>
	0			<b>0</b>
<b>COSTO TOTAL DEL AÑO</b>	<b>16,009,728</b>	<b>11,211,537</b>	<b>12,912,571</b>	<b>144,857,510</b>

**Cuadro No. 57** Costos Indirectos del Servicio.

<b>Costos Indirectos</b>	<b>V/r. Mensual</b>	<b>V/r. año</b>
Agua	150.000	1.800.000
Depreciación EQUIPOS	300.000	3.600.000
LUZ	200.000	2.400.000
TELEFONO	70.000	840.000
INTERNET	50.000	600.000
PARABOLICA (CANAL LOCAL)	40.000	480.000
GAS	120.000	1.440.000
ASEO	20.000	240.000
GASTOS DE PAPELERIA	150.000	1.800.000
IMPREVISTOS	200.000	2.400.000
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>1.300.000</b>	<b>15.600.000</b>

#### 5.1.3.1.4. Total costos de producción

**Cuadro No. 58** Total Costos de producción.

ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE MATERIA PRIMA	5.880.000	6.174.000	6.482.700	6.806.835	7.147.177
COSTO MANO DE OBRA DIRECTA	40.133.837	42.140.528	44.247.555	46.459.933	48.782.929
COSTO MANO DE OBRA INDIRECTA	44.846.150	47.088.457	49.442.880	51.915.024	54.510.776
COSTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO	15.600.000	16.380.000	17.199.000	18.058.950	18.961.898
<b>TOTAL</b>	<b>106.459.986</b>	<b>111.782.986</b>	<b>117.372.135</b>	<b>123.240.742</b>	<b>129.402.779</b>

#### 5.1.3.2. Gastos de administración y ventas

**Gastos de Administración y Ventas:** En este Ítem se analizarán gastos relacionados con la gestión administrativa y de ventas.

**Cuadro No. 59** Gastos de Administración y ventas.

CONCEPTO DEL GASTO	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAPELERÍA	40.000	480.000	504.000	529.200	555.660	583.443
FOTOCOPIAS	20.000	240.000	252.000	264.600	277.830	291.722
CELULAR Y TELEFONO	30.000	360.000	378.000	396.900	416.745	437.582
SERVICIO ENERGÍA	90.000	1.080.000	1.134.000	1.190.700	1.250.235	1.312.747
GAS	10.000	120.000	126.000	132.300	138.915	145.861

ASEO	10.000	120.000	126.000	132.300	138.915	145.861
ELEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA	30.000	360.000	378.000	396.900	416.745	437.582
MANTENIMIENTO PÁGINA DE INTERNET	15.000	180.000	189.000	198.450	208.373	218.791
<b>TOTALES</b>	<b>245.000</b>	<b>2.940.000</b>	<b>3.087.000</b>	<b>3.241.350</b>	<b>3.403.418</b>	<b>3.573.588</b>

### 5.1.3.3. Gastos financieros

#### Cuadro No. 60 Gastos financieros.

VALOR DE PRESTAMO				
395.953.000,00		1,00%		
MES	Cuota	INTERES	CAPITAL	SALDO
1	8.807.756	3.959.530	4.848.226	391.104.774
2	8.807.756	3.911.048	4.896.708	386.208.066
3	8.807.756	3.862.081	4.945.675	381.262.391
4	8.807.756	3.812.624	4.995.132	376.267.259
5	8.807.756	3.762.673	5.045.083	371.222.176
6	8.807.756	3.712.222	5.095.534	366.126.642
7	8.807.756	3.661.266	5.146.489	360.980.153
8	8.807.756	3.609.802	5.197.954	355.782.198
9	8.807.756	3.557.822	5.249.934	350.532.264
10	8.807.756	3.505.323	5.302.433	345.229.831
11	8.807.756	3.452.298	5.355.457	339.874.374
12	8.807.756	3.398.744	5.409.012	334.465.362

13	8.807.756	3.344.654	5.463.102	329.002.260
14	8.807.756	3.290.023	5.517.733	323.484.526
15	8.807.756	3.234.845	5.572.911	317.911.616
16	8.807.756	3.179.116	5.628.640	312.282.976
17	8.807.756	3.122.830	5.684.926	306.598.050
18	8.807.756	3.065.981	5.741.775	300.856.275
19	8.807.756	3.008.563	5.799.193	295.057.082
20	8.807.756	2.950.571	5.857.185	289.199.897
21	8.807.756	2.891.999	5.915.757	283.284.140
22	8.807.756	2.832.841	5.974.914	277.309.226
23	8.807.756	2.773.092	6.034.664	271.274.562
24	8.807.756	2.712.746	6.095.010	265.179.552
25	8.807.756	2.651.796	6.155.960	259.023.592
26	8.807.756	2.590.236	6.217.520	252.806.072
27	8.807.756	2.528.061	6.279.695	246.526.377
28	8.807.756	2.465.264	6.342.492	240.183.885
29	8.807.756	2.401.839	6.405.917	233.777.968
30	8.807.756	2.337.780	6.469.976	227.307.992
31	8.807.756	2.273.080	6.534.676	220.773.316
32	8.807.756	2.207.733	6.600.023	214.173.293
33	8.807.756	2.141.733	6.666.023	207.507.270
34	8.807.756	2.075.073	6.732.683	200.774.587
35	8.807.756	2.007.746	6.800.010	193.974.577
36	8.807.756	1.939.746	6.868.010	187.106.567
37	8.807.756	1.871.066	6.936.690	180.169.877
38	8.807.756	1.801.699	7.006.057	173.163.820
39	8.807.756	1.731.638	7.076.118	166.087.702
40	8.807.756	1.660.877	7.146.879	158.940.824
41	8.807.756	1.589.408	7.218.348	151.722.476
42	8.807.756	1.517.225	7.290.531	144.431.945

43	8.807.756	1.444.319	7.363.436	137.068.509
44	8.807.756	1.370.685	7.437.071	129.631.438
45	8.807.756	1.296.314	7.511.441	122.119.997
46	8.807.756	1.221.200	7.586.556	114.533.441
47	8.807.756	1.145.334	7.662.421	106.871.019
48	8.807.756	1.068.710	7.739.046	99.131.974
49	8.807.756	991.320	7.816.436	91.315.538
50	8.807.756	913.155	7.894.600	83.420.937
51	8.807.756	834.209	7.973.546	75.447.391
52	8.807.756	754.474	8.053.282	67.394.109
53	8.807.756	673.941	8.133.815	59.260.294
54	8.807.756	592.603	8.215.153	51.045.141
55	8.807.756	510.451	8.297.304	42.747.837
56	8.807.756	427.478	8.380.277	34.367.560
57	8.807.756	343.676	8.464.080	25.903.479
58	8.807.756	259.035	8.548.721	17.354.759
59	8.807.756	173.548	8.634.208	8.720.550
60	8.807.756	87.206	8.720.550	0
	<b>528.465.348</b>	<b>132.512.348</b>	<b>395.953.000</b>	<b>12.855.281.765</b>

#### 5.1.3.4. Total Costos

**Cuadro No. 61** Proyección de Costos.

ITEM	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA - INSUMOS	5.880.000	6.121.080	6.439.376	6.812.860	7.242.070
MANO DE OBRA DIRECTA	44.846.150	46.684.842	49.112.454	51.960.976	55.234.518

MANO DE OBRA INDIRECTA	40.133.837	41.779.324	43.951.849	46.501.056	49.430.622
COSTOS INDIRECTOS	15.600.000	16.239.600	17.084.059	18.074.935	19.213.656
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	2.940.000	3.060.540	3.219.688	3.406.430	3.621.035
GASTOS FINANCIEROS	105.693.070	110.026.485	115.747.863	122.461.239	130.176.297
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>215.093.056</b>	<b>223.911.871</b>	<b>235.555.289</b>	<b>249.217.495</b>	<b>264.918.198</b>

#### 5.1.4. Inversión total

**Cuadro No. 62** Proyección Inversión Total.

ITEM	VALOR
TERRENOS	40.000.000
CONSTRUCCION Y EDIFICACION	722.358.000
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	3.460.000
MUEBLES Y ENSERES	20.447.500
EQUIPO DE OFICINA	145.000
HERRAMIENTAS	1.992.500
INVERSION DIFERIDA	7.550.000
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>795.953.000</b>

### **5.1.5. Fuentes de financiación**

El Proyecto de factibilidad para la Creación de un Centro Recreacional y Turístico de San Rafael, se realiza con el objetivo de crear desarrollo en la región, se presentara ante las entidades del estado, como son: Alcaldía de Rionegro, Gobernación de Santander, Ministerio del Interior Recreación y Turismo y el excedente se solicitara crédito a largo plazo a entidades bancarias del estado que apoyan estos proyectos en pro del desarrollo de las comunidades. Teniendo en cuenta que esta es una región, tiene secuelas por los conflictos armados, por ello el Gobierno y las fundaciones extranjeras tienen mayor probabilidad para invertir en estos proyectos.

La segunda opción es, el terreno es de propiedad de la familia de una de las autoras y la otra autora del proyecto tiene un aporte de \$400.000.000,00 para invertir, ya que tiene una finca en la región y ella realiza el cambio, o vende para invertir, ya que es candidata a la Alcaldía de la región y este será su proyecto bandera.

Como tercera opción, una vez haya sido aprobado por la Universidad, se iniciaría el proceso de Socialización a los diferentes gremios, con el objeto de lograr que su costos de inversión se halle por venta de acciones. Recalcando que no se debe perder el objeto del Centro Recreacional “La Familia”.

## **5.2. COSTOS**

### **5.2.1. Costos fijos**

Los costos fijos se caracterizan por que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar el volumen de producción de productos o servicios.

**Cuadro No. 63** Proyección de los Costos Fijos.

ITEM	VALOR
RECURSO HUMANO ADMINISTRATIVO	40.133.836,56
RECURSO HUMANO OPERATIVO	44.846.149,92
GASTOS DE ADMINISTRACION	2.940.000
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>87.919.986,48</b>

### 5.2.2. Costos variables

Se caracterizan por que cambian o fluctúan en relación directa a un determinado volumen de servicios.

**Cuadro No. 64** Proyección de los Costos Variables.

ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE MATERIA PRIMA	5.880.000	6.174.000	6.482.700	6.806.835	7.147.177
COSTO MANO DE OBRA DIRECTA	40.133.837	42.140.528	44.247.555	46.459.933	48.782.929
COSTO MANO DE OBRA INDIRECTA	44.846.150	47.088.457	49.442.880	51.915.024	54.510.776
COSTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO	15.600.000	16.380.000	17.199.000	18.058.950	18.961.898
<b>TOTAL</b>	<b>106.459.986</b>	<b>111.782.986</b>	<b>117.372.135</b>	<b>123.240.742</b>	<b>129.402.779</b>

### 5.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

#### 5.3.1. Egresos proyectados

**Cuadro No. 65** Proyección de Egresos.

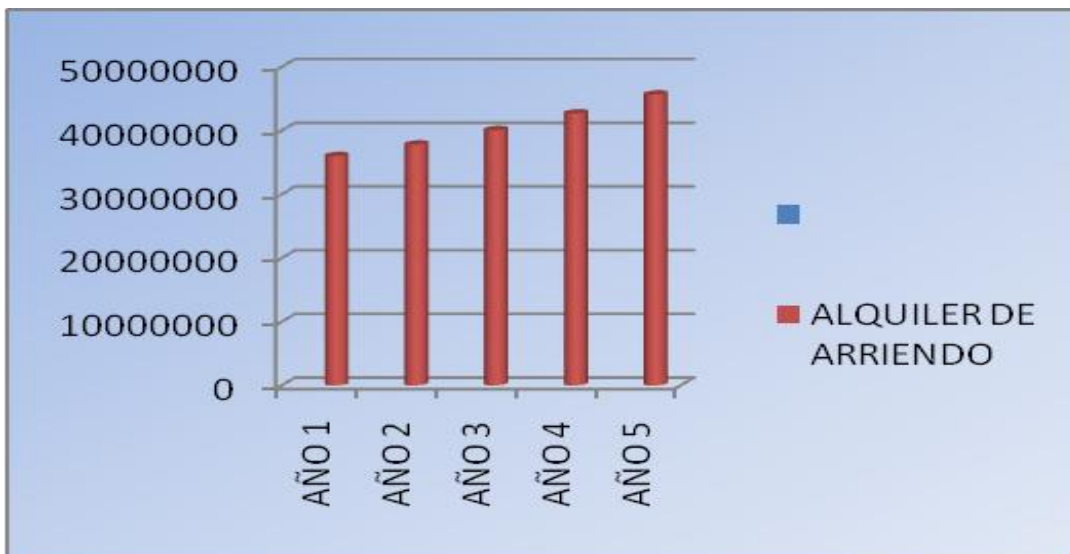
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Egresos					
Gastos de Administración	2,940,000	3,060,540	3,219,688	3,406,430	3,621,035
Costos Operacionales	211,183,660	219,842,190	231,273,984	244,687,875	260,103,211
Pago de capital e intereses	67,128,778	67,128,778	67,128,778	67,128,778	67,128,778
Impuestos	0	58,146,056	66,797,556	75,083,427	84,923,543
(-) Depreciación					
(-) Activos Diferidos					
<b>Total de Egresos</b>	<b>281,252,438</b>	<b>348,177,564</b>	<b>368,420,005</b>	<b>390,306,510</b>	<b>415,776,567</b>

#### 5.3.2. Ingresos proyectados.

**Cuadro No. 66** Proyección de Ingresos.

PORTAFOLIO DE SERVICIOS	PROMEDIO MENSUAL	V/R. UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ALQUILER DE ARRIENDO	3.100.000	3.100.000	36.000.000	37.800.000	40.068.000	42.672.420	45.659.489
ALQUILER DE SALON PARA EVENTOS	15	1.200.000	216.000.000	226.800.000	240.408.000	256.034.520	273.956.936

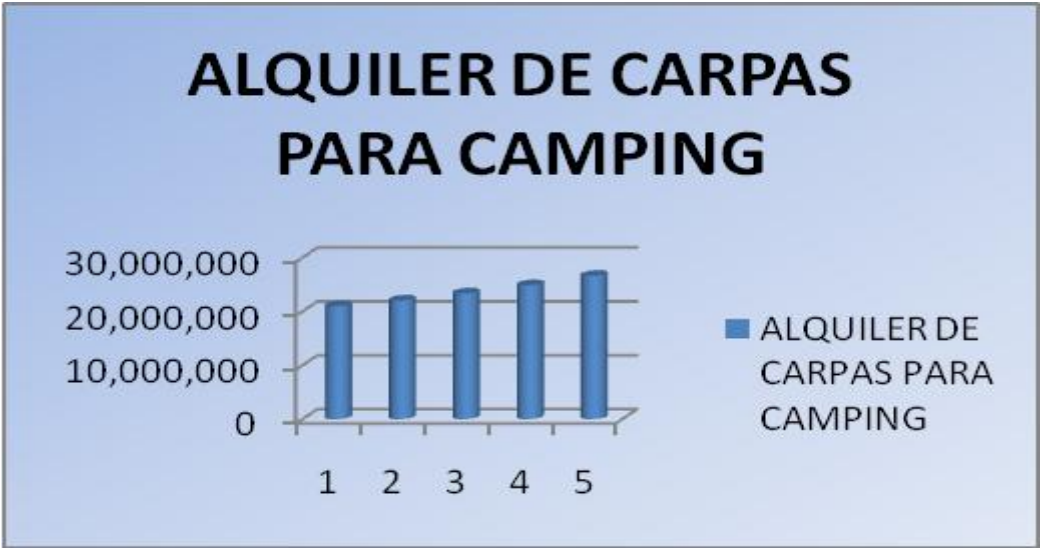
ALQUILER DE CARPAS PARA CAMPING	50	35.000	21.000.000	22.050.000	23.373.000	24.892.245	26.634.702
SERVICIO DE DISCIPLINAS (BOLO, MINITEJO, BOLO CRIOLLO)	1.400	2.500	42.000.000	44.100.000	46.746.000	49.784.490	53.269.404
SERVICIO DE PISCINAS (ADULTOS)	1.400	3.500	58.800.000	61.740.000	65.444.400	69.698.286	74.577.166
SERVICIO DE PISCINAS (NIÑOS)	1.400	2.500	42.000.000	44.100.000	46.746.000	49.784.490	53.269.404
SERVICIO DE JUEGOS PARA NIÑOS	1.400	2.500	42.000.000	44.100.000	46.746.000	49.784.490	53.269.404
CLUB DE NATACION	60	25.000	18.000.000	18.900.000	20.034.000	21.336.210	22.829.745
CLUB TERCERA EDAD	30	35.000	12.600.000	13.230.000	14.023.800	14.935.347	15.980.821
OTROS INGRESOS			6.000.000	6.300.000	6.678.000	7.112.070	7.609.915
<b>TOTAL</b>	<b>3.105.755</b>	<b>4.406.000</b>	<b>488.400.000</b>	<b>512.820.000</b>	<b>543.589.200</b>	<b>578.922.498</b>	<b>619.447.073</b>



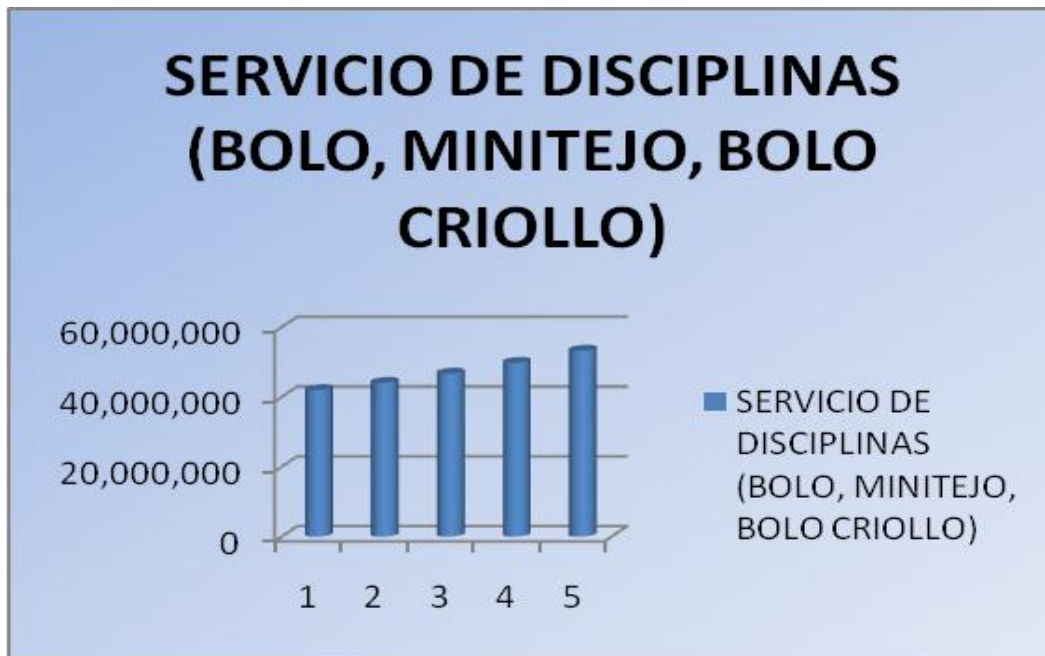
**Figura No. 36** Proyección de ingresos – Restaurante



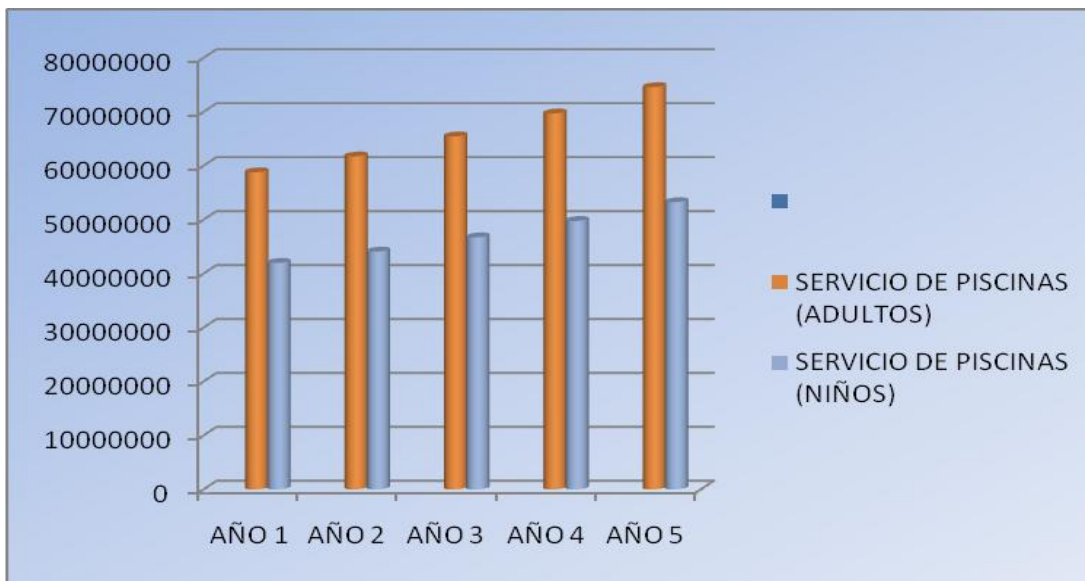
**Figura No. 37** Proyección de ingresos – Alquiler de Salón para eventos.



**Figura No. 38** Proyección de ingresos – Alquiler de Carpas Camping.



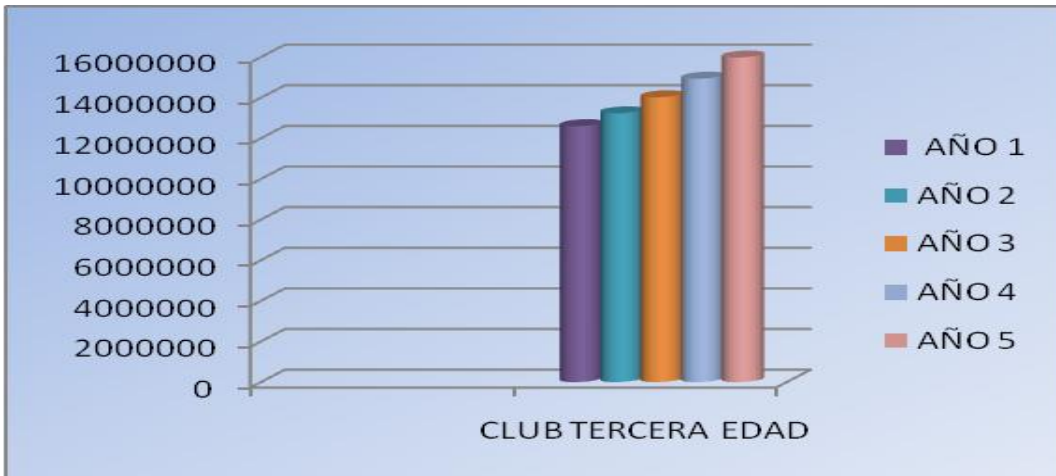
**Figura No. 39** Proyección de ingresos – Disciplinas deportivas.



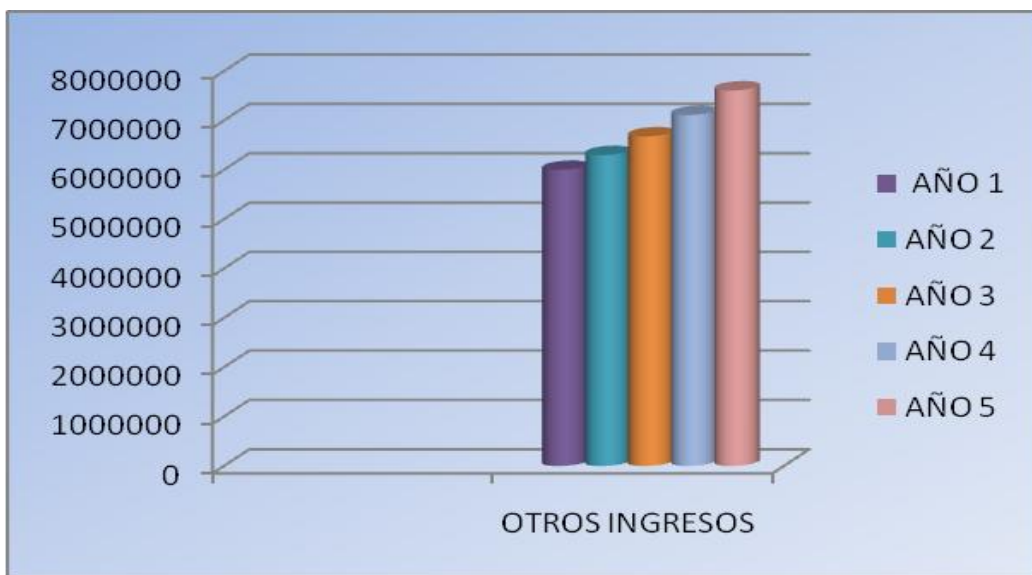
**Figura No. 40** Proyección de ingresos – Piscinas



**Figura No. 41** Proyección de ingresos – Club de Natación.



**Figura No. 42** Proyección de ingresos – Club Tercera edad.



**Figura No. 43.** Proyección de ingresos – Otros ingresos.

#### 5.4. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

**Cuadro No. 67** Flujo de Caja proyectado.

Flujo de Efectivo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	0					
<b>Ingresos</b>						
Aportes de la Empresa	400.000.000	55.000.000	50.000.000	50.000.000	45.000.000	40.000.000
Préstamo Bancario	395.953.000					
Ventas		488.400.000	512.820.000	543.589.200	578.922.498	619.447.073
<b>Total de Ingresos</b>	<b>795.953.000</b>	<b>543.400.000</b>	<b>562.820.000</b>	<b>593.589.200</b>	<b>623.922.498</b>	<b>659.447.073</b>
<b>Egresos</b>						
Gastos de						
Administración	0	2.940.000	3.060.540	3.219.688	3.406.430	3.621.035
Costos Operacionales	0	106.459.986	110.824.846	116.587.738	123.349.827	131.120.866
Pago de capital e	0	105.693.070	105.693.070	105.693.070	105.693.070	105.693.070

intereses						
Impuestos	0	0	87.382.212	98.700.609	109.858.858	122.796.255
(-) Depreciación						
(-) Activos Diferidos						
<b>Total de Egresos</b>	<b>0</b>	<b>215.093.056</b>	<b>306.960.668</b>	<b>324.201.105</b>	<b>342.308.184</b>	<b>363.231.225</b>
<b>Inversiones</b>						
Terrenos	40.000.000	0	0	0	0	0
Construcción y						
Adecuación	722.358.000	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	11.340.000	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo	3.510.000	0	0	0	0	0
Herramientas	1.992.500	0	0	0	0	0
Equipo de oficina	3.605.000	0	0	0	0	0
Capital de trabajo	0	0	0	0	0	0
Inversiones o Gastos						
properativos	7.550.000	0	0	0	0	0
Valor de salvamento	0	0	0	0	0	0
<b>Total de Inversiones</b>	<b>790.355.500</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Flujo de Caja Neto	5.597.500	328.306.944	255.859.332	269.388.095	281.614.314	296.215.848
Efectivo Inicial	0	5.597.500	333.904.444	589.763.776	859.151.872	1.140.766.186
<b>Flujo de Caja Definitivo</b>	<b>5.597.500</b>	<b>333.904.444</b>	<b>589.763.776</b>	<b>859.151.872</b>	<b>1.140.766.186</b>	<b>1.436.982.034</b>
	795.953.000	328.306.944	255.859.332	269.388.095	281.614.314	296.215.848

## 5.5. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

En el estado de resultados se muestran los ingresos y los gastos, así como las utilidades o pérdidas resultantes de las operaciones realizadas durante el periodo de vida del proyecto el cual se observa a continuación:

**Cuadro No. 68** Estados de resultados proyectado.

Rubro	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	0	488.400.000	512.820.000	543.589.200	578.922.498	619.447.073
Costo de Ventas	0	106.459.986	111.782.986	117.372.135	123.240.742	129.402.779
Utilidad Bruta	<b>0</b>	<b>381.940.014</b>	<b>401.037.014</b>	<b>426.217.065</b>	<b>455.681.756</b>	<b>490.044.294</b>
Gastos Operacionales	0	70.000.000	62.450.000	62.450.000	62.450.000	62.450.000
Gastos de Administración	0	2.940.000	3.087.000	3.241.350	3.403.418	3.573.588
Total Gastos Operacionales	0	72.940.000	65.537.000	65.691.350	65.853.418	66.023.588
Utilidad Operacional	<b>0</b>	<b>309.000.014</b>	<b>335.500.014</b>	<b>360.525.715</b>	<b>389.828.339</b>	<b>424.020.706</b>
Gastos Financieros	0	44.205.431	36.407.260	27.620.085	17.718.476	6.561.096
Utilidad antes de Impuesto	0	264.794.582	299.092.754	332.905.630	372.109.862	417.459.610
Provisión Impuesto	0	87.382.212	98.700.609	109.858.858	122.796.255	137.761.671
<b>Utilidad Neta</b>	<b>0</b>	<b>177.412.370</b>	<b>200.392.146</b>	<b>223.046.772</b>	<b>249.313.608</b>	<b>279.697.939</b>

## 5.6. BALANCE GENERAL

**Cuadro No. 69** Balance General.

RUBRO	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
Activo Corriente						
Caja y Bancos	5.597.500	333.904.444	2.667.814	2.848.386	2.335.437	2.305.069
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>5.597.500</b>	<b>333.904.444</b>	<b>2.667.814</b>	<b>2.848.386</b>	<b>2.335.437</b>	<b>2.305.069</b>
PROPIEDAD, PLANTE Y EQUIPO	0					
Terrenos	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000
Construcción y adecuación	722.358.000	722.358.000	722.358.000	722.358.000	722.358.000	722.358.000
Maquinaria y Equipo	3.510.000	3.510.000	3.510.000	3.510.000	3.510.000	3.510.000
Equipo de Computación	3.605.000	3.605.000	3.605.000	3.605.000	3.605.000	3.605.000
Herramientas	1.992.500	1.992.500	1.992.500	1.992.500	1.992.500	1.992.500
Muebles y enseres	11.340.000	11.340.000	11.340.000	11.340.000	11.340.000	11.340.000
Menos depreciación acumulada	0	-62.450.000	-124.900.000	-187.350.000	-249.800.000	-312.250.000
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>782.805.500</b>	<b>720.355.500</b>	<b>657.905.500</b>	<b>595.455.500</b>	<b>533.005.500</b>	<b>470.555.500</b>
ACTIVOS DIFERIDOS	7.550.000	0	0	0	0	0
Instalaciones y adecuaciones	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>7.550.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>795.953.000</b>	<b>1.054.259.944</b>	<b>660.573.314</b>	<b>598.303.886</b>	<b>535.340.937</b>	<b>472.860.569</b>
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						

Obligaciones bancarias	395.953.000	334.465.362	265.179.552	187.106.567	99.131.974	0
Impuestos x Pagar	0	87.382.212	98.700.609	109.858.858	122.796.255	137.761.671
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>395.953.000</b>	<b>421.847.574</b>	<b>363.880.161</b>	<b>296.965.425</b>	<b>221.928.228</b>	<b>137.761.671</b>
PATRIMONIO						
Capital	400.000.000	455.000.000	505.000.000	555.000.000	600.000.000	640.000.000
Utilidad del Ejercicio	0	177.412.370	200.392.146	223.046.772	249.313.608	279.697.939
Utilidades Acumuladas			177.412.370	377.804.516	600.851.288	850.164.896
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>400.000.000</b>	<b>632.412.370</b>	<b>882.804.516</b>	<b>1.155.851.288</b>	<b>1.450.164.896</b>	<b>1.769.862.834</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>795.953.000</b>	<b>1.054.259.944</b>	<b>1.246.684.677</b>	<b>1.452.816.713</b>	<b>1.672.093.124</b>	<b>1.907.624.505</b>

## 6. EVALUACION DEL PROYECTO

En esta parte final del proyecto se desarrollaran los siguientes aspectos relativos al impacto social y beneficio económico que generara el proyecto **Centro Recreacional y Turístico de San Rafael**, para San Rafael y sus corregimientos y municipios aledaños.

A nivel del área de estudio correspondiente San Rafael – Rionegro (Santander), existe una demanda insatisfecha representativa y creciente del servicio de recreacional, turística y vacacional en la región equivalente al 100%.

El desarrollo y éxito de la empresa en la variedad e innovación del Portafolio de Servicios dependerán igualmente de la implementación efectiva del programa publicitario y promocional que permita dar a conocer este servicio en la región, así como poder realizar alianzas estratégicas con las empresas del sector turístico en esta área, con ambición de promocionarlos a nivel nacional.

Queda aquí demostrado que se domina el proceso técnico del servicio, funcionamiento y operatividad, además contra con los elementos humanos físicos, tecnológicos y logísticos necesarios para su instalación y operación.

Con el estudio administrativo y legal se analizó y concluyo que la estructura de la empresa respecto ala constitución legal y organizacional no tendrá impedimentos para desarrollar este nuevo servicio de recreativo, turístico y vacacional en San Rafael, que será **Centro Recreacional y Turístico de San Rafael**.

## **6.1. IMPACTO SOCIAL**

**Desarrollo regional.** El proyecto a desarrollar en San Rafael del municipio de Rionegro, Santander y su área con el despertar del turismo en la región se busca aprovechar la belleza paisajística y los valores de familia.

El Centro Recreacional y Turístico de San Rafael, busca en sus objetivos la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio y la admiración de los valores naturales y los espacios culturales relacionados con ellos, por lo tanto se garantiza un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales.

Así mismo propenderá por el respeto la naturaleza, como patrimonio valioso, en nuestros días, educando y sensibilizando a los actores involucrados acerca de la importancia y beneficios destinados al apoyo y fomento de la conservación de las áreas naturales en las que se encontrara ubicada el Centro Recreacional y su área de influencia.

### **Generación de empleo.**

El Centro Recreacional y Turístico de San Rafael, dentro de sus objetivos busca direccionar a la población hacia los sectores en el cual la región puede tener alguna ventaja comparativa como es la actividad turística, la cual contribuye a la generación de empleos directos e indirectos.

Con la puesta en marcha de este nuevo servicio en la empresa, se contribuye a reducir el desempleo no solo por las nuevas oportunidades que genera este nuevo servicio en la organización si no por los empleos indirectos que se generan en actividades complementarias de la recreación turística.

## 6.2. IMPACTO AMBIENTAL

Es interesante indicar que han regido para su formulación, los objetivos indicados en la Ley 8912/77 (Ley de Ordenamiento Territorial y uso del Suelo), especialmente lo especificado en su Título I, artículo 2º que en regla general, indica:

- a) Asegurar la preservación y el mejoramiento del medio ambiente.
- b) La proscripción de acciones degradantes del ambiente y la corrección de los efectos de las ya producidas.
- c) La creación de condiciones que posibiliten satisfacer al menor costo económico posible la calidad del medio ambiente.

a) La **PRESERVACIÓN DE LAS ÁREAS** de interés natural, paisajístico, histórico o turístico, a los fines del uso racional y educativo de los mismos.

En virtud del cual el turismo se desarrollará en armonía con el desarrollo sustentable del medio ambiente. En este sentido el Centro Recreacional y Turístico San Rafael, No tendrá impedimentos legales de carácter ambiental para entrar a funcionar adecuadamente.

Durante la ejecución del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael se tendrá en cuenta las Leyes que rigen la calidad ambiental, siendo que el proyecto se enfocara a la recreación turística, con la utilización de la naturaleza.

### **LA LEY DEL MEDIO AMBIENTE (Ley 99 de 1993).**

Dentro de las funciones del Ministerio del Medio Ambiente figuran, la formulación de la respectiva política nacional junto con las reglas y criterios del ordenamiento ambiental de uso del territorio que asegure el uso sostenible de los recursos

naturales renovables y del ambiente y la actuación con las autoridades de turismo para regular y establecer programas turísticos en áreas de reserva o protegidas con posible uso por el turismo.

**Licencia ambiental:** autorización para ejecutar un proyecto que pueda producir deterioro grave de los recursos naturales renovables o medio ambiente o modificar el paisaje, y en la cual se fijan los requisitos u obligaciones para prevenir, mitigar, corregir, compensar y manejar efectos del proyecto autorizado (Decreto 1753 de 1994, artículo 2).

**Estudio de impacto ambiental:** instrumento para la toma de decisiones y planificación ambiental para definir las medidas de prevención, corrección, compensación, mitigación de efectos negativos de un proyecto (Decreto 1753 de 1994, artículo 22).

**Planes de ordenamiento ambiental** permiten caracterizar -posibilidades y limitaciones-, el territorio para examinar las articulaciones entre las actividades económicas y la población residente, entre lo natural y lo construido, el uso, manejo e importancia de los recursos naturales en actividades económicas; construir indicadores y definir estrategias según las directrices del Ministerio del Medio Ambiente y el caso

La **PRESERVACIÓN DE LAS ÁREAS** de interés natural, paisajístico, histórico o turístico, a los fines del uso racional y educativo de los mismos.

En virtud del cual el turismo se desarrollará en armonía con el desarrollo sustentable del medio ambiente. En este caso el Centro Recreacional y Turístico se pronostica no tener impedimentos legales de carácter ambiental para entrar a funcionar adecuadamente, ya que el lugar es adecuado y cumple con los requisitos.

La generación de una nueva cultura de relación integral del hombre con su entorno hace posible que a través de la recreación y el turismo natural se pueda contribuir al mejoramiento continuo de la educación ambiental de la sociedad procurando a las generaciones actuales y futuras, un desarrollo personal y colectivo, más justo, equitativo y sostenible.

La educación ambiental como componente fundamental de la recreación turística debe vivificar el cambio social a partir del desarrollo de valores, actitudes y habilidades para asumir una responsabilidad ambiental. El turismo tiene su razón de ser en el disfrute de la naturaleza bajo un concepto de armonía y respeto. En consecuencia se realizara sensibilización en el personal de la empresa, turistas y población en general; de la importancia y cuidado de conservación del medio ambiente como requisito para satisfacer las necesidades humanas, sin comprometer los requerimientos de las futuras generaciones, a través de campañas y el asesoramiento de entes especializados.

## **RECICLAJE DE DESECHOS**

La empresa del proyecto tiene como principal reto propiciar una cultura ambiental responsable desde una doble perspectiva de educación ambiental y el desarrollo de actividades de mitigación del impacto, que minimice su incidencia sobre el medio ambiente producido por la presencia de material indeseable, especialmente con envases plásticos de bebidas y comidas.

A si mismo el desarrollo de actividades turísticas donde sea actor principal la naturaleza o reservas forestales tales como parque naturales, implementando estrategias de mitigación al ser consiente del aporte que debe hacer a nivel

ambiental mediante un buen manejo de los desechos propios del servicio de recreación y turístico, llevara a cabo las siguientes estrategias:

- Al inicio de toda actividad hará énfasis en el respeto por los ecosistemas naturales, especialmente la contaminación con desechos.
- Colocar letreros educativos que persuadan al turista a no votar desechos en el entorno natural.
- Disponer de bolsas plásticas para el reciclaje de los desechos donde se encuentre ubicado cada uno de los servicios.
- Propiciar la utilización de insumos y envases biodegradables dentro de las instalaciones del Centro Recreacional y Turístico.

## 6.3 EVALUACION FINANCIERA

### 6.3.1 Valor presente neto

**Valor Presente Neto (VPN).** Para determinar el valor presente neto de la inversión a continuación se muestran los valores obtenidos en el flujo neto de caja calculado previamente.

#### Cuadro No. 70 Valor Presente Neto

<b>VPN</b>	<b>\$61.104.169,09</b>
------------	------------------------

Tasa de Oportunidad = 9.73%

Tasa de Riesgo = 10%

### 6.3.2 Tasa interna de retorno

**Tasa Interna de Retorno (TIR):** La TIR es aquella tasa de descuento que hace que el valor presente sea igual a cero. 0; esta evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo en la cual el total de los beneficios actualizados son iguales a los desembolsos en moneda actual.

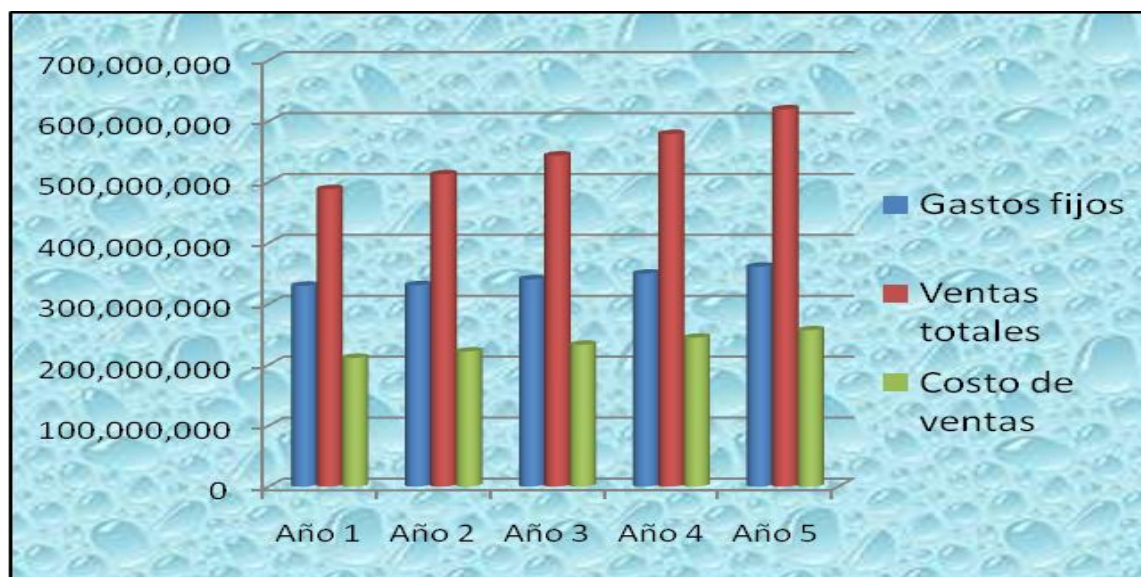
**Tasa interna de retorno= TIR = 24%**

Quiere decir que hay rendimiento del 24% anual sobre la inversión lo cual es positivo, teniendo en cuenta que el interés de oportunidad para los inversionistas es solo del 19.73% anual efectiva. Lo que indica que es mayor que la tasa de oportunidad más la tasa de riesgo del proyecto.

### 6.3.3 Punto de Equilibrio

**Cuadro No. 71** Proyección Punto de Equilibrio.

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos fijos	329,772,438	330,681,872	340,503,826	349,697,466	361,055,652
Ventas totales	488,400,000	512,820,000	543,589,200	578,922,498	619,447,073
Costo de ventas	211,183,660	221,742,843	232,829,985	244,471,484	256,695,058
<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>580,993,380</b>	<b>582,595,622</b>	<b>595,619,352</b>	<b>605,313,549</b>	<b>616,550,309</b>



**Figura No. 44.** Punto de Equilibrio

En consecuencia es necesario prestar 000 servicios el Centro Recreacional y Turístico para alcanzar un punto de equilibrio, es decir, obtener ingresos por servicios anuales equivalentes a **QUIENTOS OCHENTA MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y TRES MIL DOCIENTOS SESENTA Y NUEVE PESOS MCTE.(\$580.993.380.oo).**

#### 6.3.4 Periodo de recuperación

**Cuadro No. 72** Periodo de recuperación

PERIODO	RECUPERACION
0	0
1	297.783.326
2	525.964.306
3	766.210.534

4	1.017.360.373
5	1.281.532.180

### 6.3.5 Análisis de las razones financieras

**Cuadro No. 73** Análisis de las razones financieras.

INDICADORES FINANCIEROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZON CORRIENTE	0,79	0,01	0,01	0,01	0,02
CAPITAL DE TRABAJO	-87.943.130	-361.212.347	-294.117.039	-219.592.791	-135.456.602
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	40,0%	55,1%	49,6%	41,5%	29,1%
ROTACION DE ACTIVOS	0,46	0,78	0,91	1,08	1,31
MARGEN BRUTO	78,20%	78,20%	78,41%	78,71%	79,11%
MARGEN NETO	46,45%	49,97%	52,33%	54,71%	57,08%

## CONCLUSIONES

A nivel del área de estudio correspondiente San Rafael – Rionegro (Santander), existe una demanda insatisfecha representativa y creciente del servicio recreacional, turística y vacacional en la región equivalente al 100%.

El desarrollo y éxito de la empresa en la variedad e innovación del Portafolio de Servicios dependerán igualmente de la implementación efectiva del programa publicitario y promocional que permita dar a conocer este servicio en la región, así como poder realizar alianzas estratégicas con las empresas del sector turístico en esta área, con ambición de promocionarlos a nivel nacional.

Queda aquí demostrado que se domina el proceso técnico del servicio, funcionamiento y operatividad, además contra con los elementos humanos físicos, tecnológicos y logísticos necesarios para su instalación y operación.

Con el estudio administrativo y legal se analizó y concluyo que la estructura de la empresa respecto ala constitución legal y organizacional no tendrá impedimentos para desarrollar este nuevo servicio de recreativo, turístico y vacacional en San Rafael, que será **Centro Recreacional y Turístico de San Rafael**.

## **RECOMENDACIONES**

De acuerdo al estudio de factibilidad para la Creación de Un Centro Recreacional y Turístico en San Rafael, con una gran variedad en su Portafolio de Servicios, se dan algunas recomendaciones:

Conquistar el mercado objetivo, en la región y los municipios aledaños de San Rafael, con lo cual se superaran las posibles limitaciones de la competencia.

El éxito del proyecto depende en gran medida de la gestión administrativa para realizar el mercadeo y asegurar el cumplimiento del pronóstico de prestación de servicios a lo largo del proyecto; por lo tanto se recomienda que el Gerente Administrativo y Comercial, se postule y se elegido por la junta de socios, tenga excelente expectativas para la proyección de la empresa, ya que debe ser de perfil visionario con buena capacidad de liderazgo y con mucho sentido de pertenencia por la empresa, al igual que su equipo de trabajo tanto del área administrativa como el área operativa. De ello dependerá el éxito en las proyecciones del Centro Recreacional y Turístico de San Rafael.

## BIBLIOGRAFIA

BACA URBINA, GABRIEL. Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill.

[www.observatorio.saludsantander.gov.co/contenido.php?...](http://www.observatorio.saludsantander.gov.co/contenido.php?...)

DANE., [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

P.O.T. Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Rionegro, Santander -  
Alcaldía Municipal de Rionegro, Santander.

P.O.T. Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Rionegro, Santander -  
Alcaldía Municipal de San Alberto (Cesar).

P.O.T. Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Rionegro, Santander -  
Alcaldía Municipal de Sabana de Torres (Santander).

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger1/teocalidad.htm>.

Emile Durkheim (1986) – Las Reglas del Método Sociológico – Fondo de Cultura Económica.

[http://wikipedia.org/wiki/teoria\\_del\\_consumidor](http://wikipedia.org/wiki/teoria_del_consumidor)

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger1/teocalidad.htm>.

Emile Durkheim (1986) – Las Reglas del Método Sociológico – Fondo de Cultura Económica.

## ANEXOS

### Anexo No. 01 La Encuesta

**ENCUESTA APLICADO A LA POBLACION DE SAN RAFAEL DE RIONEGRO  
PARA UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO  
RECREACIONAL Y TURISTICO EN SAN RAFAEL DE RIONEGRO,  
SANTANDER**

**FECHA DE EJECUCION DE LA ENCUESTA** \_\_\_\_\_

**NOMBRE DE LA ENCUESTADO** \_\_\_\_\_

1. **EDAD** : 15 – 20 \_\_\_\_\_ 20 – 30 \_\_\_\_\_ 30 – 40 \_\_\_\_\_ 40 – 50 \_\_\_\_\_

MAYOR DE 60 años \_\_\_\_\_

2. **SEXO**: FEMENINO \_\_\_\_\_ MASCULINO \_\_\_\_\_

3. **PROFESION**:

EMPLEADO \_\_\_\_\_ COMERCIANTE \_\_\_\_\_ ESTUDIANTE \_\_\_\_\_

EMPRESARIO \_\_\_\_\_ PENSIONADO \_\_\_\_\_ COOPERATIVO \_\_\_\_\_

GANADERO \_\_\_\_\_ AGRICULTOR \_\_\_\_\_

4. **NIVEL DE INGRESO**

➤ 1 SALARIO MINIMO LEGAL VIGENTE \_\_\_\_\_

➤ 2. SALARIOS MINIMO LEGAL VIGENTE \_\_\_\_\_

➤ MAS DE 3 SALARIOS MINIMO LEGAL VIGENTE \_\_\_\_\_

**5. LE GUSTARIA A USTED QUE SE EXISTIERA UN CENTRO RECREACIONAL Y TURISTICO EN SAN RAFAEL QUE TUVIESE SERVICIOS DE AREAS RECREATIVAS Y TURISTICA, BALNEARIO, DISCO BSAR, SALON PARA REUNIONES E INTEGRACIONES SOCIALES, CAFETERIA, RESTAURANTE Y AREA DEPORTIVA.**

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

**6. SI LLEGASE A EXISTIR QUE DIAS DE LA SEMANA LO FRECUENTARIA**

- LUNES A VIERNES
- FINES DE SEMANA
- CUALQUIER DIA DE LA SEMANA

**7. EN COMPAÑÍA DE QUIEN ASISTE A UN CENTRO RECREACIONAL**

- FAMILIA
- PAREJA
- AMIGOS
- SOLO
- COMPAÑEROS DE TRABAJO

**8. Nro. DE PERSONAS QUE CONFORMAN SU FAMILIA**

2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_ 6 o mas \_\_\_\_

**9. CUANTO DINERO INVIERTE EN UN DIA DE DESCANSO.**

- \$50.000,00
- DE \$50.000 A \$100.000
- \$100.000 a 200.000

- MAS DE \$200.000

**10.DE LOS SIGUIENTES SITIOS TURISTICOS CUALES FRECUENTA.**

- LOS MANATIES
- LA HAMACA
- CENTRO RECREACIONAL DE INDUPALMA
- RIONEGRO
- ALGUN SITIO DE BUCARAMANGA

**11.DE QUE FORMA SELECCIONA EL SITIO PARA DESCANSAR.**

- FACILIDAD DE TRANSPORTE
- TRADICION
- RECOMENDACIÓN
- PUBLICIDAD
- POR ECONOMIA

**Anexo No. 02.** Fotos de San Rafael, Ubicación del Proyecto.



