

**ESTUDIO FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A PRESTAR EL SERVICIO DE ALQUILER DE CABAÑAS
CAMPESTRE EN LA MESA DE LOS SANTOS MUNICIPIO DE SANTANDER**

**ANYUL SUÁREZ SÁNCHEZ
SERGIO HERNANDO VILLAREAL MEZA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL
Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARMANGA
2011**

**ESTUDIO FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A PRESTAR EL SERVICIO DE ALQUILER DE CABAÑAS
CAMPESTRE EN LA MESA DE LOS SANTOS MUNICIPIO DE SANTANDER**

**ANYUL SUÁREZ SÁNCHEZ
SERGIO HERNANDO VILLAREAL MEZA**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título
de Profesional en Gestión Empresarial**

**Director
LUIS EDUARDO SUÁREZ CAICEDO
Economista**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL
Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARMANGA
2011**

DEDICATORIAS

A mis hijas, María Paula, María Camila y Carolina mi esposa.

Porque sin su apoyo y respaldo me permitieron alcanzar esta meta.

A mi familia que de una u otra forma colaboraron en este proyecto.

A nuestro director de proyecto, Doctor Luis Eduardo Suarez Caicedo, quien nos guio, apoyo, oriento a culminar esta etapa de nuestra vida.

SERGIO HERNANDO VILLAREAL

En primer lugar quiero agradecer a Dios, por darme la vida, para alcanzar esta meta.

Dedico este proyecto a mi esposo, hija y nieto quienes me dieron su apoyo incondicional en todo este proceso.

ANYUL SUÁREZ SÁNCHEZ

AGRADECIMIENTOS

Sea este el momento apropiado, para agradecer a Dios que sin su ayuda y orientación las cosas no se dan

.

A todos los docentes de la Universidad Industrial de Santander INSED Bucaramanga, quien han aportado a nuestro importante aprendizaje.

SERGIO HERNANDO VILLAREAL

No tengo como agradecerle a mi esposo por su apoyo moral, económico e incondicional, durante todo el tiempo de mi carrera, sin el no hubiese sido fácil culminar mis estudios.

A mi hija, nieto y demás familiares y amigos que me apoyaron en este logro.

A todos aquellos que me ilustraron y además enriquecieron con su sabiduría mis conocimientos en la universidad.

Qué Dios los bendiga a todos

ANYUL SUÁREZ SÁNCHEZ

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	26
1. GENERALIDADES	28
1.1 ANTECEDENTES	28
1.1.1 Hospedaje mundial.	28
1.1.2 Hospedaje nacional.	29
1.1.3 Hospedaje regional y local.	31
1.2 DIAGNOSTICO DEL SECTOR DE HOSPEDAJE	37
1.3 EVOLUCIÓN DEL SECTOR DE TURISTICO	39
1.4 CONTEXTO GEOGRAFICO	40
1.5 MARCO REFERENCIA LEGAL	42
1.5.1 Incentivos especiales para el sector turismo.	45
2. ESTUDIO DE MERCADOS	48
2.1 OBJETIVOS	48
2.1.1 General.	48
2.1.2 Específicos.	48
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	49
2.2.1 Definición, usos y especificaciones del servicio.	49
2.2.2 Servicios sustitutos.	53
2.2.3 Servicios complementarios.	53
2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia	54
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	54
2.3.1 Mercado potencial.	54
2.3.2 Mercado objetivo.	55
2.4 LA DEMANDA	55
2.4.1 Investigación de mercados	55
2.4.1.1 Planteamiento del problema	55
2.4.1.2 Necesidades de información	57
2.4.1.3 Ficha técnica	57
2.4.1.4 Tabulación, presentación y análisis de resultados.	59
2.4.2 Estimación de la demanda	83

2.4.2.1 Demanda histórica.	83
2.4.2.2 Demanda actual.	83
2.4.2.3 Demanda proyectada.	85
2.5 LA OFERTA	85
2.5.1 Necesidades de información.	86
2.5.2 Oferta histórica.	86
2.5.3 Análisis de la situación actual de la competencia.	86
2.5.4 Proyección de la oferta.	89
2.6 RELACIÓN ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA	89
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	90
2.7.1 Estructura de los canales de comercialización.	90
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	90
2.7.3 Selección de los canales de comercialización.	91
2.8 PRECIO	91
2.8.1 Análisis de precios.	91
2.8.2 Estrategia de fijación de precios.	92
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	92
2.9.1 Objetivos.	92
2.9.2 Logotipo	93
2.9.3 Lema	94
2.9.4 Análisis de los medios.	94
2.9.5 Selección de medios.	94
2.9.6 Estrategias publicitarias.	95
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	95
2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	96
3. ESTUDIO TÉCNICO	98
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	98
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.	98
3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto	99
3.1.3 Capacidad del proyecto	100
3.1.3.1 Capacidad total diseñada.	100
3.1.3.2 Capacidad instalada.	101
3.1.3.3 Capacidad utilizada.	101

3.2. LOCALIZACIÓN	103
3.2.1 Macro localización.	103
3.2.2 Micro localización.	103
3.3 INGIENERÍA DEL PROYECTO	104
3.3.1 Ficha técnica del servicio	104
3.3.2 Descripción técnica del proyecto	104
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y operación.	106
3.3.3.1 Flujo grama proceso de venta	107
3.3.3.2 Flujo grama para la prestación del servicio.	110
3.3.4 Control de calidad.	111
3.3.5 Recursos	112
3.3.5.1 Recurso humano.	112
3.3.6 Recurso físico.	112
3.3.6.2 Recurso de insumo.	115
3.3.6.3 Desayuno.	115
3.3.7 Estudio de proveedores.	116
3.3.8 Distribución de la planta.	116
3.3.9 Logística de distribución.	117
3.4 CONCLUSION SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	118
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	119
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	119
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	124
4.2.1 Visión.	125
4.2.2 Misión.	125
4.2.3 Objetivos.	125
4.2.4 Políticas	126
4.2.4.1 Políticas de personal.	126
4.2.4.2 Políticas de compras.	127
4.2.4.3 Políticas de ventas.	127
4.2.4.4 Políticas ambientales.	127
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	128
4.3.1 Organigrama.	128
4.3.2 Descripción y perfil de cargos.	128

4.3.3 Asignación salarial.	131
5. ESTUDIO FINANCIERO	134
5.1. INVERSIONES.	134
5.1.1 Inversión Fija.	134
5.1.1.1 Terreno.	135
5.1.1.2 Construcción y materiales.	135
5.1.1.3 Mueble y enseres.	137
5.1.1.4 Accesorios.	137
5.1.1.5 Equipos de oficina.	138
5.1.1.6 Total inversión fija.	139
5.1.2 Inversión diferida.	139
5.1.3 Inversión de capital de trabajo.	140
5.1.3.1 Mano de obra directa.	140
5.1.3.2.1 Costos directos de prestar el servicio	140
5.1.3.2.1.2 Desayuno	140
5.1.3.1.3 Costos indirectos de prestar el servicio.	141
5.1.3.1.4 Total costo del servicio.	143
5.1.3.2 Gastos administrativos y ventas.	143
5.1.3.3 Gastos financieros.	144
5.1.3.4 Capital de trabajo.	145
5.1.3 inversión total.	145
5.1.5 Fuentes de financiación	145
5.2 COSTOS	148
5.2.1 Costos fijos.	148
5.2.2 Costos variables.	148
5.2.3 Costos totales unitarios.	149
5.2.4 Precio de venta.	150
5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	151
5.3.1 Egresos proyectados.	151
5.3.2 Ingresos proyectados.	151
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	152
5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	153
5.6 ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO	154

5.7 BALANCE GENERAL PROYECTADO	155
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	157
6.1 IMPACTO SOCIAL	157
6.1.1 Desarrollo regional.	157
6.1.2 Generación de empleo.	157
6.2 IMPACTO AMBIENTAL	158
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	161
6.3.1 Valor presente neto.	161
CONCLUSIONES	164
RECOMENDACIONES	166
BIBLIOGRAFÍA	167
ANEXOS	168

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Porcentaje de ocupación Hotelera por zonas – Agosto 2010 vs	33
Cuadro 2. Índice de ocupación Hotelera	34
Cuadro 3. Capacidad de cabañas	50
Cuadro 4. Tipos de actividades que realiza en descanso	60
Cuadro 5. Sitio donde se aloja cuando viaja	61
Cuadro 6. Factores de importancia para decidir dónde alojarse	62
Cuadro 7. Viaja solo o acompañado	63
Cuadro 8. Número de niños menores de 12 años	64
Cuadro 9. Presupuesto destinado para viajar en vacaciones	65
Cuadro 10. Motivación para salir de viaje y/o paseo	66
Cuadro 11. Lugares para visitar en vacaciones	67
Cuadro 12. Lugares en Santander que visita	68
Cuadro 13. Frecuencia con la que acude a la Mesa de los Santos	69
Cuadro 14. Tiempo que se instala en la Mesa de los Santos	70
Cuadro 15. Lugar escogido para alojarse cuando viaja	71
Cuadro 16. Servicios ofrecidos en los sitios donde se aloja	72
Cuadro 17. Calificación del servicio recibido en los lugares donde se hospeda	73
Cuadro 18. Factores de mayor importancia para alojarse en un lugar	74
Cuadro 19. Canales de venta que resulta más atractivo y seguro para escoger sitio para descansar	75
Cuadro 20. Cabañas para alquilar en la Mesa de los Santos	76
Cuadro 21. Números de días que se hospedaría en las cabañas	77
Cuadro 22. Números de personas que requerirán el servicio	78
Cuadro 23. Número de niños menores de 12 años	79
Cuadro 24. Servicios adicionales que le gustaría adquirir cuando tome en alquiler cabañas	80
Cuadro 25. Valor a pagar en alojamiento por persona	81
Gráfico 24. Servicios adicionales que le gustaría adquirir cuando tome en alquiler cabañas	82

Cuadro 26. Factores importantes para el buen desarrollo del proyecto	82
Cuadro 27. Total de hospedaje por año en la Mesa de los Santos	84
Cuadro 28. Demanda proyectada	85
Cuadro 29. Datos generales de cabañas que prestan su servicio de alquiler	87
Cuadro 30. Interés en alojarse en cabañas en la Mesa de los Santos	90
Cuadro 31. Ventajas y desventajas de los canales actuales	90
Cuadro 32. Precios de las cabañas existentes en el mercado	91
Cuadro 33. Presupuesto de publicidad y promoción	95
Cuadro 36. Materiales	135
Cuadro 37. Mueble y enseres	137
Cuadro 38. Accesorios	138
Cuadro 39. Equipo de oficina	138
Cuadro 40. Total inversión fija	139
Cuadro 41. Inversión diferida	139
Cuadro 42. Mano de obra personal de oficios varios	140
Cuadro 43. Desayuno	140
Cuadro 44. Insumos	141
Cuadro 45. Mantenimiento edificaciones, muebles, enseres y equipo de oficina	141
Cuadro 46. Depreciación de edificaciones, mueble, enseres y equipos de cómputo y oficina.	141
Cuadro 47. Seguro edificaciones, mueble, enseres y equipo de cómputo y oficina	142
Cuadro 48. Amortización de diferidos	142
Cuadro 49. Impuesto de Industria y comercio	142
Cuadro 50. Total costos indirectos del servicio	142
Cuadro 51. Total costo del servicio	143
Cuadro 52. Personal de administración	143
Cuadro 53. Gastos generales	144
Cuadro 54. Capital de trabajo	145
Cuadro 55. Inversión total	145
Cuadro 56. Fuentes de financiación	145
Cuadro 57. Amortización crédito bancario	146
Cuadro 58. Total costos y gastos fijos del proyecto/año	148
Cuadro 59. Total de costos y gastos variable del proyecto/año	148

Cuadro 60. Costos totales	149
Cuadro 61. Costo por cabaña	149
Cuadro 62. Costos totales unitarios por tipo de presentación	149
Cuadro 63. Determinación de precios para el servicio de alquiler de cabañas	150
Cuadro 64. Proyección de egreso	151
Cuadro 65. Ingresos proyectados	151
Cuadro 67. Flujo de caja proyectado	153
Cuadro 68. Estado de resultado	154
Cuadro 69. Balance general proyectado	155
Cuadro 70. Evaluación ambiental	158
Cuadro 71. Flujos netos de caja	162
Cuadro 72. Periodo de recuperación	162

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Oferta de alojamientos por regiones en Colombia	30
Gráfico 2. Ocupación hotelera en Santander	34
Gráfico 3. Tipos de actividades que realiza en descanso	61
Gráfico 4. Sitio donde se aloja cuando viaja	62
Gráfico 5. Factores de importancia para decidir dónde alojarse	63
Gráfico 6. Viaja solo o acompañado	64
Gráfico 7. Número de niños menores de 12 años	65
Gráfico 8. Presupuesto destinado para viajar en vacaciones	66
Gráfica 9. Motivación para salir de viaje y/o paseo	66
Gráfico 10. Lugares para visitar en vacaciones	67
Gráfico 11. Lugares en Santander que visita	69
Gráfico 12. Frecuencia con la que acude a la Mesa de los Santos	70
Gráfico 13. Frecuencia con la que acude a la Mesa de los Santos	71
Gráfico 14. Lugar escogido para alojarse cuando viaja	72
Gráfico 15. Servicios ofrecidos en los sitios donde se aloja	73
Gráfico 16. Calificación del servicio recibido en los lugares donde se hospeda	74
Gráfico 17. Factores de mayor importancia para alojarse en un lugar	75
Gráfico 18. Canales de venta que resulta más atractivo y seguro para escoger sitio para descansar	76
Gráfico 19. Cabañas para alquilar en la Mesa de los Santos	77
Gráfico 20. Números de días que se hospedaría en las cabañas	78
Gráfico 21. Números de personas que requerirán el servicio	79
Gráfico 22. Número de niños menores de 12 años	80
Gráfico 23. Servicios adicionales que le gustaría adquirir cuando tome en alquiler cabañas	81
Gráfico 24. Servicios adicionales que le gustaría adquirir cuando tome en alquiler cabañas	82

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Ubicación de las nuevas cabañas	42
Figura 2. Lote donde se construirán las cabañas	51
Figura 3. Lote donde se construirán las cabañas	51
Figura 4. Lote donde se construirán las cabañas decisión	52
Figura 5. Lote donde se construirán las cabañas	52
Figura 6. Capacidad diseñada	100
Figura 7. Capacidad instalada	101
Figura 8. Capacidad utilizada	102
Figura 9. Planos de las cabañas Villa Paula	117
Figura 10. Organigrama	128

LISTA ANEXOS

	Pág.
Anexo A Encuesta	169
Anexo B Materiales	174
Anexo D Accesorios	176
Anexo E Cotización Muebles	177
Anexo F Hidrofolo	178

GLOSARIO

ACTIVIDAD TURÍSTICA. Acciones del consumidor que requiere para que acontezca el turismo, ser objeto de un viaje y su realización, por lo que necesita de los servicios turísticos.

ALOJAMIENTO ANÁLOGOS: Son los establecimientos destinados a prestar el servicio de alojamiento turístico que sean comercializados en común por un mismo titular. Las unidades de alojamiento podrán ser apartamentos propiamente dichos, villas, chalés, bungaloes o inmuebles análogos.

ATRACTIVO TURÍSTICO. Es el lugar o zona o acontecimiento de interés turístico. El turismo solo tiene éxito y lugar mediante la existencia de atracciones que motiva al turista a viajar.

CABAÑA. Casa en el campo, pequeña y tosca, hecha con ramas, troncos y materiales de poco valor.

CONCIENCIA TURÍSTICA. Es la actitud mental que debe normar nuestros actos con los turistas, siempre tratando de ayudar, nunca burlándonos del desconocimiento de nuestro idioma y costumbres. Nunca alterando precios para darles mas caro a los turistas. Tratando de recabar la información que sabemos que ellos necesitarán.¹

COMERCIALIZACIÓN / MERCADEO. Son todas las actividades que la empresa realiza para crea, promover y distribuir productos o servicios de acuerdo a la demanda de los clientes actuales o potenciales, además de considerar las posibilidades de la empresa para producirlos.

¹ <http://www.uaim.edu.mx/turismo->(Julio 23 de 2010)

COMPETITIVIDAD: El concepto de competitividad turística comprende dos enfoques: el de producto y el netamente empresarial.

La competitividad del producto es la capacidad de que un atractivo turístico conjugue a su alrededor unas condiciones que lo diferencien y lo hagan ofertable con posibilidades de venta. Por consiguiente, la competitividad del producto se refiere no solo a la calidad del recurso turístico en sí, sino también a los factores que lo diferencian y que lo hacen deseable para los turistas. Entre estos factores se incluye la accesibilidad, la infraestructura, la planta turística, la relación calidad/precio, la seguridad, la imagen y la calidad de la superestructura.

DEMANDA TURÍSTICA. Está constituida por los servicios requeridos por los turistas. El número de turistas de un lugar determinado.

DESTINO TURÍSTICO. Es el área geográfica donde se localiza el atractivo turístico.

ESTRUCTURA TURÍSTICA. Es la organización compleja tanto pública como privada, que permite armonizar la producción y venta de servicios.

EVENTOS. Son iniciativas puntuales, que no encajan en ninguna de las anteriores y que tienen la posibilidad de movilizar turistas.

EL TURISMO. Aunque es difícil definir al turismo como una institución, la verdadera recompensa, desde el punto de vista psicosociológico, es de tipo social. Las razones profundas del turista tienen que ver con búsqueda de afecto y de seguridad emocional, lo que en el turista adulto adquiere forma de necesidad, de condición y de función sociales al sentirse elemento de un sistema de cultura. Ello le proporciona el placer de justificar el respeto a sí mismo y de los demás. De esta manera el turismo es una institución social que produce actitudes nuevas, creadoras, que establecen nuevos horizontes y perspectivas de los humanos, que

comparan, reafirman o modifican actitudes, pero que de una u otra forma fortalecen placenteramente la seguridad afectiva.²

FIESTAS. Se refieren fundamentalmente a las celebraciones organizadas en las entidades territoriales, de hondo raigambre popular, con contenido folclórico, cultural o histórico.

HOSPEDAJE. Alojamiento que se da a una persona en una casa o un establecimiento público.

HOSTAL. Establecimiento público de categoría inferior al hotel en el que se hospeda a los huéspedes que pagan por su alojamiento y por la comida y otros servicios.

HOTEL. Establecimiento público en el que se hospeda a los huéspedes que pagan por su alojamiento y por la comida y otros servicios.

INCENTIVOS. Son viajes organizados por las empresas para premiar a sus trabajadores con el fin de generar motivación en el trabajo.

LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL. Es la capacidad de los empresarios de generar rentabilidad y de mantener el negocio en el tiempo.

MERCADO TURÍSTICO. Es la oferta y la demanda referida a una época, un lugar determinado, y un área del bien o servicio.

MERCADEO TURÍSTICO. Proceso social y administrativo por medio del cual las personas obtienen lo que necesitan y desean mediante la creación de productos y/o servicios que les proporcionen valor a través del intercambio.

² Ibid

OFERTA TURÍSTICA. Es el conjunto de servicios turísticos posicionados frente a un mercado turístico determinado.

PATRIMONIO TURÍSTICO. Es el conjunto de elementos turísticos con que cuenta un país en un momento determinado. Es la suma de atractivos mas la planta e instalaciones turísticas, junto con la infraestructura.

Estos pueden ser de carácter cultural, folklóricos o eventos populares incluso, de carácter tradicional o modernos, naturales o contruidos por el hombre. Escenarios y paisajes bellos, etc., que aunados a vías generales de comunicación se constituyen en patrimonios turísticos.

PLANTA TURÍSTICA. Está constituida por la estructura de producción que define al sector: los servicios turísticos y las instalaciones y quipos necesarios, además de los recursos que motivan aquella producción.

PRODUCTO TURÍSTICO. Es la suma de servicios ofrecidos al mercado en forma individual o amplia, de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor llamado turista.

RESIDENCIA. Lugar en que se reside o se vive habitualmente.

RECURSO TURÍSTICO. Es el mismo atractivo turístico y es el componente fundamental del producto turístico.

SERVICIO TURÍSTICO. Es el producto de la planta turística que en definitiva consume el turista.

SITIO TURÍSTICO. Es la denominación que se aplica a un lugar preciso en el que se va a construir las instalaciones, equipos y obras en general indispensables para la exploración de un atractivo turístico.

TURISMO. Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

VIAJERO. Se define como una persona que viaja entre dos o más lugares.

VISITANTE INTERNACIONAL. Es el concepto básico para el conjunto del sistema de estadísticas de turismo. A efectos estadísticos, la expresión visitante internacional designa a toda persona que viaja, por un período no superior a doce meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

VISITANTE INTERNO. A efectos estadísticos, la expresión visitante interno designa a toda persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado. Los visitantes internos incluyen:

RESUMEN

TITULO: ESTUDIO FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A PRESTAR EL SERVICIO DE ALQUILER DE CABAÑAS CAMPESTRE EN LA MESA DE LOS SANTOS MUNICIPIO DE SANTANDER.

**AUTORES: SUÁREZ SÁNCHEZ, Anyul
VILLAREAL MESA, Sergio Hernando ****

PALABRAS CLAVES: Cabañas, campestre, alquiler, servicio, turismo, descanso, vacaciones.

DESCRIPCIÓN:

La finalidad de este proyecto es construir 10 cabañas campestres para alquiler en la Mesa de los Santos para los hogares de estrato 3 y 4 Bucaramanga, cabañas matrimoniales y familiares.

Para determinar la viabilidad del proyecto se desarrolló el estudio de mercados, técnico, administrativo, financiero y la evaluación social, económica y ambiental. Con la realización de los anteriores estudios se puede verificar la viabilidad de la construcción de las cabañas para ofrecerlas en alquiler, dotadas de todo lo necesario para que los huéspedes se sientan a gusto y cómodos y puedan disfrutar de sus vacaciones y/o descanso y compartir momentos agradables en familia.

El estudio de mercados realizado en Bucaramanga y su área de Metropolitana, determina que un 88% de los hogares estarían interesados en adquirir los servicios de alquiler de cabañas, capacidad de pago y servicios complementarios que se quieren ofrecer con el mismo.

En el estudio técnico se define la capacidad del número de servicio durante el año que es de 2.469 para ofrecer con cada cabaña construida.

Realizando del estudio administrativo se pudo establecer el personal necesario para el funcionamiento y puesta en marcha del servicio y alquiler de las cabañas y desde el punto de económico se realizó el estudio financiero donde se terminó la viabilidad económica del proyecto donde la TIR es de 18% y el valor presente neto es de \$ 13.559.942.

Desde el punto de vista ambiental se debe seguir las normas ambientales en cuanto a la construcción de edificaciones y en general utilizar los mismos recursos generados por la naturaleza y así evitar y prevenir más contaminación y deterioro de los recursos naturales.

* Título del proyecto

** Instituto de Proyección a Regional y Educación a Distancia - Gestión Empresarial – Director, Luis Eduardo Suárez Caicedo – Economista.

SUMMARY

I TITLE: I STUDY FEASIBILITY FOR UNA'S CREATION COMPANY DEDICATED WHEN GIVES THE SERVICE OF RURAL RENT OF CABINS IN THE TABLE OF THE SAINTS MUNICIPALITY OF SANTANDER.*

**AUTHORS: SUÁREZ SÁNCHEZ, Anyul
VILLAREAL MESA, Sergio Hernando ****

KEY WORDS: Cabins, rural, rent, service, tourism, rest, vacations.

DESCRIPTION:

The purpose of this project is to construct 10 rural cabins for rent in the Table of the Saints for the homes of stratum 3 and 4 Bucaramanga, matrimonial and familiar cabins.

To determine the viability of the project there developed the study of markets, technician, administrative officer, financier and the social, economic and environmental evaluation. With the accomplishment of the previous studies it is possible to check the viability of the construction of the cabins to offer them in rent, endowed with everything necessary in order that the guests sit down to taste and comfortable and could enjoy his vacations and / or rest and share agreeable moments in family.

The study of markets realized in Bucaramanga and his area of Metropolitan, it determines that 88 % of the homes would be interested in acquiring the services of rent of cabins, capacity of payment and complementary services that want to offer with the same one.

In the technical study there is defined the capacity of the number of service during the year that is of 2.469 to offer with every constructed cabin.

Realizing of the administrative study it was possible to establish the personnel necessary for the functioning and putting in march of the service and rent of the cabins and from the point of economic I realize the financial study where the economic viability of the project finished where the TIR is 18 % and the present clear value is of \$ 13.559.942.

From the environmental point of view it is necessary to follow the procedure of environmental as for the construction of buildings and in the general thing to use the same resources generated by the nature and this way avoid and anticipate more pollution and deterioration of the natural resources.

* I title of the Project

** Projection institute to Regional and Education distantly - Business management – Director, Luis Eduardo Suárez Caicedo – Economist.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como fundamento la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a prestar el servicio de alquiler de cabañas campestre en la Mesa de los Santos, municipio de los Santos Departamento de Santander.

Teniendo en cuenta el auge que está tomando la Mesa de los Santos como unos de los sitios predilectos en Santander para visitar y descansar en vacaciones, fines de semanas y días de descansos, además de los atractivos turísticos que ofrece y la cercanía al cañón de Chicamocha y el teleférico.

Considerando las buenas opciones que ofrece la Mesa de los Santos y sus alrededores, se observa la necesidad de construir sitios para hospedaje, ya que los que existen no son lo suficiente para alojar a todos los turistas que visitan la Mesa de los Santos, es por eso que se ha decidido crear las cabañas Villa Paula, un sitio diferente que ofrezca un servicio más completo, seguro, confortable y tranquilo.

La construcción de cabañas en la Mesa de los Santos es muy común, ya que en este sitio están dadas las condiciones necesarias para construir este tipo de vivienda, como el clima, el paisaje, las condiciones mismas del pueblo, por la capacidad que tiene de ser un sitio visitado por muchos turistas, tanto de Santander como del resto del país, la cercanía a la ciudad y las condiciones de seguridad y de la gente allí habita.

Para desarrollar la presente investigación de factibilidad se tendrán en cuenta los siguientes aspectos de mucha importancia para lograr el éxito de la misma, se realizará una investigación del sector del turismo en Colombia y Santander, el cual permitirá tener una visión más clara de las proyecciones de esta actividad que hoy

por hoy se ha convertido en una necesidad muy importante para mejorar la calidad de vida del ser humano.

El presente proyecto se desarrollará en seis capítulos como son, generalidades, estudio de mercados, técnico, administrativo, financiero y evaluación proyecto.

A través del estudio de mercados se definirá los gustos de las personas al momento de escoger un sitio donde alojarse, la oferta actual en el mercado de este tipo de servicios, la publicidad empleada para dar a conocer el nuevo servicio y la implementación de estrategia para posicionar la empresa en el mercado.

En el estudio técnico se determinará la capacidad diseñada, instalada y utilizada, luego la macro y microlocalización, y la prestación del servicio teniendo en cuenta la disponibilidad de los recursos físicos disponibles para el buen desarrollo de la empresa.

El capítulo del estudio administrativo se define el recurso humano a utilizar, la formación y experiencia de cada uno, la asignación salarial y funciones a desarrollar de acuerdo a sus puestos de trabajo.

En el estudio financiero se establecerán las inversiones necesarias para la puesta en marcha del proyecto, el capital de trabajo, los egresos e ingresos proyectados a cinco años.

Y a través de la evaluación económica se conocerá la rentabilidad del proyecto, aplicando las razones financieras, el cálculo de la Tasa Interna de Retorno TIR, y el VPN. También se analizará el impacto del proyecto en la región y en medio ambiente. Se espera con el desarrollo de este proyecto contribuir al desarrollo de la región, en cuanto al turismo y la calidad de vida de las personas en general.

1. GENERALIDADES

1.1 ANTECEDENTES

1.1.1 Hospedaje mundial. Cuando los antiguos hombres se aventuraron a salir por primera vez de sus asentamientos tribales, no había hoteles en los cuales pudieran hospedarse, por lo tanto, armaban sus tiendas donde lo deseaban. Los primeros viajeros intercambiaban mercancías por hospedaje.³

No fue sino hasta la Revolución Industrial, en el siglo XVIII, cuando las tabernas europeas comenzaron a combinar hospedaje con servicio de comida y bebida. A pesar del ello, la higiene recibió poca atención. Los viajeros tenían que compartir con otras personas las camas y las habitaciones, y las tarifas eran altas. Como las posadas y tabernas eran inadecuadas para los aristócratas, se erigieron, para éstos, estructuras lujosas, con cuartos privados, saneamiento individual y todas las comodidades de los castillos europeos. Adoptaron la palabra *hotel* y sus tarifas excedían los recursos de los ciudadanos comunes

El primer hotel estadounidense, el City Hotel, se inauguró en 1794, en la ciudad de Nueva York. El City Hotel contaba con 73 cuartos para huéspedes, cuyo propósito único era el hospedaje. El City Hotel inspiró la construcción de otros hoteles pioneros. La Exchange, Coffee House en Boston, seguido de la Mansión House en Filadelfia y el Adelphy Hotel en Nueva York. Estos hoteles se convirtieron en importantes centros sociales y, a diferencia de sus contrapartes europeas, daban la bienvenida a quienquiera que pudiera pagar las tarifas razonables. Entre tanto en Europa, un hospedaje higiénico continuaba siendo considerado un privilegio reservado a la aristocracia. En cambio en Estados Unidos, los alojamientos limpios y cómodos estaban a disposición de cualquier trabajador o familia de clase media.

³ <http://www.html.rincondelvago.com/historia-de-la-hosteleria.html>-(Septiembre 02 de 2010)

La historia del turismo en Colombia se remonta al 17 de Junio de 1954 con la creación formal de la Asociación Colombiana de Hoteles (ACOTEL) en Barranquilla que fue gestionada principalmente por John Sutherland, entonces Gerente del Hotel Tequendama. El 25 de Octubre de 1955 se formó la Asociación de Líneas Aéreas Internacionales en Colombia (ALAICO) en la ciudad de Bogotá. El 24 de octubre de 1957 el gobierno creó la Empresa Colombiana de Turismo por Decreto 0272. Mientras que los restaurantes se agremiaron en la Asociación Colombiana de Grandes Restaurantes (ACOGRAN). En 1959, la alcaldía de Bogotá creó el Instituto de Cultura y Turismo de Bogotá.

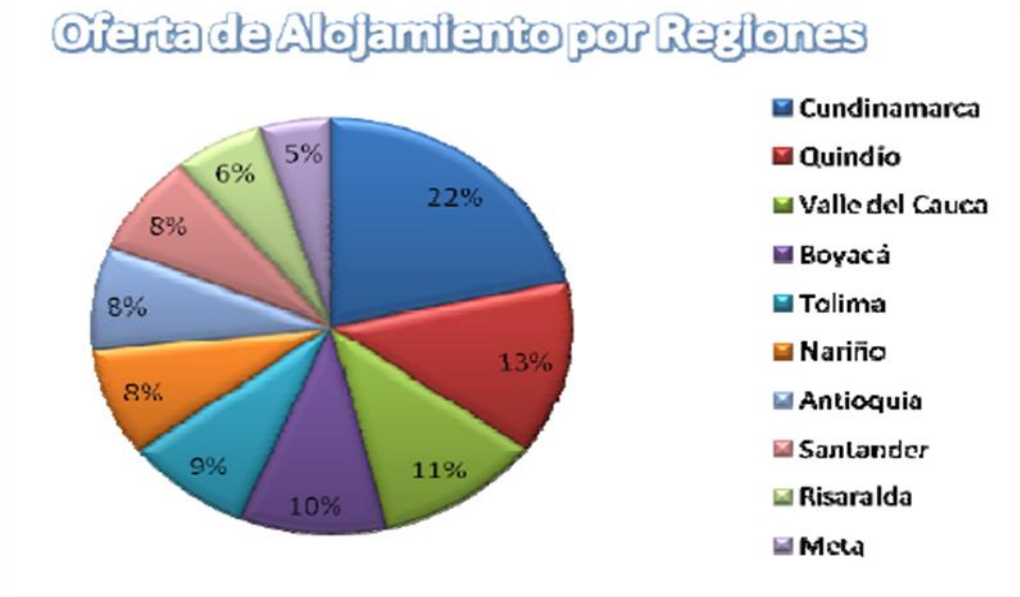
En Diciembre de 1963 se inauguró el primer hotel resort en Santa Marta, el Hotel Irotama y en 1964 se creó la primera cadena hotelera de Colombia, la Fundación de Hoteles Ltda.

1.1.2 Hospedaje nacional.

En el 2003, las diez principales ciudades con oferta de establecimientos de alojamiento inscritos en el RNT eran: Bogotá (168); Pasto (95); Cali (63); Pereira (59), Medellín (55); Santa Marta (52); Cartagena (45); Villavicencio (43); Bucaramanga (42), Barranquilla (42).⁴

⁴ http://www.es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_Colombia-(Julio 22 de 2010)

Gráfico 1. Oferta de alojamientos por regiones en Colombia



Fuente: DANE⁵

Del anterior gráfico se puede evidenciar que la mayor oferta de alojamiento se encuentra en Cundinamarca con un 22%, le sigue Quindío con un 13% y Santander con un 8% junto con otras regiones del país, lo que permite afirmar que Santander tiene buena oferta de destinos turísticos y buenos hoteles donde alojar a los turistas locales, nacionales y extranjeros.

Durante 2005, la encuesta anual de servicios del DANE investigó un total de 337 empresas dedicadas principalmente a la prestación de servicios de alojamiento temporal. La encuesta incluyó empresas que en el año 2005 ocupaban 20 personas o más o cuyos niveles de ingresos nominales fueron iguales o superiores a \$ 439,914, 754.49 para hoteles.

⁵ Ibid. (Julio 22 de 2010)

Según ubicación geográfica, el 58,4% de los hoteles investigados se encontraba localizado en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Cartagena y sus áreas metropolitanas, y San Andrés; éstos concentraron el 75,2% de la producción bruta.

El crecimiento en el número de viajeros extranjeros llegados a Colombia (12,6%) supera ampliamente el crecimiento mundial estimado por la OMT (4,6%) para el año 2006. Colombia se perfila así, como uno de los destinos más importantes de América Latina tanto como destino turístico, como de inversiones en el sector.

Para el 2018, se espera que la producción bruta del sector turístico colombiano sea de \$ 8.972.16 millones, lo que supondría un crecimiento anual de 4%.

El sector investigado ocupó un total de 21.561 personas y su producción bruta real ascendió a \$ 682.891.14 millones. Según la escala de personal, el 24,8% de la producción se realizó en empresas que ocuparon entre 210 y 349 personas. Por organización jurídica se destacan las sociedades anónimas que participaron con el 64,6% de la producción total de la actividad.

Como se puede evidenciar en los anteriores textos, las cifras demuestran que en Colombia el hospedaje hace un aporte muy importante en el crecimiento de la economía por la afluencia de persona a las diferentes regiones turísticas del país y también del extranjero que visitan el país, buscando pasar unas excelentes vacaciones y descansar en los hoteles, cabañas, fincas y casas dedicadas a ofrecer el servicio de hospedaje.

1.1.3 Hospedaje regional y local. En los últimos dos años, Santander pasó de tener microempresas turísticas como prestadoras de servicios, hostales y restaurantes a mega inversiones a más de 15 años. Una de estas es el Teleférico del Cañón del Chicamocha, una obra que tuvo un costo superior a los \$34.000 millones y que entró a complementar los atractivos del Parque Nacional del

Chicamocha, Panachi, al cual se le inyectaron \$30.000 millones de pesos hace dos años.⁶

Un grupo de empresarios santandereanos ratificó su compromiso de invertir cerca de \$18.688.100 millones de pesos en el hotel que quedará junto al Parque y que dispondrá de 300 habitaciones para que los turistas se queden en Panachi y aprovechen su estadía para conocer más a Santander.⁷

De hecho, de acuerdo con cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el año 2009 se registró un crecimiento de 40% en el número de viajeros extranjeros que llegaron al departamento. La región pasó de recibir 17.564 turistas extranjeros en 2009 a 24.673 en 2008, buena parte de ellos motivados por la nueva oferta turística. Al tiempo que tuvo un incremento de 15% en cuanto al paso de vehículos por peajes que alcanzó la cifra de \$ 5'879.000 el año pasado, frente a \$ 5'100.000 de 2009.

Por otra parte, el Ministerio resaltó el crecimiento en materia de infraestructura hotelera en los últimos dos años, tiempo en el cual se construyeron siete nuevos hoteles en Santander.

⁶ Vanguardia Liberal - <http://www.vanguardia.com/historico/18883-santander-empezo-a-sembrar-turismo>– Enero de 2009-(Julio 22 de 2010)

⁷ *Ibíd.*

Cuadro 1. Porcentaje de ocupación Hotelera por zonas – Agosto 2010 vs Agosto 2009

<i>Descripción</i>	% Ocup ago/10	% ocup ago/09	% ocup acum 10	% ocup acum 09	Tarifa promedio ago 2010 (1)	Índice de empleo ago 2010(2)
Antioquia	62,6	57,3	51,9	48,1	151.453	0,72
Barranquilla	49,6	53,8	55,1	47,3	117.538	0,55
Atlántico Comercial	46,7	43,1	45,8	45,8	120.409	0,53
Bogotá D.C.	64,1	63,5	60,8	58,7	264.411	0,66
Boyacá	40,8	36,0	35,5	35,8	213.765	0,76
Cafetera	45,0	41,3	39,2	41,3	149.924	0,61
Cartagena	71,1	67,3	59,6	59,4	341.592	0,93
Influencia Bogotá	49,7	46,6	46,3	47,8	168.852	0,90
Norte de Santander	44,6	43,4	38,8	50,4	114.993	0,53
Santander	37,3	51,0	45,2	47,0	113.093	0,48
San Andrés	57,4	59,7	59,9	58,8	222.077	0,81
Santa Marta	56,2	56,5	57,8	41,4	191.685	0,92
Sur Occidental	45,4	36,0	37,9	32,2	103.055	0,62
Valle del Cauca	45,2	41,7	41,5	39,2	138.740	ND
5 estrellas	62,3	60,8	58,8	56,3	267.276	0,84
4 estrellas	54,8	52,1	48,5	48,8	188.608	0,67
3 estrellas	46,8	49,0	46,2	45,2	124.834	0,76
Total Muestra (3)	55.8	54.0	51.5	50.2	210.133	0.76

Fuente: Cotelco - <http://www.cotelco.org/?q=node/4>⁸

Notas:

(1) Calculada tomando ventas por habitaciones / habitaciones ocupadas, (2) Hace referencia al número de empleos directos por habitación disponible, (3) Muestra conformada por 290 establecimientos (año 2010) de todo el país que representan aproximadamente 16.000 habitaciones diarias.

Las cifras de ocupación hotelera en Santander como lo demuestra el anterior cuadro son muy similares a las cifras de las regiones del resto del país, por lo

⁸ www.cotelco.org-(Octubre 07 de 2010)

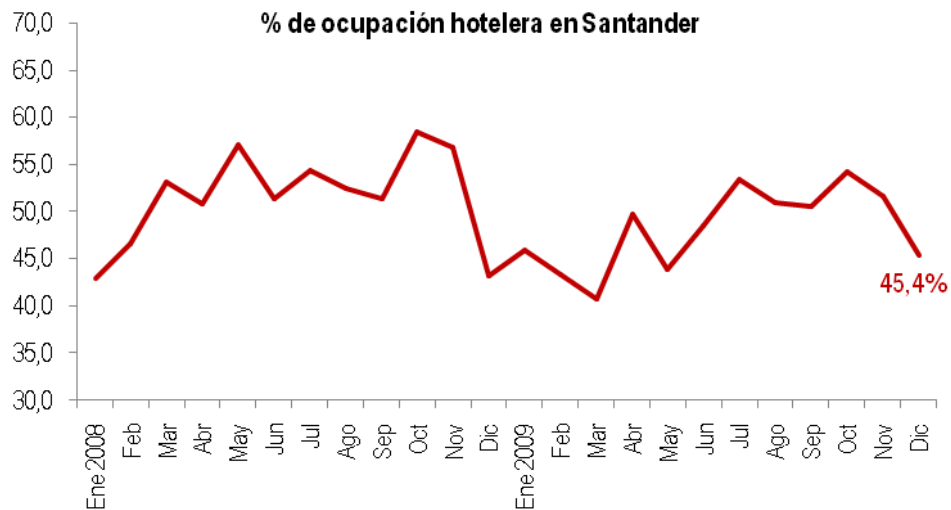
tanto se puede afirmar que Santander es muy visitado por los turistas del resto del país. Finalmente, y en cuanto tiene que ver con operadores de turismo inscritos en el Registro Nacional de Turismo, Santander presenta 973. De dicha cifra, 374 son establecimientos de alojamiento y hospedaje; 259, agencias de viajes y turismo; 58, agencias de viajes operadoras; y 155, oficinas de representación turística, entre otros.⁹

Cuadro 2. Índice de ocupación Hotelera

Concepto	Diciembre 2008	Diciembre 2009	Variación %	
% Ocupación hotelera nacional	48,6%	47,2%	*	-1,4
% Ocupación hotelera Santander	43,2%	45,4%	*	2,2
Ranking por regiones (14 regiones)	Octavo	Sexto		-
Tarifa promedio nacional	201.718	198.875		-1,4%
Tarifa promedio Santander	166.437	159.493		-4,2%
Ranking por regiones (14 regiones)	Séptimo	Sexto		-

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio

Gráfico 2. Ocupación hotelera en Santander



Fuente: Ministerio de Industria y Comercio

⁹ Ibid

La anterior gráfica demuestra que hubo un pequeño incremento de la ocupación hotelera en Santander del 2,2 % entre los dos años, lo cual demuestra la preferencia de los turistas por visitar Santander.

En Santander, según Cotelco, los 42 hoteles afiliados al gremio bordean las mil 500 habitaciones con una capacidad para alojar aproximadamente a cuatro mil personas. Otro aspecto positivo para el sector es la fuerte campaña publicitaria que ha emprendido el Viceministerio de Turismo a nivel internacional para promocionar al departamento de Santander.¹⁰

El departamento de Santander ofrece innumerables atractivos turísticos desde el punto de vista natural, cultural y científico. Santander, tierra acogedora y cordial ofrece al turista la oportunidad de conocer la más maravillosa profusión de cavernas, pues pocos son los municipios que no las poseen; se destacan la cueva del Indio en el municipio de Páramo, cuya entrada semeja una monumental concha acústica; la de Gambita, conocida como la Iglesia del Diablo, engalanada por fuentes de agua; la de La Pintada, en las cercanías de Málaga, contiene muchos pictogramas indígenas y otros atractivos turísticos naturales y culturales que hacen del Departamento una tierra de aventura.¹¹

Existe una ruta o circuito turístico en donde se encuentra asentada la mayor parte de la población del Departamento y de los municipios que cuentan con el mayor potencial turístico y de patrimonio histórico cultural como Barichara declarado Monumento Nacional y “Pueblito más lindo de Colombia”.

San Gil con su parque El Gallineral y el balneario Pozo azul, en donde además podrá disfrutar de turismo de aventura con deportes de riesgo controlado: Espeleología, rappel, camping, ciclomontañismo, motocross, senderismo,

¹⁰ Ibíd.

¹¹ <http://www.todacolombia.com> –(Julio 23 de 2010)

parapente, canotaje y kayak. Si se desea contemplar panorámicas majestuosas, el Cañón del Chicamocha ha labrado a través del tiempo un escenario natural y agreste que despierta la más profunda admiración, considerado uno de los mayores atractivos del departamento y la nación.¹²

Desde el majestuoso paisaje del cañón del río Chicamocha hasta el apacible Parque El Gallineral, la tierra santandereana ofrece imponentes escenarios naturales que la han convertido en destino predilecto de los amantes de los deportes extremos y el ecoturismo: parapente, kayak, rafting, bungee jumping, rappel y espeleología figuran en el menú. Sus hermosos pueblos coloniales, biodiversidad, artesanía y agricultura también invitan a quienes quieran conocer su historia y cultura o, simplemente, descansar. San Gil, Socorro, Barichara, la mesa de los santos y Bucaramanga, la capital del departamento, son todas buenas opciones de alojamiento.¹³

Con tantos atractivos naturales, culturales y arquitectónicos, conocer Santander toma tiempo. Además de bosques, pueblos coloniales, ríos, cavernas, llanuras y zonas ribereñas, Santander es el hogar de un pueblo pujante y resuelto cuyas provincias le han dado a Colombia muchos de sus héroes.¹⁴

San Gil y sus alrededores son la base ideal para quienes vienen por el deporte y la aventura. Al sur del municipio, está el parque El Gallineral, un lugar con múltiples opciones para pasear, como la cascada de Curití, Bellavista, La Playa y la cueva de La Antigua. En su zona céntrica, hay un lago provisto de trampolines y casetas. Barichara, el pueblo más lindo de Colombia y monumento nacional, atrae por su arquitectura, sus artesanos de la piedra y la gastronomía local. Existe la posibilidad de practicar deportes extremos, acampando en sitios como Pescaderito en Curití, el hoyo del aire en La Paz, la laguna Ortices de San Andrés y el salto del

¹² Ibid

¹³ [http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/destino/santander-\(Julio 23 de 2010\)](http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/destino/santander-(Julio 23 de 2010))

¹⁴ Ibid.

Ahogado en Zapatoca. El canotaje se practica en el río Fonce y el torrentismo, en el Salto del Mico, una cascada de 45 metros.¹⁵

A sólo 10 kilómetros de San Gil, la aventura lleva a la Cueva del Indio, una de las mayores atracciones de este departamento. Sus terrenos suponen un desafío, ya que para ingresar en ella es necesario deslizarse por un cable de unos ochenta metros, sobre la cumbre de un precipicio y arriesgarse a ingresar en lo profundo de sus cámaras.

Sitios como la Caverna del Yeso, en Curití, a donde hay que ingresar atravesando un túnel subterráneo de cinco metros, en un descenso que se hace en rappel, también ofrecen retos y aventuras a exploradores. En esta cueva, hay estalactitas y estalagmitas, columnas y antiguas tumbas indígenas. Otros, a los cuales acuden los aficionados a la práctica de la exploración de cuevas y el rappel, son la caverna de La Vaca, en Curití y la caverna La Antigua, en la vía a Barichara, donde hay teatros con formaciones minerales naturales, salones de lodo y un pozo al final del camino.¹⁶

1.2 DIAGNOSTICO DEL SECTOR TURISTICO

A nivel internacional resulta difícil establecer una comparación del sector hotelero colombiano frente a otros países ya que en las cifras de la Organización Mundial de Turismo vemos que en el mismo año en que Colombia tenía 55% por ciento de ocupación, Canadá tuvo la misma cifra y México tuvo un 53%; mientras que Aruba estuvo por encima del 70% al igual que Cuba. Los países caribeños siempre van a tener más ocupación bien porque tienen menos capacidad y porque son producto Caribe.¹⁷

¹⁵ Ibíd.

¹⁶ Ibíd.

¹⁷ <http://www.revistalabarra.com.co>- (Octubre 07 de 2010)

Colombia se perfila como uno de los destinos turísticos más importantes de América Latina. Según el World Travel & Tourism Council (WTTC) para el periodo 2009-2018, se espera un crecimiento real anual de 4% en la demanda por viajes y turismo en Colombia pasando de \$ 20.095.313.93 millones a \$ 29.439.93 millones en el 2018.¹⁸

Muestra de ello son los múltiples artículos promocionando a Colombia como un sitio turístico aún sin descubrir en importantes publicaciones tales como *Lonely Planet*, *New York Times* y *The Guardian* entre otros.

Santander es el epicentro turístico por excelencia en la modalidad de actividades de aventura, deportes extremos, contemplación y ecoturismo, al tiempo que se consolida como un destino importante en materia de negocios, salud, convenciones, turismo religioso y cultural. Tenemos todos los atributos para mirar hacia el mercado y concretar nuevos negocios.¹⁹

Bucaramanga se inclina sobre una terraza en la Cordillera Oriental de los Andes. Es una ciudad industrial, universitaria y comercial de clima templado, con una infraestructura hotelera que permite explorar este territorio de mitos y conquistadores.²⁰

Aprovechando el auge turístico que ha tomado la Mesa de los Santos, donde es posible combinar varios tipos de turismo y teniendo en cuenta que este sitio no posee la capacidad necesaria para los turista que la visita, se hace necesario la implementación del presente proyecto de creación de cabañas para ofrecer en alquiler a los diferentes turista que deseen descansar y disfrutar de los atractivos que ofrece la Mesa de los Santos.

¹⁸ http://www.anella.cat/c/document_library/get_file?folderId=799478&name=DLFE-6607.pdf-
Agosto 2008-(Julio 22 de 2010)

¹⁹ www.eltiempo.com-(Julio 22 de 2010)

²⁰ *Ibid.*

1.3 EVOLUCIÓN DEL SECTOR DE TURISTICO

A partir del excelente comportamiento entre los años 2002 y 2007, e inclusive parte del 2008, ha habido un “boom” de inversión hotelera, no solamente en construcción, sino en remodelación de complejos hoteleros. Son 15.000 nuevas habitaciones que constituyen un crecimiento del 18% de la capacidad instalada. Las inversiones el año 2007 fueron de \$1.027.845.50 millones y para el 2009 se son dinámicos y se basan en tendencias fundamentadas y perspectivas.²¹

Como resultado de la dinámica general registrada en los últimos años, se ha logrado aumentar la ocupación hotelera, uno de los indicadores más representativos del nivel de actividad en el sector. La capacidad hotelera viene en alza desde 1999, año en el que alcanzó uno de los niveles más bajos (39% de ocupación de la capacidad total hotelera); para el año 2005 alcanzó el 54,1%. Para el 2010 se proyecta una ocupación de 61,8%.²²

Adicionalmente se espera una inversión en capital de \$ 9.220.708.54 millones y una generación de 478.000 empleos directos; lo que equivaldría a un crecimiento 2.6% en la creación de empleos.

La proyección a nivel mundial para el año 2020, se estima en 1.56 billones de turistas, con una participación de la región comprendida por Norte, Centro y Sur América de 282 millones de turistas, representando el 18.1% del total del mercado mundial.²³

Igualmente, fue posible establecer, con mayor claridad, la participación de las diversas ramas del sector. Así las cosas, hoy es posible saber que el transporte de pasajeros ocupa el primer lugar en cuanto se refiere al valor agregado que reporta

²¹ [http://webcache.googleusercontent.com-\(Octubre de 07 de 2010\)](http://webcache.googleusercontent.com-(Octubre de 07 de 2010))

²² *Ibíd.*

²³ *Ibíd.*

a la actividad turística, con un 24,9%; seguido de hoteles y alojamientos análogos, con un 20,2%; actividades no específicas (es decir, el resto de bienes y/o servicios que son consumidos por los visitantes, pero que no figuran en la lista de productos específicos del turismo), con un 19,3%; restaurantes, con un 15,3%; industrias conexas del turismo, con un 8,8%; segunda vivienda (casas de vacaciones que son visitadas por uno o más miembros del hogar, para recreo, vacaciones u otras actividades diferentes del ejercicio de una actividad remunerada en ese lugar), con un 4,3%; y servicios culturales y actividades de recreo, con un 3,1%.²⁴

Las expectativas que se tienen en el sector hotelero a nivel nacional y regional son muy alta en cuanto a la construcción de nuevos hoteles, residencia, cabañas y similares y se espera una inversión de \$ 4.934 millones; estas expectativas se basan en las proyecciones de visitas de turistas al país y la región en los próximos años.

1.4 CONTEXTO GEOGRAFICO

El Departamento de Santander está situado al noreste del país en la región andina, entre los 05°42'34" y 08°07'58" de latitud norte, y los 72°26' y 74°32' de longitud oeste. Cuenta con una superficie de 30.537 km² lo que representa el 2.7 % del territorio. Limita por el Norte con los departamentos de Cesar y Norte de Santander, por el Este y por el Sur con el departamento de Boyacá y por el Oeste con el río Magdalena que lo separa de los departamentos de Antioquia y Bolívar.²⁵

El departamento de Santander está dividido en 87 municipios, 2 corregimientos, 477 inspecciones de policía, así como, numerosos caseríos y sitios poblados. Los municipios están agrupados en 37 círculos notariales con 50 notarías, un círculo principal de registro con sede en Bucaramanga y 14 oficinas seccionales, 2

²⁴ <http://www.mincomercio.gov.co>- (Octubre 07 de 2010)

²⁵ www.todacolombia.com/departamentos/Santander.html-(Julio 22 de 2010)

distritos judiciales, Bucaramanga, con 5 cabeceras de circuito judicial en Bucaramanga, Málaga, San Vicente de Chucurí, Zapatoca y Barrancabermeja, y San Gil, con 5 cabeceras de circuito en San Gil, Charalá, Socorro, Puente Nacional y Vélez. El departamento constituye la circunscripción electoral de Santander.²⁶

El municipio de la Mesa de los Santos tiene una extensión de 302 km², y está ubicado a 62 km de distancia de la capital del departamento, y a 33 de la población de Los Curos. Limita por el norte con Girón y Piedecuesta, por el sur con Jordán Sube y Villanueva, por el oriente con Aratoca, y por el occidente con Zapatoca.²⁷

La población de Los Santos es de 11.200 habitantes, de los cuales 1.112 viven en la zona urbana del pueblo, y los restantes 10.088 en zonas rurales aledañas; el Municipio de LOS SANTOS, forma parte la provincia de Soto, se localiza entre las coordenadas planas: X = 1.256.000 m.N a la X = 1.235.000 m.N. y las coordenadas Y= 1.097.000 m.E a la Y = 1.119.000 m.E.

La Cabecera municipal se encuentra localizada geográficamente a 6°45' latitud norte y 73°06' de longitud al oeste con respecto al meridiano de Greenwich. El municipio en estudio cartográficamente corresponde a las planchas topográficas 135-II-B, 135-II-A, 120-IV-D; 120-IV-C, 120-IV-Ha, 120-IV-B, del Instituto geográfico Agustín Codazzi, .IG.A.C. a Escala 1:25.000

La empresa se ubicará en la Vereda La Fuente, finca Bella Vista ubicada a 10 kms del casco urbano del municipio de la Mesa de los Santos y a 10 minutos del club Náutico Acuarela.

²⁶ Ibíd.

²⁷ [http://www.es.wikipedia.org/wiki/Los_Santos_\(Santander\)](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Los_Santos_(Santander)) – (Julio 21 de 2010)

Figura 1. Ubicación de las nuevas cabañas



Fuente: <http://yfrog.com/ecmapadelamesadelossantoskj9j>

1.5 MARCO REFERENCIA LEGAL

Las principales disposiciones que regulan el sector Turismo en Colombia son:

Ley 1101 del 22 de noviembre de 2006, que modifica la Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo). Entre sus objetivos está el incremento de los recursos destinados a la competitividad, el mercadeo y la promoción de la actividad turística a través de un mayor recaudo: se pasará de dos millones de dólares anuales a cerca de 8 millones de euros.²⁸

También se establece que el Registro Nacional de Turismo, actualmente a cargo de la Dirección de Turismo del MCIT, pueda ser manejado por las Cámaras de Comercio del país con el objetivo de agilizar su manejo, dada la infraestructura que éstas tienen. Como medida de fomento a la actividad turística en el país, se establece la devolución a los turistas extranjeros el impuesto sobre las ventas que cancelen por las compras de bienes gravados en el territorio nacional.

²⁸ www.dmsjuridica.com/.../EST%20GENERAL%20DEL%20TURISMO/ESTATUTO%20GENERAL%20DEL%20TURIS.- (Julio 23 de 2010)

Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo), dentro de la cual se enmarca la formulación de políticas y la planeación del sector. Esta Ley establece que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo formulará la política del Gobierno en materia de turismo y ejercerá las actividades de planeación en armonía con los intereses de las regiones y entes territoriales (Art. 12). El artículo 61 estableció el Registro Nacional de Turismo, en el cual deben inscribirse obligatoriamente todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia. La Ley General de Turismo fue reglamentada parcialmente por el Decreto 505 de 1997.

- **Código sustantivo de trabajo.** Artículo 1: Lograr la justicia entre los trabajadores y empleadores.

Artículo 9: El trabajo goza de la protección del Estado en formas previstas en la Constitución Nacional y las leyes.

Artículo 10: Todos los trabajadores son iguales ante la ley.

Artículo 11: Toda persona tiene derecho al trabajo y de escoger profesión y oficio.

- **Constitución Política de Colombia.** Art. 57. La ley podrá establecer los estímulos y los medios para que los trabajadores participen en la gestión de las empresas.

Art. 58. Se garantiza la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores. Cuando de la aplicación de una ley por motivo de utilidad pública o interés social resultaren en conflicto los derechos de los particulares con la necesidad con ella reconocida, el interés privado deberá dar paso al interés público o social.

Art. 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.

La empresa como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

En el sector inmobiliario la falta de normatividad e intervención del Gobierno es necesaria para evitar que los usuarios arriesguen su patrimonio y para que a los agentes les sean reconocidos sus honorarios sin ningún contratiempo.²⁹

Ley 1111 del 27 diciembre de 2006. Por la cual se modifica el estatuto tributario de los impuestos administrados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Art. 62 Exención del impuesto sobre las ventas de servicios.³⁰

Ley 1110 del 27 diciembre de 2006. Por la cual se decreta el Presupuesto de Rentas y Recursos de Capital y la Ley de Apropiaciones para la vigencia fiscal del 1° de enero al 31 de diciembre de 2007. Art. 28 Disposición para bienes inmuebles.

Decreto 2755 del 30 de septiembre de 2003. Por medio del cual se reglamenta el artículo 207-2 de todo el contenido del Estatuto Tributario.

- **Registro nacional de turismo.** El Registro Nacional de Turismo debe actualizarse anualmente. El diligenciamiento de las solicitudes de inscripción y

²⁹[http://www.metrocuadrado.com/contenidom2/consteinmob_m2/muninmob_m2/notasmundoinmobiliario/ARTICULO-WEB-PL_DET_NOT_REDI_M2-2021448.html-12-09-07-\(Julio 23 de 2010\)](http://www.metrocuadrado.com/contenidom2/consteinmob_m2/muninmob_m2/notasmundoinmobiliario/ARTICULO-WEB-PL_DET_NOT_REDI_M2-2021448.html-12-09-07-(Julio 23 de 2010))

³⁰ [http://www.actualicese.com/normatividad/2006-\(Julio 23 de 2010\)](http://www.actualicese.com/normatividad/2006-(Julio 23 de 2010))

actualización del Registro Nacional de Turismo puede realizarse vía Internet. La inscripción en el Registro Nacional de Turismo no tiene fecha; se puede hacer en cualquier época del año. La actualización se realiza del 01 de enero al 30 de abril de cada año. Las que se realizan después de esta fecha son extemporáneas.

Las principales disposiciones reglamentarias del Registro Nacional de Turismo son: Resoluciones 0236 del 2 de febrero de 2005 y 0049 de enero 22 de 2002, que establece que la inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo se hará en forma gratuita

Decreto 2074 del 25 de julio de 2003. Por el cual se modifica el Decreto 504 de 1997, sobre información del Registro Nacional de Turismo.

Decreto 2194 de octubre 27 de 2000. Por el cual se modifica el plazo para la actualización del Registro Nacional de Turismo.

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.

Decreto 504 de 1997. Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo.

1.5.1 Incentivos especiales para el sector turismo. La legislación nacional contempla actualmente importantes incentivos para promover la inversión en el sector turístico, valiendo la pena señalar los siguientes.

- **Exenciones en el impuesto sobre la renta.** La Ley 788 de 2002 estableció exenciones en el pago de impuesto de renta en diferentes sectores de la economía, incluido el sector hotelero. En este sector, la norma citada consagró la

exención de impuestos a la renta por 30 años para la construcción de nuevos hoteles y remodelación o ampliación de hoteles existentes.³¹

Esta Ley entró en vigencia en 2003 y ha estimulado en forma importante las inversiones en el sector hotelero colombiano. Los resultados de este incentivo han sido notables: 69 hoteles nuevos, 1.978 habitaciones nuevas, 3.878 habitaciones remodeladas, y una inversión total de \$ 338.905.574 millones. Por departamentos, San Andrés fue el que registró un mayor número de habitaciones beneficiadas por la ley, seguido por Bogotá, Quindío, Atlántico, Valle del Cauca y Meta.

Se conceden también exenciones de impuesto de rentas exentas por 20 años para proyectos de servicios de ecoturismo certificados por el Ministerio del Medio Ambiente o autoridad competente.

- **Otros beneficios tributarios.** Las normas tributarias establecen otros tratamientos favorables al sector turístico, así:
 - Tarifa diferencial del Impuesto al Valor Agregado, IVA, del 10% para los servicios de alojamiento y hospedaje.
 - Exención del IVA para servicios turísticos prestados a no residentes.
 - Dedución al impuesto de renta del 40% del valor de las inversiones realizadas en activos fijos reales productivos (aplicado a todos los sectores).
 - Exenciones municipales para zonas de desarrollo turístico.
 - La Ley General de Turismo autoriza a los concejos municipales para establecer exenciones en las zonas de desarrollo turístico prioritario, declaradas como tales por los concejos municipales.

- **Programas de financiación.** La Ley 812/03 autorizó a la Financiera de Desarrollo Territorial S.A. (Findeter) a crear línea de crédito para financiar el Plan

³¹ <http://www.rgs.gov.co/noticias->(Julio 23 de 2010)

Sectorial de Turismo. En desarrollo de esta facultades, Findeter cuenta con servicios de financiación a iniciativas de inversión de proyectos turísticos a tasas preferenciales.³²

Otras normas reglamentarias sobre turismo

- **Norma técnica sectorial: NTSH 001.** Establecimientos de alojamiento y hospedaje.

Norma de competencia laboral.

Realización de actividades básicas para la prestación del servicio.³³

- **Norma técnica sectorial: NTSH 002.** Información a clientes, atención de sugerencias y reclamaciones de acuerdo a políticas de servicio.³⁴
- **Norma técnica sectorial: NTSH 003.** Prestación de servicio de recepción y reservas conforme a manuales existentes.
- **Norma técnica sectorial: NTSH 004.** Atención del área de conserjería de acuerdo al manual de procedimientos.
- **Norma técnica sectorial: NTSH 005.** Manejo de valores e ingresos relacionados con la operación del establecimiento.
- **Norma técnica sectorial: NTSH 006.** Clasificación de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje

Categorización por Estrellas de Hoteles

Requisitos Normativos.³⁵

³² Ibid

³³ [http://www.mincomercio.gov.co/econtent-\(Julio 23 de 2010\)](http://www.mincomercio.gov.co/econtent-(Julio 23 de 2010))

³⁴ Ibid

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 General. Realizar un estudio de mercados mediante la recolección y procesamiento de información que permitan determinar los aspectos relacionados con la demanda, la oferta, precio, canales de comercialización, para prestar el servicio de alquiler de cabañas campestres y demás servicios que se deriven del descanso turístico en el municipio de la Mesa de los Santos, ubicado en el departamento de Santander.

2.1.2 Específicos. Establecer con claridad el tipo de servicio que se ofrecerá en las cabañas de la Mesa de los Santos, para quienes estén interesados en alojarse en ellas.

- Determinar cuál es la demanda actual de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos y sus preferencias al momento de adquirir ese tipo de servicios.
- Realizar un análisis sobre la oferta mediante la obtención de información que permita determinar las fortalezas y debilidades de los oferentes y así evaluar el nivel de competitividad del sector.
- Analizar y determinar el perfil del turista por medio del cruce de variables sobre la información recolectada para ofrecer un servicio adecuado y ajustado a las necesidades del cliente.
- Determinar el valor del servicio haciendo un análisis sobre los sistemas de fijación de precios existentes en el mercado con el fin de ofrecer un precio altamente competitivo y conveniente para el turista.

³⁵ Ibid

- Fijar los canales de comercialización adecuados para ofrecer el servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos.
- Implementar programas de publicidad y promoción del servicio a ofrecer y garantizar la consolidación de la empresa en el sector.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

2.2.1 Definición, usos y especificaciones del servicio. El principal servicio a ofrecer es el de alojamiento de confortables cabañas, las cuales tendrán también servicios complementarios para el turista, como:

- Desayuno (incluidos en el servicio)
- Juegos para niños
- Jardín de orquídeas (solo para observar)
- Kiosco y BBQ
- Servicio de llamadas por celular

El proyecto intenta ampliar la oferta turística del alquiler de cabañas en el municipio de los Santos, pero con un valor agregado que no poseen los proyectos turísticos presentes en la zona.

Las cabañas que se alquilan estarán a la disposición del turista los 7 días de la semana, se ofrecerán con servicios que ampliarán el confort de las personas alojadas en ellas, tales como: servicio de llamadas telefónicas, Servicio de T.V, agua caliente, desayuno incluido, closet con ganchos para ropa, juegos para niños como culumpios, resbaladeros y calentador de agua.

Las cabañas se encuentran ubicadas en un sector muy cercano al centro de la Mesa de los Santos, en el cual dispondrán también de los demás atractivos que

ofrece el sector, principalmente los ofrecidos en el Parque Nacional del Chicamocha, PANACHI y en el club náutico y de pesca ACUARELA.

Características técnicas de diseño de las cabañas, que estarán distribuidas de la siguiente manera.

Cuadro 3. Capacidad de cabañas

5 CABAÑAS FAMILIARES 62m²	5 CABAÑAS MATRIMONIALES 42m²
2 cuartos con closet	1 cuarto con closet
1 baño	1 baños
1 cocina	1 cocina
Sala comedor	Sala comedor
Capacidad 5 a 6 personas	Capacidad 2 personas

Dotadas con los siguientes servicios públicos

Energía eléctrica Agua potable

Gas TV cable

Los materiales con los que se construirá son los siguientes:

Pisos: Madera

Techos: Madera y teja de barro

Paredes: Madera, Arcilla, Cemento

Bases: Hierro colado y Cemento

Puertas y ventanas: Madera y vidrio de seguridad

Escaleras: Madera y hierro colado

Algunos acabados serán enchapados con estuco y arcilla artesanal

A continuación se muestran imágenes del lote donde se construirán las cabañas, terreno tiene una extensión de 2 hectáreas.

Figura 2. Lote donde se construirán las cabañas



Fuente: Autores del proyecto

Figura 3. Lote donde se construirán las cabañas



Fuente: Autores del proyecto

Figura 4. Lote donde se construirán las cabañas decisión



Fuente: Autores del proyecto

Figura 5. Lote donde se construirán las cabañas



Fuente: Autores del proyecto

NOTA: Se aclara que las anteriores figuras corresponden al mismo lote, solo que fueron tomadas desde diferentes ángulos.

2.2.2 Servicios sustitutos. Actualmente se ofrece el servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de Santos, dotados de lo necesario para que los huéspedes puedan descansar y disfrutar de su estancia en ellas.

2.2.3 Servicios complementarios. El proyecto se define como un referente para el descanso y ocio turístico, en el cual además de contar con el servicio principal, que es el alquiler de cabañas campestres, estas también ofrecerán los siguientes servicios para el bienestar integral del turista incluido con el alquiler de la misma.

Estos servicios son:

- **Servicios Generales**
 - Servicio de llamadas por celular
 - Servicio de T.V. en el cuarto
 - Agua caliente
 - Desayuno incluido
 - Closet con ganchos para ropa
 - Juegos de Mesa (Ajedrez, Parques, Escalera)
 - Amahacas

- **Juegos para niños**
 - Columpios
 - Resbaladeros

2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia

La empresa dedicada al servicio de alquiler cabañas en la Mesa de los Santos, pretende ofrecer un servicio integral, buscando que el turista se sienta como en su casa, que no tenga la necesidad de salir del sector para encontrar servicios adicionales, el cual genera cierta incomodidad y no permite disfrutar en pleno de la vacaciones o descanso.

- Al desarrollar esta idea de negocios se satisface la demanda de turistas que requieren los servicios de alquiler de confortables cabañas campestres.
- Los servicios se ofrecerán los 7 días de la semana.
- Actualmente la competencia ofrece estos servicios de forma temporal, con el presente proyecto se ofrecerá por el tiempo que el cliente lo necesite.
- Las cabañas estarán instaladas a pocos metros del casco urbano y circunvecino con los clubes de la zona.
- Se brinda un servicio que incluye todas las comodidades propias del servicio, como desayuno, agua caliente, juegos para niños, BBQ y kiosco para zona social.
- Con el desarrollo de este proyecto se está fomentado el hospedaje en la región, teniendo en cuenta que esta posee sitios turísticos con grandes atractivos para disfrutar en familia.
- También se generará nuevos empleos, el desarrollo social aportando recursos al Municipio que ayuden a mejorar el nivel de vida de la comunidad general.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. El mercado potencial está compuesto por todas las personas adultas de la ciudad de Bucaramanga y área metropolitana, los turistas que diariamente confluyen hacia el departamento de Santander, provenientes de otras zonas del país, los cuales tienen un grado de interés por el ecoturismo y el turismo de aventura, así mismo el turismo de descanso.

2.3.2 Mercado objetivo. El mercado objetivo de esta investigación está compuesto por los hogares de los estratos tres y cuatro de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana que estén interesados en alquilar cabañas confortables con servicio integral en la Mesa de los Santos, sitio predilecto para el descanso, ya sea en vacaciones o en fines de semana.

2.4 LA DEMANDA

2.4.1 Investigación de mercados

2.4.1.1 Planteamiento del problema. En la actualidad el turismo en Santander ha tenido un crecimiento muy notorio, ya que se cuenta con lugares donde se puede disfrutar de mucha tranquilidad, de la naturaleza, lugares históricos y deportes extremos, con una gran diversidad en el entorno muy diferente a lo que se estaba acostumbrado con respecto al turismo en Colombia, lo normal era visitar la costa, pero hoy en día eso ha cambiado notoriamente hay muchos más destinos turísticos y con excelentes servicios para lograr las vacaciones deseadas por el turista.

Entre los años 2009 y 2010, Santander presentó un importante crecimiento en el número de visitantes nacionales y extranjeros, pasando de 12.413 a 17.564, lo cual equivale a un aumento del 41,5%, con respecto a los años anteriores.³⁶

Actualmente en el municipio de la mesa de los santos se encuentran construidas aproximadamente 658 cabañas campestres, de las cuales solo el 33% ofrece los servicios de alquiler con fines de descanso turístico, el 67% restante está repartido en cabañas destinadas a uso temporal de particulares y uso residencial de pensionados o pobladores de la zona.³⁷

³⁶ <http://www.mincomercio.gov.co>-(Julio 23 de 2010)

³⁷ Diario informativo, El nuevo día, Sección: hotelería y turismo, infraestructura-hotelería en Santander, 2009-(Julio 23 de 2010)

El número de turistas supera los 15.546 al mes, de los cuales el 70%, confluye los fines de semana.³⁸

La nueva empresa ofrecerá cabañas dotadas de todo lo necesario para la comodidad del turista y servicios adicionales, que las cabañas en alquiler actuales no ofrecen, y eso se puede contactar en internet en los paquetes que ofrecen las empresas actuales dedicadas al alquiler de cabañas.

El 33% de las cabañas construidas en la zona y que ofrecen los servicios de alojamiento y descanso, solo tienen capacidad para cubrir el 10% de la demanda, lo que conlleva a los turistas a organizar su propio espacio de descanso en improvisadas carpas al aire libre, exponiéndolos a los peligros de la naturaleza y del clima.³⁹

Teniendo en cuenta que en la actualidad solo se cubre el 10% de demanda de alquiler de cabañas, se ve la necesidad de construir nuevas cabañas con servicios adicionales a las ya existentes, el cual permitan que los turistas se sienta más atraído por el servicio que la nueva empresa prestará, siendo más competitivos en el mercado.

Con este proyecto se quiere generar una propuesta que aumente la oferta de sitios para alojarse, pero se aclara que no la cubre en su totalidad, ya que para iniciar el proyecto solo se piensan construir cinco cabañas matrimoniales y cinco familiares, con algunos servicios adicionales que ya han sido mencionados para ser más atractivos el alojamientos en las nuevas cabañas.

³⁸ *Ibíd.*

³⁹ *Ibíd.*

2.4.1.2 Necesidades de información

- Número de turistas que entran al departamento de Santander y al municipio de los Santos.
- Servicios que solicitan los turistas en su periodo de descanso
- Número de visitantes con respecto al número de lugares de descanso habilitados.
- Tiempo que permanecen los turistas en los sitios de descanso proporcionados.
- Cantidad de personas por hotel o por cabañas que confluyen para el alquiler.
- Cantidad de cabañas que en la actualidad prestan el servicio de alquiler.
- Medios de comunicación por el cual las personas se enteran de los servicios turísticos.

2.4.1.3 Ficha técnica

Tipo de investigación	Corresponde a un estudio exploratorio y descriptivo, que tiene como objetivo formular un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis del servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos.
Método de investigación	Deductivo, permite ver las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelvan explícitas. Esto es que a partir de situaciones generales se lleguen a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general. Así, de la teoría general acerca del fenómeno o situación, se explican hechos o situaciones particulares.
Fuentes de información	Las fuentes utilizadas para el desarrollo de la presente investigación serán de dos tipos: Las primarias y las secundarias. Las fuentes primarias estarán constituidas por la población a estudiar y el servicio de alquiler de hoteles y cabañas. Las fuentes secundarias de estudios previos serán, archivos, documentos y textos encontrados en el DANE, Cámara de Comercio de Bucaramanga, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el SENA y en Internet.

Técnicas de recolección de información	Cuestionario: Cuestionario dirigido a personas (Véase anexo A).
Instrumento	Cuestionario estructurado ver ANEXO A.
Modo de aplicación	Aplicación dirigida de la encuesta (encuestador-encuestado).
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	Hogares de los estratos 3 y 4 de Bucaramanga y su área Metropolitana Fuente: Electrificadora de Santander
Proceso de muestreo	<p>Muestreo estratificado para los estratos 3 y 4 con nivel de error del 6% a un nivel de confianza del 95%.</p> $n = \frac{Z^2 (p)(q) N}{(N - 1) e^2 + Z^2 (p)(q)}$ <p>Z: Nivel de confianza Z = 1,96 N = Tamaño de la población N = 125.860 hogares p = Probabilidad de éxito 50% p = 0.5 q = Probabilidad de error 50% q = 0.5 e = Error estimado 6% e = 0.06 (se toma 0.06 como nivel de error, ya que se desea tomar una muestra más pequeña de los consumidores.)⁴⁰</p>

⁴⁰ Estadística para Administración y Economía – Conceptos y Aplicaciones William J. Stevenson. Pág. 547

	$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5) (124.475)}{(124.475 - 1) (0,06)^2 + (1,96)^2 (0,5)(0,5)}$ <p>n = 266,64 \approx 267 Encuesta a los hogares de los estratos 3 y 4.</p> <p>Hogares de Bucaramanga y su área metropolitana total 124.475, se tomará una muestra de 267 encuestas que corresponde a un 21%.</p> <p>En el estrato 3 se aplicaron 137 encuestas que representan un 51%.</p> <p>En el estrato 4 aplicaron 130 encuestas que representan un 49%</p>																																																
Marco muestral	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Municipio</th> <th>Estrato 3</th> <th>Estrato 4</th> <th># de hogares</th> <th># de encuestas estrato 3</th> <th># de encuestas estrato 4</th> <th>Porcentaje estrato 3</th> <th>Porcentaje estrato 4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bucaramanga</td> <td>32.138</td> <td>39.918</td> <td>72.056</td> <td>67</td> <td>73</td> <td>25%</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Floridablanca</td> <td>19.395</td> <td>8.891</td> <td>28.286</td> <td>30</td> <td>37</td> <td>11%</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Girón</td> <td>8.759</td> <td>591</td> <td>9.350</td> <td>17</td> <td>7</td> <td>7%</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Piedecuesta</td> <td>13.907</td> <td>876</td> <td>14.783</td> <td>23</td> <td>13</td> <td>8%</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>74.199</td> <td>50.276</td> <td>124.475</td> <td>137</td> <td>130</td> <td>51%</td> <td>49%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: Electrificadora de Santander</p>	Municipio	Estrato 3	Estrato 4	# de hogares	# de encuestas estrato 3	# de encuestas estrato 4	Porcentaje estrato 3	Porcentaje estrato 4	Bucaramanga	32.138	39.918	72.056	67	73	25%	27%	Floridablanca	19.395	8.891	28.286	30	37	11%	14%	Girón	8.759	591	9.350	17	7	7%	3%	Piedecuesta	13.907	876	14.783	23	13	8%	5%	Total	74.199	50.276	124.475	137	130	51%	49%
Municipio	Estrato 3	Estrato 4	# de hogares	# de encuestas estrato 3	# de encuestas estrato 4	Porcentaje estrato 3	Porcentaje estrato 4																																										
Bucaramanga	32.138	39.918	72.056	67	73	25%	27%																																										
Floridablanca	19.395	8.891	28.286	30	37	11%	14%																																										
Girón	8.759	591	9.350	17	7	7%	3%																																										
Piedecuesta	13.907	876	14.783	23	13	8%	5%																																										
Total	74.199	50.276	124.475	137	130	51%	49%																																										
Alcance	Ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.																																																
Tiempo de aplicación	Julio de 2010																																																

Fuente: Méndez. A. Carlos E. Metodología Diseño y desarrollo del proceso de investigación-(ficha)

2.4.1.4 Tabulación, presentación y análisis de resultados. Este proceso se inicia recolectando la información por medio de una encuesta que se realizará a la población objeto de la investigación, después se recibirán los cuestionarios, se

verificará la información y se ordenará de acuerdo a la clases de respuestas que se dieron, luego de ordenar los cuestionarios es necesario codificar la información mediante el estudio de los porcentajes de acuerdo a la pregunta, destacando la de mayor y la de menor relevancia, examinando cada una de las preguntas por separado a lo cual se llegará a una descripción más completa de las mismas.

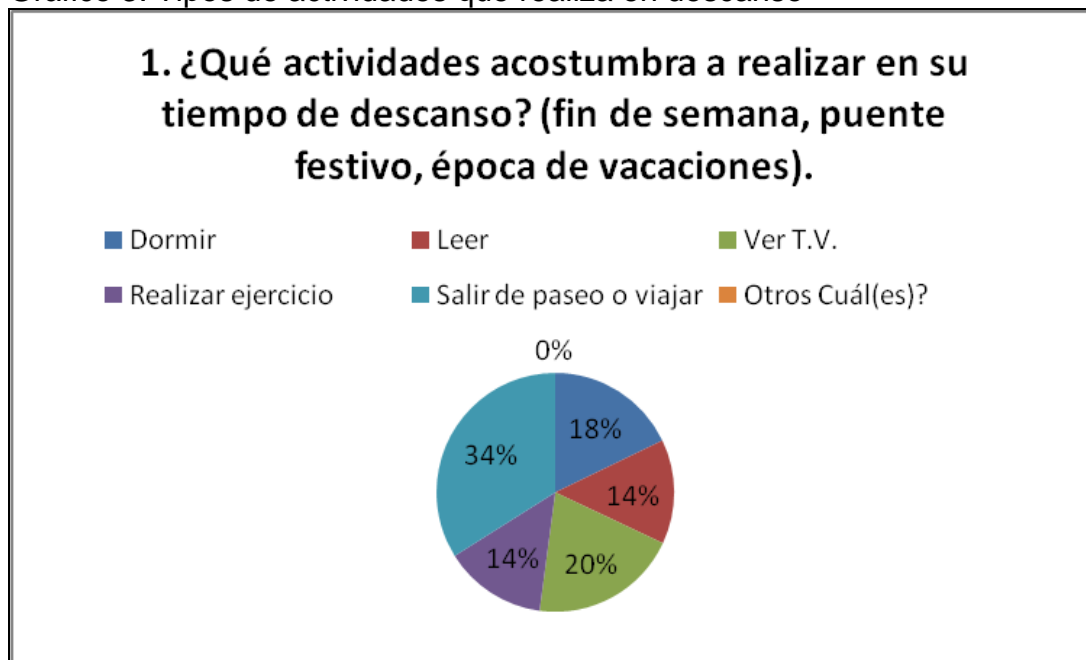
Se aclara que en las preguntas con respuestas múltiples los porcentajes son obtenidos de cada una de las respuestas dividido en la suma total de respuestas obtenidas. Se presentarán conclusiones y resultados en tablas y gráficas donde se especificara los datos obtenidos en la encuesta, para su mayor comprensión.

Cuadro 4. Tipos de actividades que realiza en descanso

1. ¿Qué actividades acostumbra a realizar en su tiempo de descanso? (fin de semana, puente festivo, época de vacaciones).	#	%
Salir de paseo o viajar	192	34%
Ver T.V.	114	20%
Dormir	101	18%
Leer	80	14%
Realizar ejercicios	79	14%
Otro Cuál?	0	0%
TOTAL DE RESPUESTAS MÚLTIPLES	566	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 3. Tipos de actividades que realiza en descanso



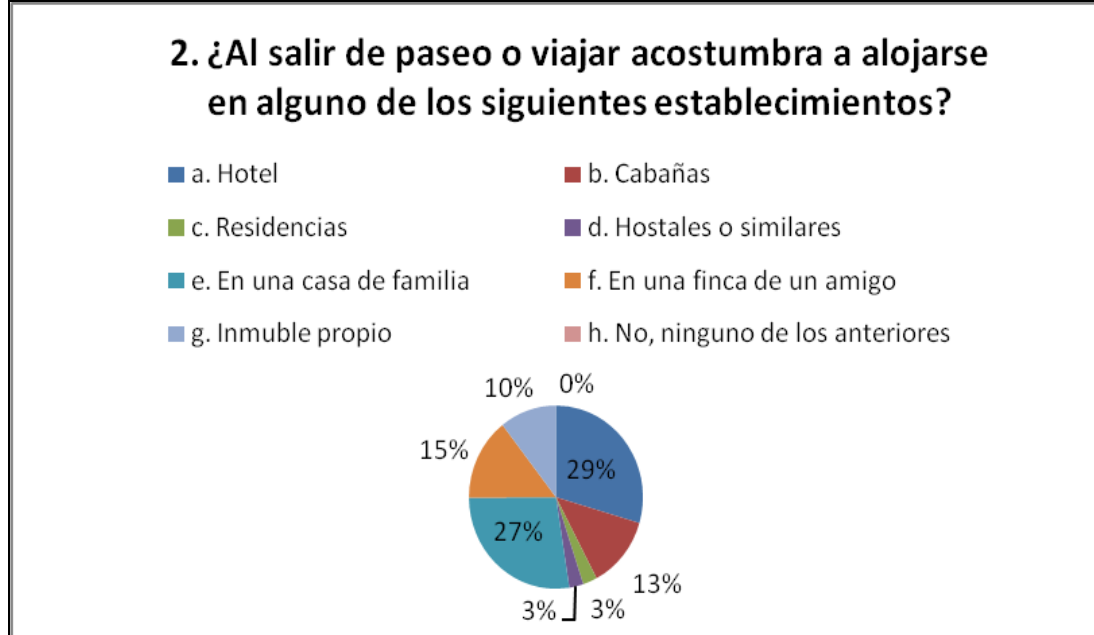
Como se puede evidenciar en la gráfica 4, un 34% de los hogares encuestados decide salir de viajes en épocas de descanso y/o vacaciones, lo cual demuestra que las personas les gusta salir de su entorno cotidiano y aprovechar las diferentes ofertas turísticas que hay en el país.

Cuadro 5. Sitio donde se aloja cuando viaja

2. ¿Al salir de paseo o viajar acostumbra a alojarse en alguno de los siguientes establecimientos?	#	%
a. Hotel	79	29%
b. Cabañas	34	13%
c. Residencias	7	3%
d. Hoteles o similares	7	3%
e. En una casa de familia	73	27%
f. En una finca de un amigo	39	15%
g. Inmueble propio	28	10%
h. No, ninguno de los anteriores	0	0%
TOTAL DE RESPUESTAS MÚLTIPLES	267	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 4. Sitio donde se aloja cuando viaja



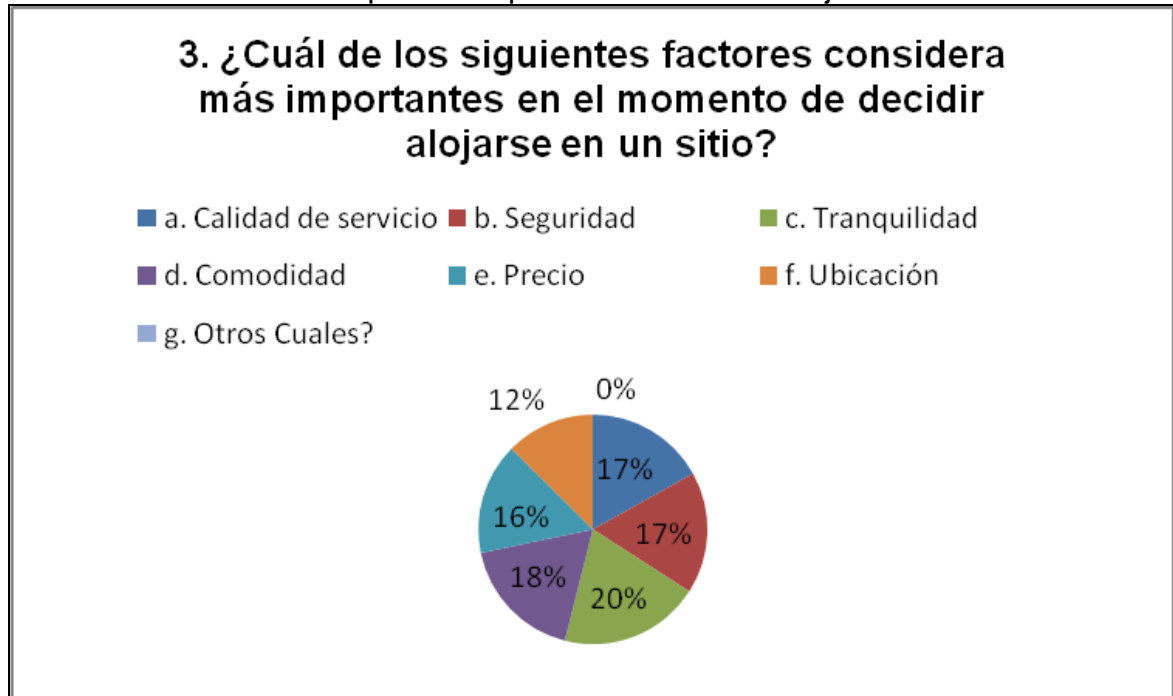
De los hogares encuestados el 29% manifestó que se hospedaba en un hotel, un 27% se hospeda en casas de amigos y un 13% en cabañas, lo cual permite inferir que las cabañas se están convirtiendo en una buena opción de alojamiento cuando se sale de viaje y/o paseo, lo que permite afirmar las posibilidades de éxito de este proyecto.

Cuadro 6. Factores de importancia para decidir dónde alojarse

3. ¿Cuál de los siguientes factores considera más importantes en el momento de decidir alojarse en un sitio?	#	%
a. Calidad del servicio	93	17%
b. Seguridad	95	17%
c. Tranquilidad	109	20%
d. Comodidad	98	18%
e. Precio	87	16%
f. Ubicación	69	12%
g. Otro Cuál?	0	0%
TOTAL DE RESPUESTAS MÚLTIPLES	551	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 5. Factores de importancia para decidir dónde alojarse



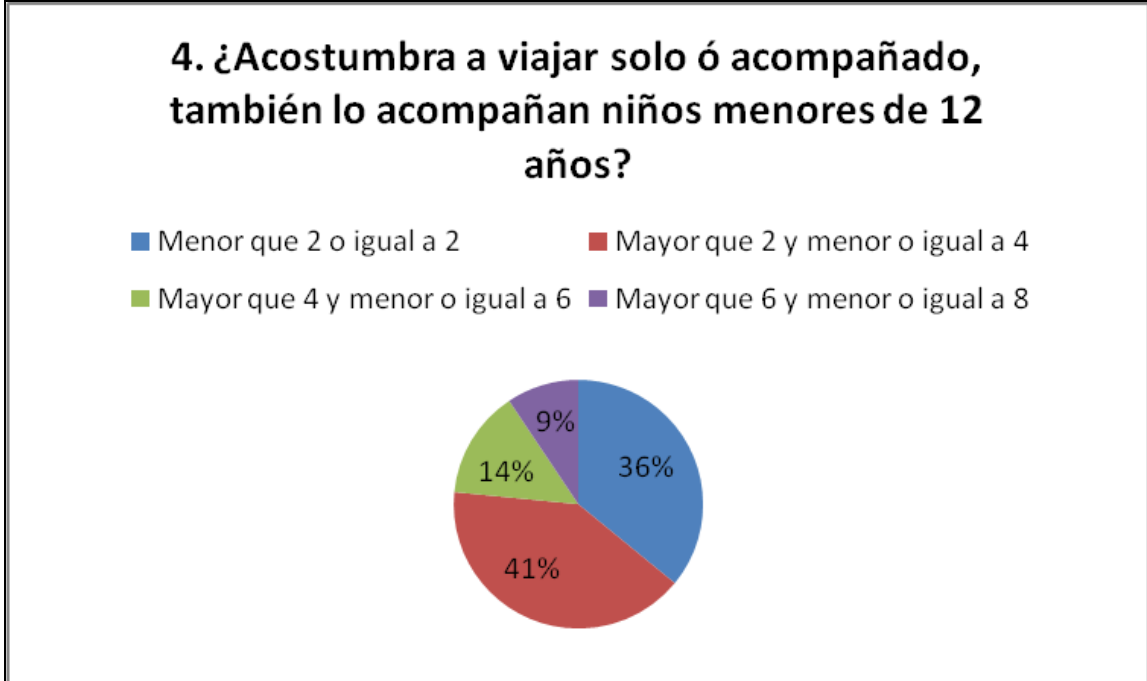
Uno de los factores que según el criterio de los hogares encuestados debe ser de mayor importancia al momento de escoger un sitio donde descansar es la tranquilidad, representado en un 20%, ya que de esta forma se puede descansar a plenitud en vacaciones o tiempo de descanso.

Cuadro 7. Viaja solo o acompañado

4. ¿Acostumbra a viajar solo ó acompañado, también lo acompañan niños menores de 12 años?	#	%	PROMEDIO
Menor que 2 o igual a 2	69	36%	0,72
Mayor que 2 y menor o igual a 4	78	41%	1,23
Mayor que 4 y menor o igual a 6	27	14%	0,7
Mayor que 6 y menor o igual a 8	18	9%	0,63
TOTAL	192	100%	3,28

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 6. Viaja solo o acompañado



Los estratos 3 y 4, como lo demuestra la anterior gráfica manifiestan que viajan acompañados en promedio de 3 personas, esto quiere decir que la mayoría de los viaje de descanso son en familia.

Cuadro 8. Número de niños menores de 12 años

4.1 ¿Número de niños menores de 12 años?	#	%
Ninguno	78	41%
Uno	59	31%
Dos	26	13%
Tres	10	5%
Mayor a 3	19	10%
TOTAL	192	100%

Fuente: Autores proyecto

Gráfico 7. Número de niños menores de 12 años



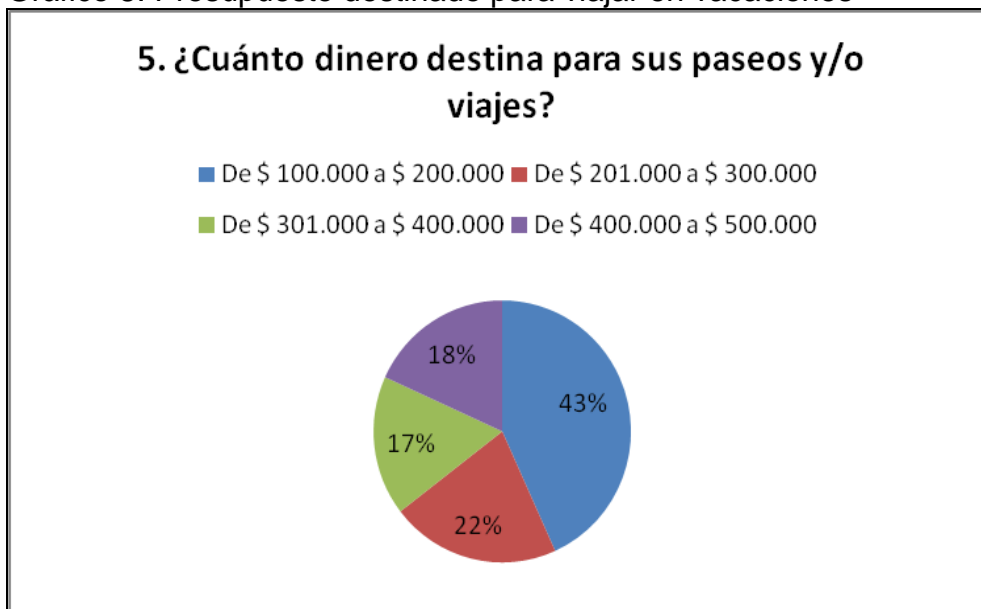
Como se puede observar en la gráfica 8 el 41% de los encuestados afirma que viaja sin niños menores de 12 años, pero hay un 31% que si viaja en compañía de niños, el cual hace necesario ofrecer juegos para niños alrededor de las cabañas, el cual las hace más atractiva para los turistas que tienen niños.

Cuadro 9. Presupuesto destinado para viajar en vacaciones

5. ¿Cuánto dinero destina para sus paseos y/o viajes?	#	%	PROMEDIO
De \$ 100.000 a \$ 200.000	83	43%	\$ 64.500
De \$ 201.000 a \$ 300.000	41	22%	\$ 55.110
De \$ 301.000 a \$ 400.000	33	18%	\$ 63.090
De \$ 401.000 a \$ 500.000	35	17%	\$ 76.585
TOTAL	192	100%	\$ 259.285

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 8. Presupuesto destinado para viajar en vacaciones



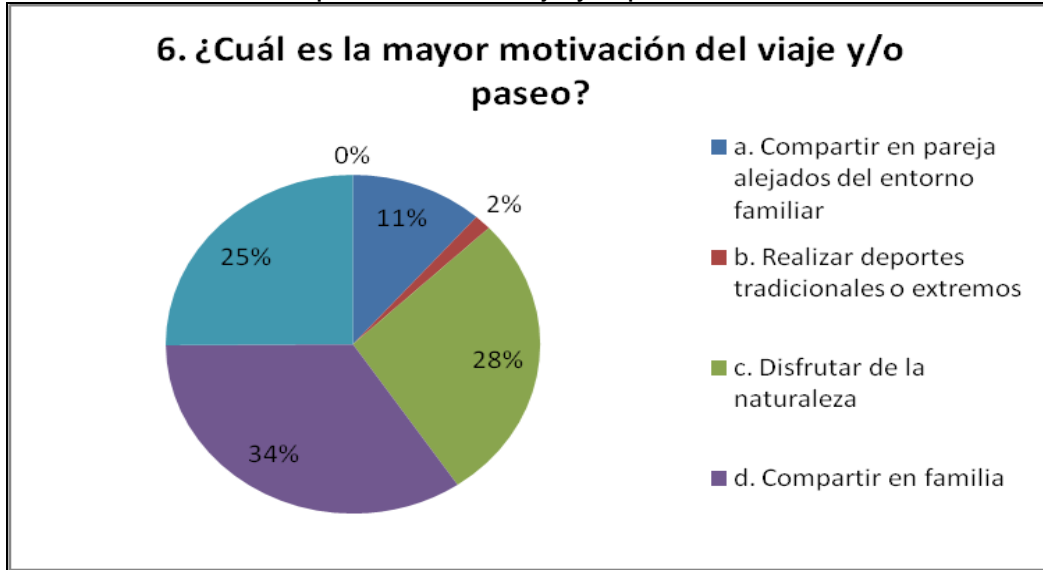
De acuerdo a la anterior gráfica los hogares encuestados manifiestan que invierten en promedio \$ 259.285 en viajes para salir en épocas de vacaciones o periodos de descansos.

Cuadro 10. Motivación para salir de viaje y/o paseo

6. ¿Cuál es la mayor motivación del viaje y/o paseo?	#	%
a. Compartir en pareja alejado del entorno familiar	31	11%
b. Realizar deportes tradicionales o extremos	4	2%
c. Disfrutar de la naturaleza	75	28%
d. Compartir en familia	93	34%
e. Combatir el stress	68	25%
f. Otro cuales?	0	0%
TOTAL DE RESPUESTAS MÚLTIPLES	271	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 9. Motivación para salir de viaje y/o paseo



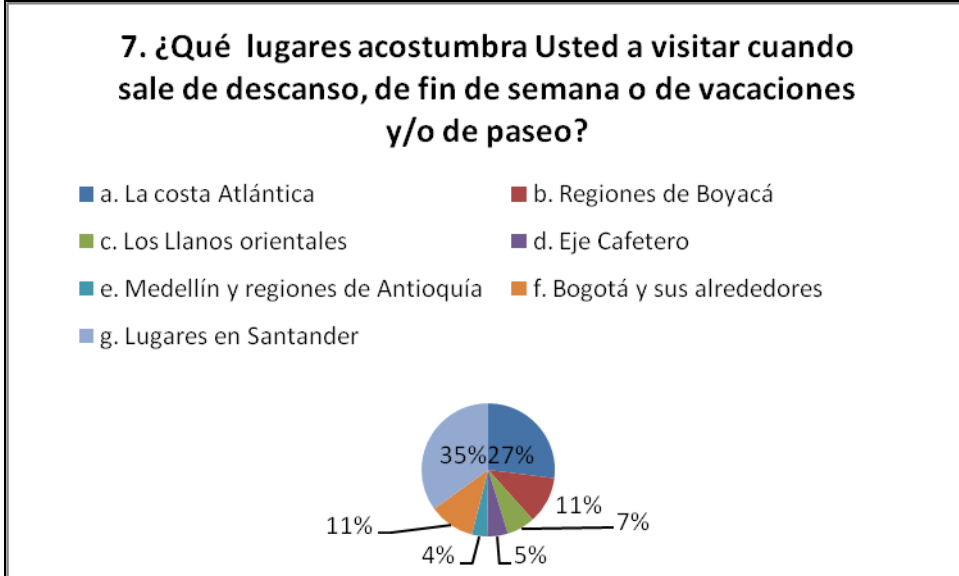
Como se puede evidenciar en la gráfica 10 el 34% de los hogares manifiestan que la mayor motivación de realizar un viaje y/o paseo es compartir en familia, seguido con un 28% es disfrutar de la naturaleza, factor que hace más atractivo al proyecto.

Cuadro 11. Lugares para visitar en vacaciones

7. ¿Qué lugares acostumbra Usted a visitar cuando sale de descanso, de fin de semana o de vacaciones y/o de paseo?	#	%
a. La Costa Atlántica	102	27%
b. Regiones de Boyacá	43	11%
c. Los Llanos orientales	26	7%
d. Eje cafetero	19	5%
e. Medellín y regiones de Antioquía	14	4%
f. Bogotá y sus alrededores	42	11%
g. Lugares de Santander	132	35%
TOTAL DE RESPUESTAS MÚLTIPLES	378	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 10. Lugares para visitar en vacaciones



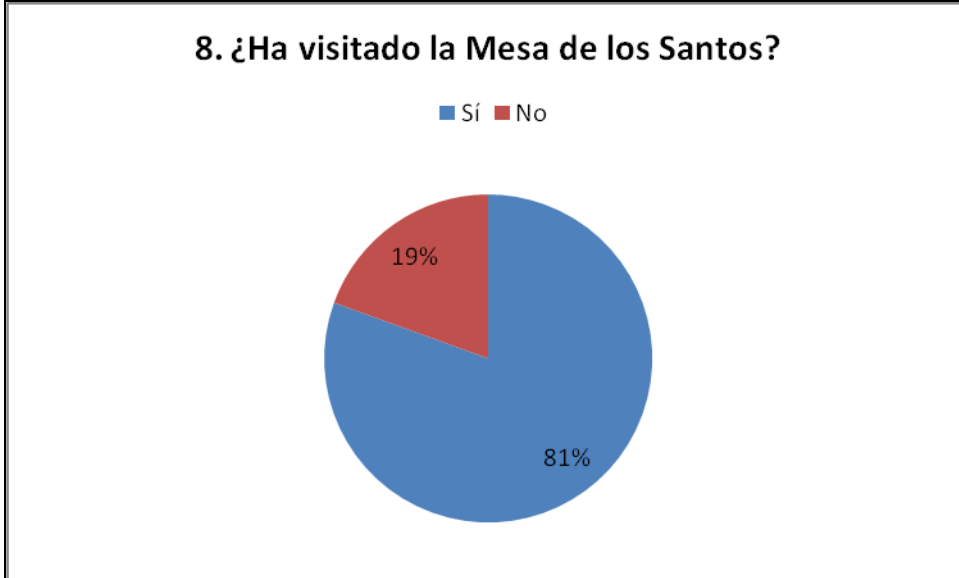
De los lugares para disfrutar de unas vacaciones y/o paseo, el más apetecido por los hogares son los lugares en Santander 35%, seguido de 27% es la Costa Atlántica como se observa en la grafica.

Cuadro 12. Lugares en Santander que visita

8. ¿Ha visitado la Mesa de los Santos?	#	%
Sí	215	81%
No	52	19%
TOTAL	267	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 11. Lugares en Santander que visita



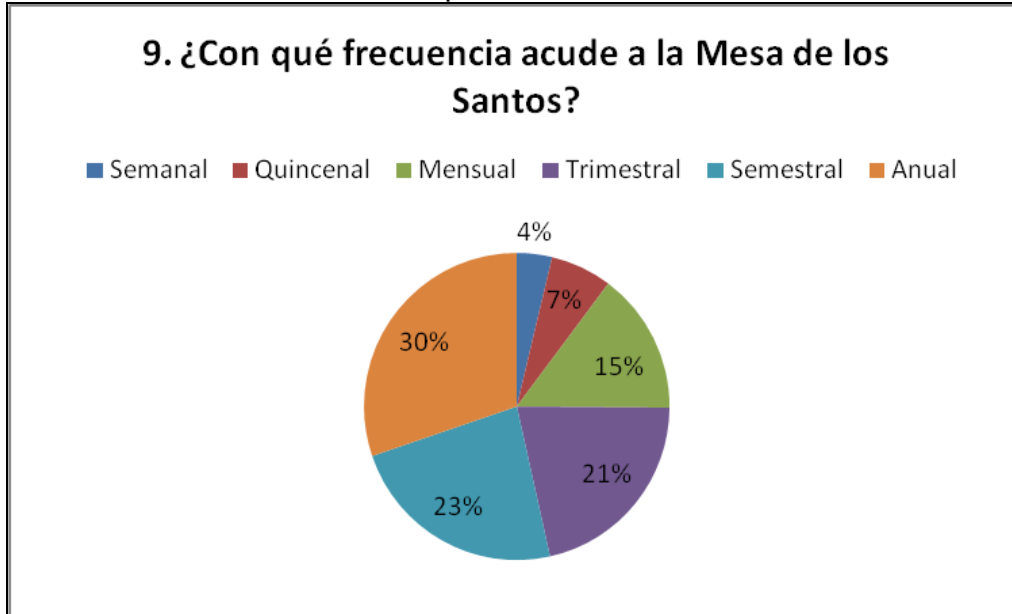
El 81% de los hogares encuestados afirma haber visitado el municipio de la Mesa de los Santos, el cual favorece la creación de la nueva empresa de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos.

Cuadro 13. Frecuencia con la que acude a la Mesa de los Santos

9. ¿Con qué frecuencia acude a la Mesa de los Santos?	#	%	PROMEDIO
Semanal (8 días)	8	4%	0,32
Quincenal (15)	14	7%	1,05
Mensual (30)	32	15%	4,5
Trimestral (90)	46	21%	18,9
Semestral (180)	50	23%	41,4
Anual (360)	65	30%	108
TOTAL	215	100%	174,17

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 12. Frecuencia con la que acude a la Mesa de los Santos



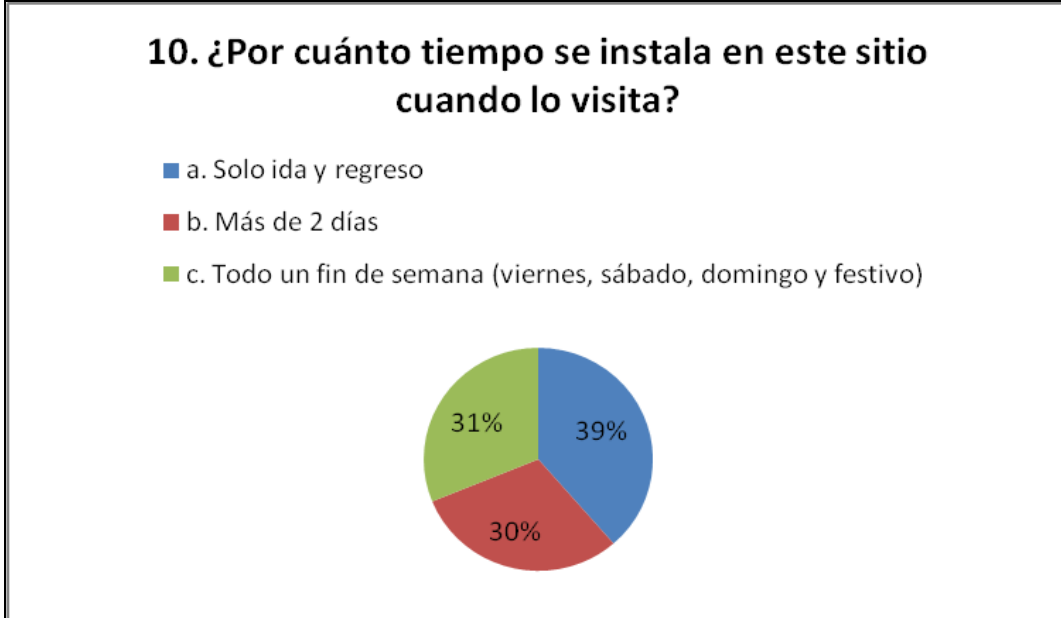
En la gráfica anterior se puede evidenciar que el promedio de los hogares encuestados visita la Mesa cada 174 días del año, lo que significa que van por lo menos dos veces al año a la Mesa de los Santos.

Cuadro 14. Tiempo que se instala en la Mesa de los Santos

10. ¿Por cuánto tiempo se instala en este sitio cuando lo visita?	#	%
Solo de ida y regreso	83	39%
Más de 2 días	65	30%
Todo un fin de semana (viernes, sábado, domingos y festivos)	67	31%
TOTAL	215	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 13. Frecuencia con la que acude a la Mesa de los Santos



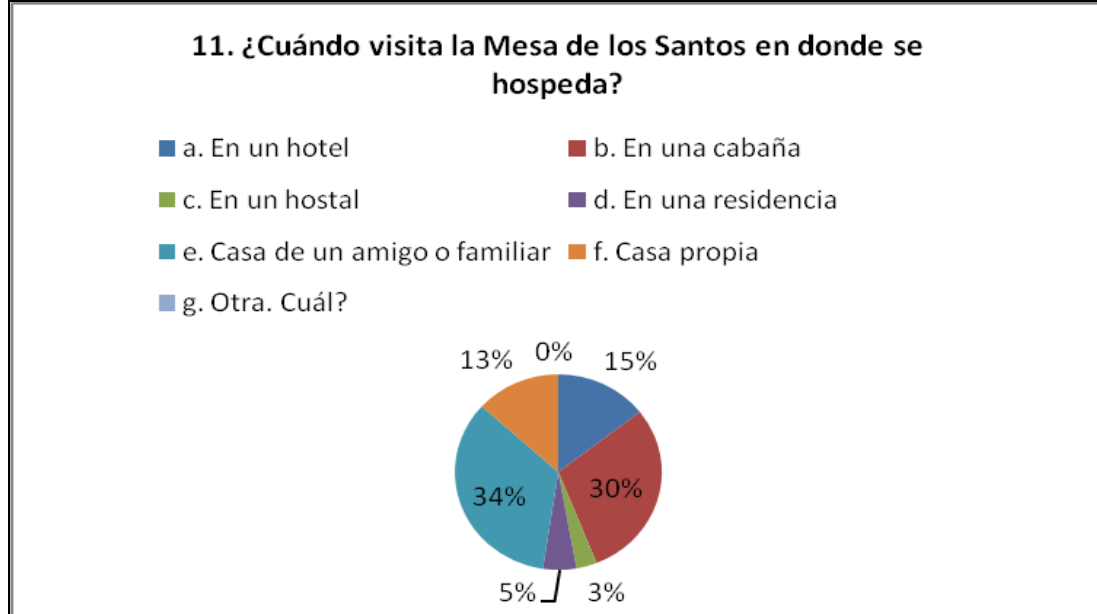
De los hogares encuestados que visitan la Mesa de los Santos el 39% visita solo de ida y regreso para disfrutar de sus vacaciones y 31% se instala por todo un fin de semana, lo que significa que ellos buscan un lugar para hospedarse durante su permanencia en este sitio.

Cuadro 15. Lugar escogido para alojarse cuando viaja

11. ¿Cuándo visita la Mesa de los Santos en donde se hospeda?	#	%
a. En un hotel	36	15%
b. En una cabaña	74	30%
c. En un hostal	8	3%
d. En una residencia	13	5%
e. Casa de un amigo o familiar	86	34%
f. Casa propia	33	13%
g. Otra. Cuál?	0	0%
TOTAL DE RESPUESTAS MÚLTIPLES	250	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Gráfico 14. Lugar escogido para alojarse cuando viaja



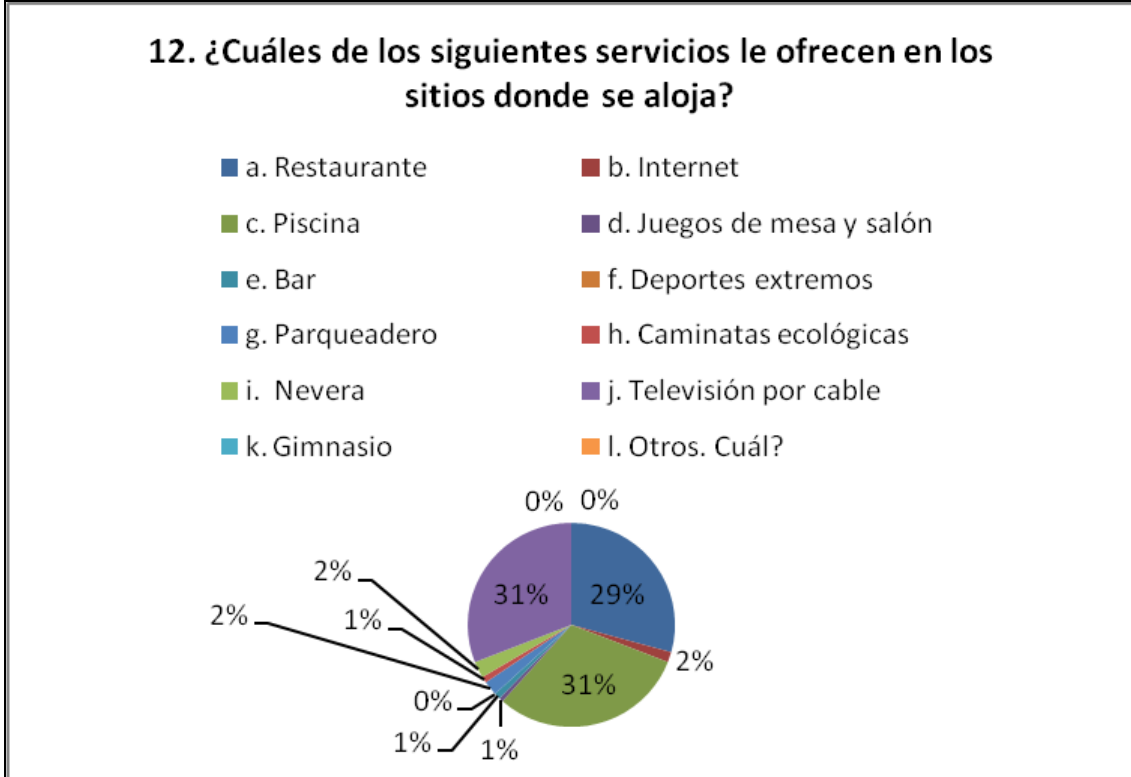
El 34% de los hogares encuestados se hospeda en casa de un amigo o familiar, un 30% en cabañas, se puede entonces evidenciar que hay buena preferencia por cabañas para alojarse en temporada de vacaciones, y para la nueva empresa esto se convierte en una gran oportunidad de introducirse en este mercado.

Cuadro 16. Servicios ofrecidos en los sitios donde se aloja

12. ¿Cuáles de los siguientes servicios le ofrecen en los sitios donde se aloja?	#	%
a. Restaurante	90	29%
b. Internet	5	2%
c. Piscina	94	31%
d. Juegos de mesa y salón	2	1%
e. Bar	3	1%
f. Deportes extremos	0	0%
g. Parqueadero	7	2%
h. Caminatas ecológicas	3	1%
i. Nevera	8	2%
j. Televisión por cable	95	31%
k. Gimnasio	0	0%
l. Otros. Cuál?	0	0%
TOTAL DE RESPUESTAS MÚLTIPLES	307	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 15. Servicios ofrecidos en los sitios donde se aloja



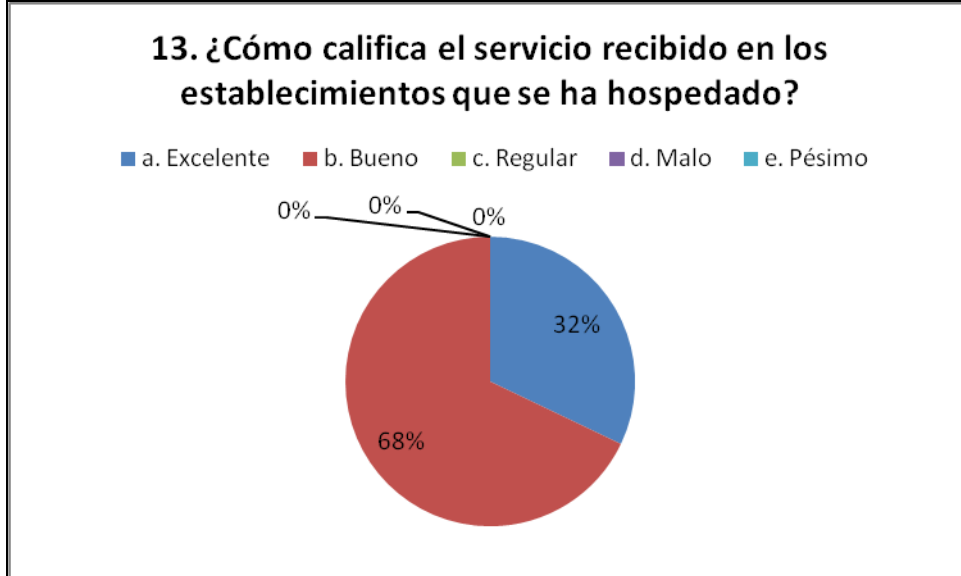
Los hogares manifiestan que el servicio que más le ofrecen en los sitios donde se alojan es tener televisión por cable y piscina, representado en un 31%, seguido de restaurante con un 29%.

Cuadro 17. Calificación del servicio recibido en los lugares donde se hospeda

13. ¿Cómo califica el servicio recibido en los establecimientos que se ha hospedado?	#	%
Excelente	69	32%
Bueno	146	68%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
Pésimo	0	0%
TOTAL	215	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 16. Calificación del servicio recibido en los lugares donde se hospeda



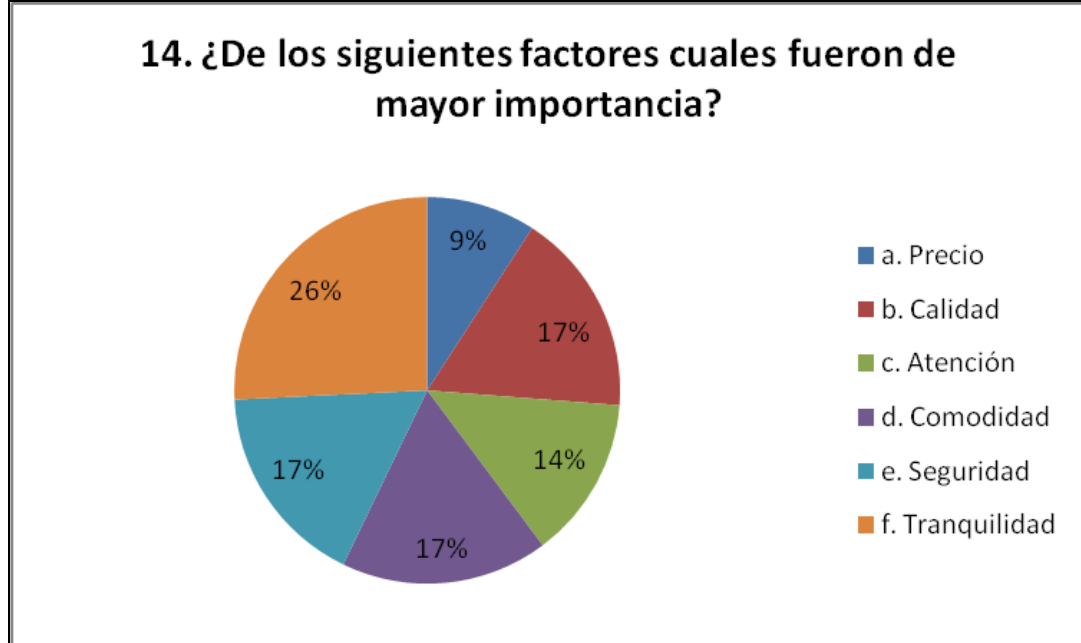
Como se demuestra en la grafica el 68% de los hogares encuestados manifiesta que el servicio recibido en los sitios donde se han hospedado es bueno y el 32% considera que el servicio ofrecido por eso lugares ha sido excelente.

Cuadro 18. Factores de mayor importancia para alojarse en un lugar

14. ¿De los siguientes factores cuales fueron de mayor importancia?	#	%
a. Precio	39	9%
b. Calidad	73	17%
c. Atención	58	14%
d. Comodidad	74	17%
e. Seguridad	73	17%
f. Tranquilidad	110	26%
TOTAL DE RESPUESTAS MÚLTIPLES	427	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 17. Factores de mayor importancia para alojarse en un lugar



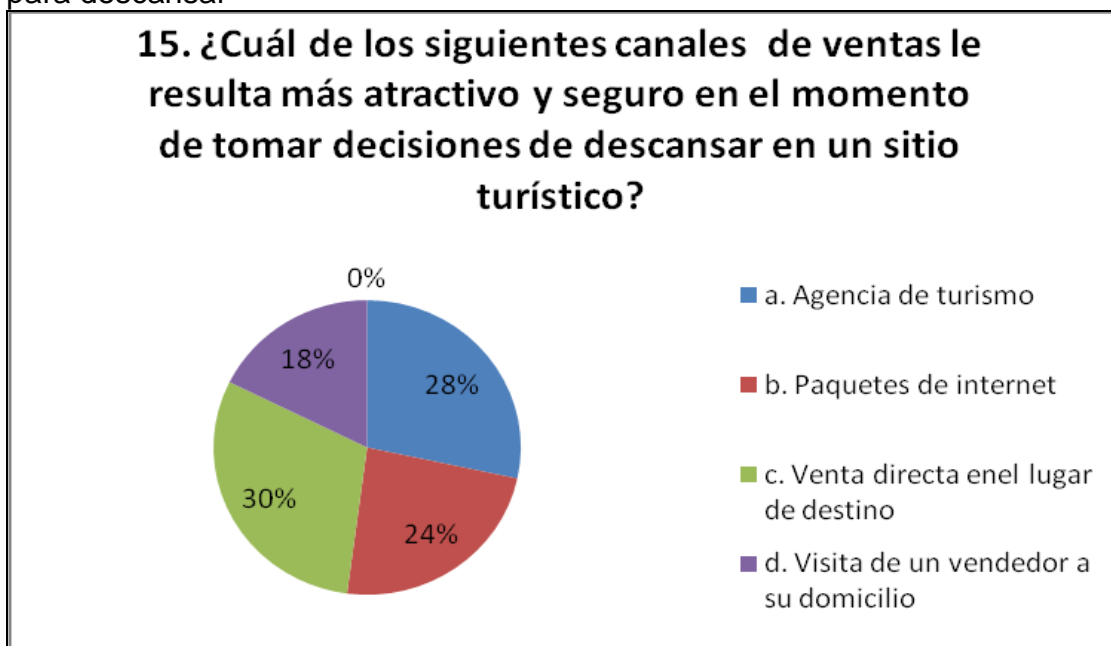
El factor de mayor importancia para los hogares es la tranquilidad que le ofrezcan en los sitios de hospedaje representado en un 24%, tanto en Santander como el resto del país, seguido esta la seguridad, calidad y comodidad con un 17%.

Cuadro 19. Canales de venta que resulta más atractivo y seguro para escoger sitio para descansar

15. ¿Cuál de los siguientes canales de ventas le resulta más atractivo y seguro en el momento de tomar decisiones de descansar en un sitio turístico?	#	%
a. Agencia de turismo	61	28%
b. Paquetes de internet	51	24%
c. Venta directa en el lugar de destino	65	30%
d. Visita de un vendedor en su domicilio	38	18%
e. Otros cuál?	0	0%
TOTAL	215	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 18. Canales de venta que resulta más atractivo y seguro para escoger sitio para descansar



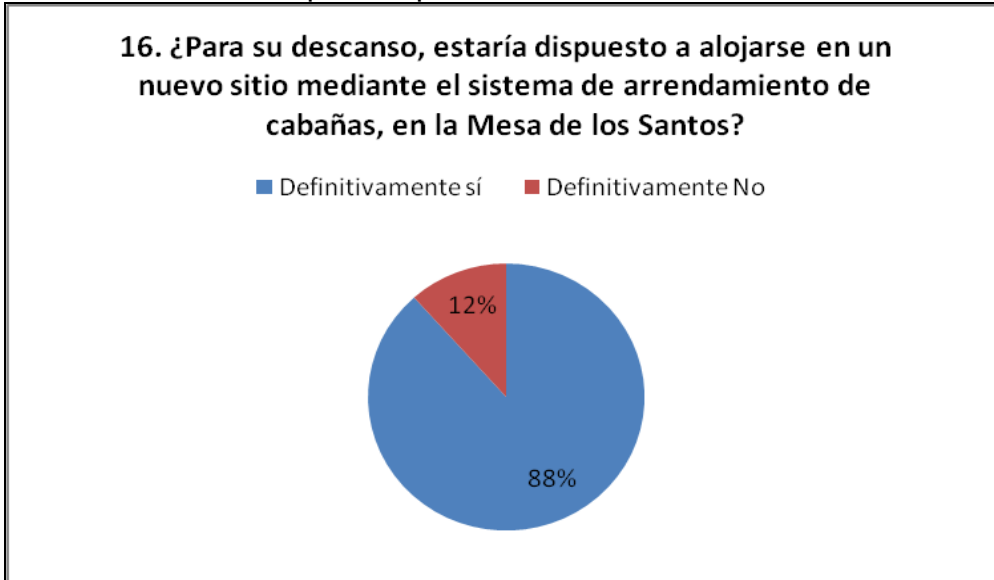
Como lo demuestra la anterior gráfica al momento de escoger un destino turístico los encuestados prefieren escoger sitio para alojarse directamente donde van a pasar sus vacaciones representado con un 30% y el 28% escoge lugar donde alojarse a través de una agencia de turismo, información importante para la nueva empresa al momento de decidir los canales de promoción y venta del servicio de alquiler de cabañas.

Cuadro 20. Cabañas para alquilar en la Mesa de los Santos

16. ¿Para su descanso, estaría dispuesto a alojarse en un nuevo sitio mediante el sistema de arrendamiento de cabañas, en la Mesa de los Santos?	#	%
Definitivamente sí	236	88%
Definitivamente no	31	12%
TOTAL	267	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 19. Cabañas para alquilar en la Mesa de los Santos



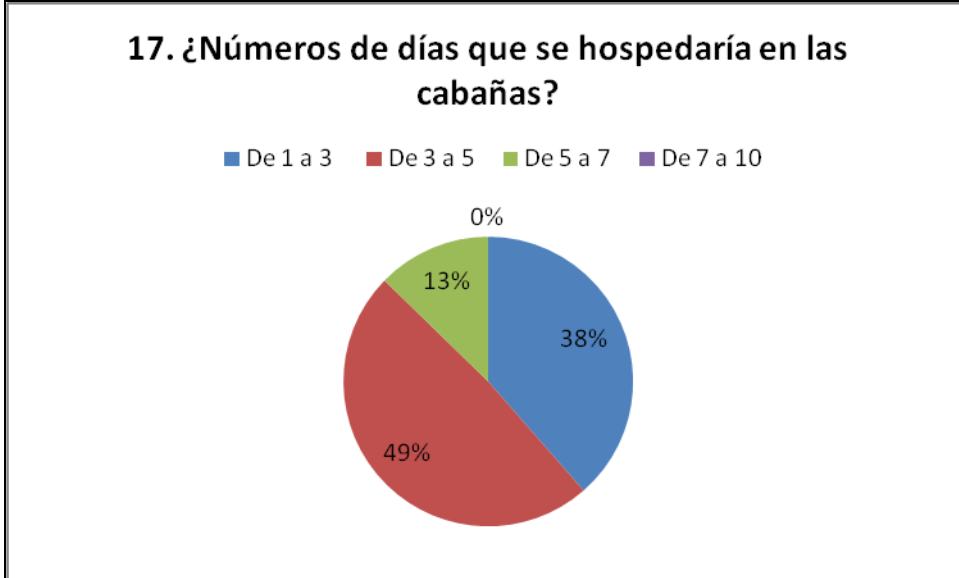
Según la anterior gráfica el 88% de los encuestados manifiesta su interés de alojarse en época de vacaciones en cabañas ubicadas en las Mesa de los Santos, el cual representa una gran oportunidad para este nuevo proyecto.

Cuadro 21. Números de días que se hospedaría en las cabañas

17. ¿Números de días que se hospedaría en las cabañas?	#	%	PROMEDIO
De 1 a 3	91	38%	0.76
De 3 a 5	115	49%	1.96
De 5 a 7	30	13%	0.78
De 7 a 10	0	0%	0
TOTAL	236	100%	3.5

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 20. Números de días que se hospedaría en las cabañas



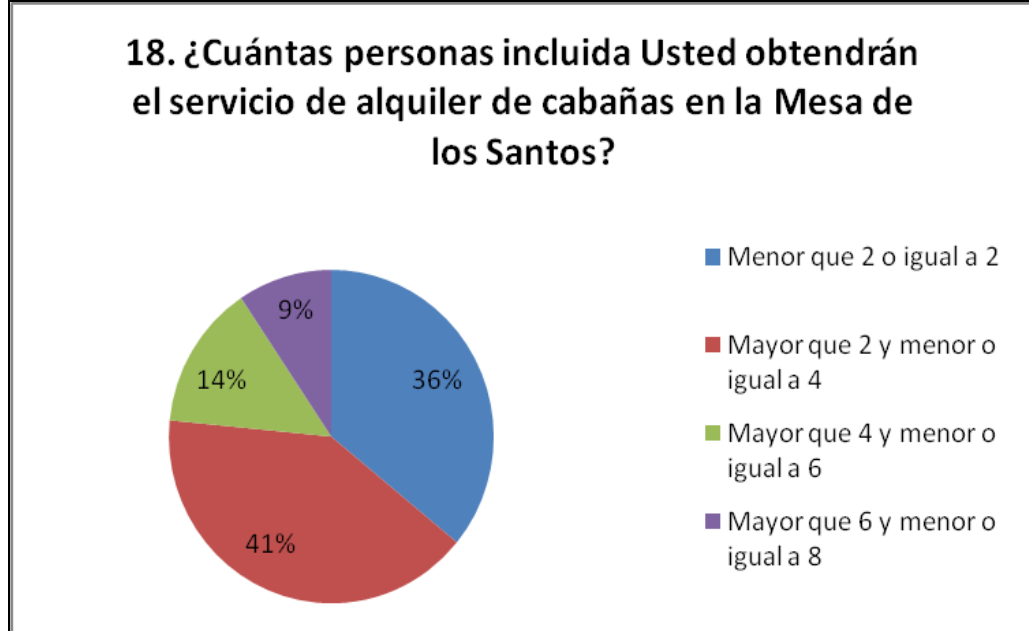
En la anterior grafica los hogares afirman que se alojarían en promedio 3,5 días en las cabañas, representados en un 49%, para tomar un descanso y compartir en familia, lo que significa un bueno número de días que utilizarán las cabañas para alojarse los turistas y esto es lo ideal para un buen desarrollo y posicionamiento de la nueva empresa.

Cuadro 22. Números de personas que requerirán el servicio

18. ¿Cuántas personas incluida Usted obtendrán el servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos?	#	%	PROMEDIO
Menor a 2 o igual a 2	101	43%	0.86
Mayor que 3 y menor o igual a 5	92	39%	1.56
Mayor que 5 y menor que 10	22	9%	0.68
Mayor que 10 y menor a 15	21	9%	1.13
TOTAL	236	100%	4.23

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 21. Números de personas que requerirán el servicio



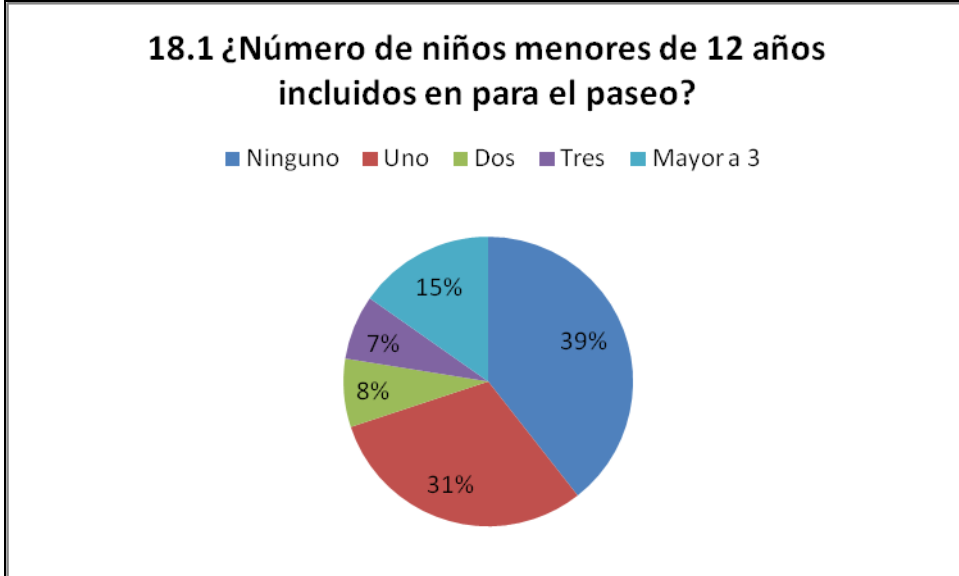
Según la anterior grafica el 43% de los encuestados manifiesta que viaja de vacaciones con un promedio de 4 personas, por lo tanto requieren de un sitio que sea acogedor y para compartir más en familia.

Cuadro 23. Número de niños menores de 12 años

18.1 ¿Número de niños menores de 12 años incluidos en para el paseo?	#	%
Ninguno	93	39%
Uno	72	31%
Mayor a 3	18	15%
Dos	17	8%
Tres	36	7%
TOTAL	236	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 22. Número de niños menores de 12 años



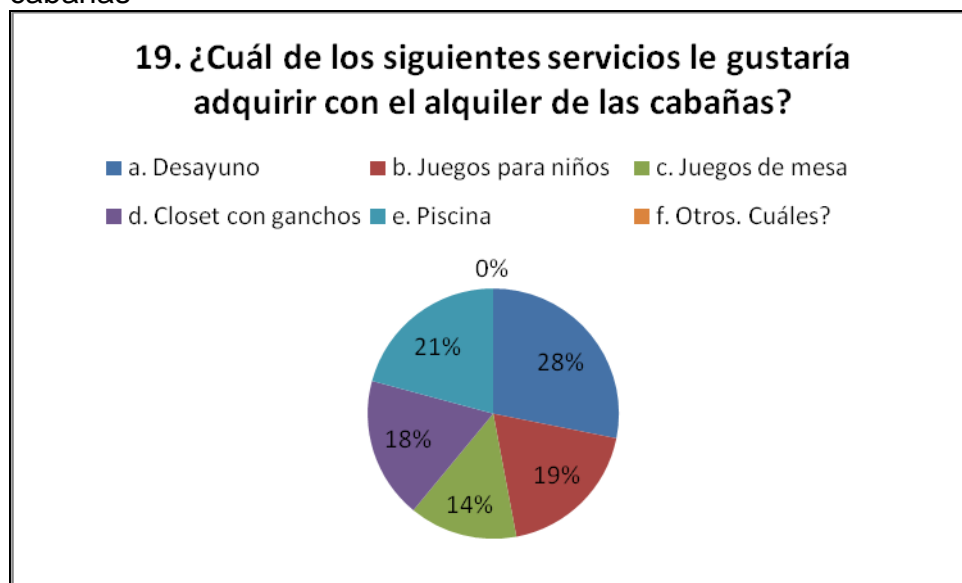
Como se observa en la grafica el 39% de los hogares encuestados manifiesta que viaja sin niños y un 31% viaja en compañía de niños menores de 12 años, dato que se tendrá muy en cuenta para la elaboración de las cabañas.

Cuadro 24. Servicios adicionales que le gustaría adquirir cuando tome en alquiler cabañas

19. ¿Cuál de los siguientes servicios le gustaría adquirir con el alquiler de las cabañas?	#	%
a. Desayuno incluido	161	28%
b. Juegos para niños	108	19%
c. Juegos de mesa	80	14%
d. Closet con ganchos para ropa	104	18%
e. Piscina	119	21%
f. Otros. Cuáles?	0	0%
TOTAL DE RESPUESTAS MÚLTIPLES	572	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 23. Servicios adicionales que le gustaría adquirir cuando tome en alquiler cabañas



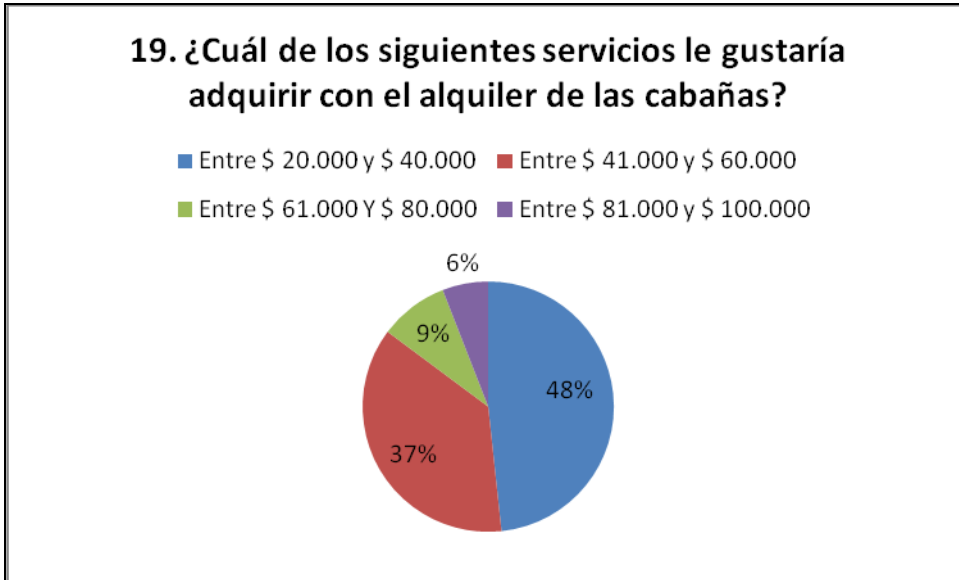
Una de las comodidades adicionales por el que estarían dispuestos adquirir los turistas es desayuno incluido en el servicio de alquiler de las cabañas representado con un 28%, un 21% piscina, datos importantes para el desarrollo de la nueva empresa.

Cuadro 25. Valor a pagar en alojamiento por persona

20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por solo alojamiento, por noche y persona?	#	%	Promedio
Entre \$ 20.000 y \$ 40.000	114	48%	\$ 14.400
Entre \$ 41.000 y \$ 60.000	87	37%	\$ 18.685
Entre \$ 61.000 y \$ 80.000	21	9%	\$ 6.345
Entre \$ 81.000 y \$ 100.000	14	6%	\$ 5.430
TOTAL	236	100%	\$ 44.860

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 24. Servicios adicionales que le gustaría adquirir cuando tome en alquiler cabañas



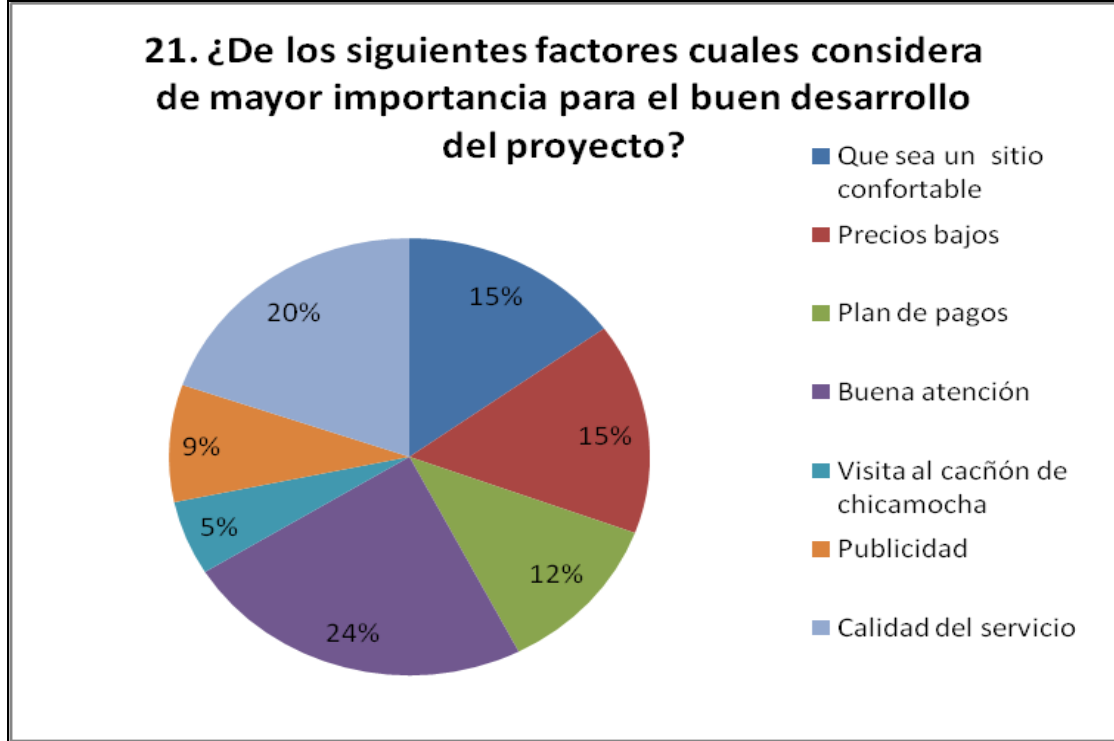
De acuerdo a los resultados obtenidos en la anterior grafica el promedio del precio que pagarían los turistas por alojamiento es de \$ 44.860, esto quiere decir que están entre \$ 30.000 de acuerdo al porcentaje obtenido de un 48%, dato importante al momento de fijar la tarifa del servicio que se prestará.

Cuadro 26. Factores importantes para el buen desarrollo del proyecto

21. ¿De los siguientes factores cuales considera de mayor importancia para el buen desarrollo del proyecto?	#	%
Que sea un sitio confortable	71	15%
Precios bajos	74	15%
Plan de pagos	56	12%
Buena atención	112	24%
Visita al cañón de Chicamocha	26	5%
Publicidad	41	9%
Calidad del servicio	93	20%
TOTAL DE RESPUESTAS MÚLTIPLES	473	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfico 25. Factores importantes para el buen desarrollo del proyecto



Según los encuestados el factor de mayor importancia debe ser la buena atención por parte del personal de apoyo con que cuente la empresa dedicada a ofrecer el servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos, representado en un 24% de acuerdo a la anterior gráfica.

2.4.2 Estimación de la demanda

2.4.2.1 Demanda histórica. Se consultaron las diferentes fuentes información como DANE, Cámara de Comercio y el Ministerio de Industria y Comercio, no fue posible encontrar cifras sobre alojamiento de turista en la Mesa de los Santos, teniendo en cuenta lo anterior en el presente proyecto no hay datos históricos de la demanda.

2.4.2.2 Demanda actual. Teniendo en cuenta la investigación de mercados realizada se calculará la demanda actual de alojamiento conformada por los

hogares de los estratos 3 y 4 de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

Pregunta No. 8 de la encuesta

De los 267 hogares encuestados de los estratos 3 y 4, el 81% si ha visitado la Mesa de los Santos.

Pregunta No. 9 de la encuesta

Los encuestados manifiestan que visitan cada 174 días la mesa de los Santos.

Pregunta No. 10 de la encuesta

De los 267 hogares encuestados el 61% manifiesta haberse instalado en la Mesa de los Santos.

Pregunta No. 11 de la encuesta

El 30% de los encuestados manifiesta haberse instalado en cabañas en la Mesa de los Santos.

Cuadro 27. Total de hospedaje por año en la Mesa de los Santos

hogares estratos 3 y 4	% visitado Mesa Santos cuadro 12	hogares visitado Mesa Santos	frecuencia a visita en veces/año cuadro 13	hogares visitantes Mesa Santos/año	Hogares que se hospedan 61% cuadro 14	Hogares en Cabañas cuadro 15 30%	# días hospedados 2.5 cuadro 14	# servicios cabaña matrimonial (36%) /año cuadro 7	# servicio cabaña familiar (64%) /año cuadro 7	Total # servicios cabañas
125.860	0,81	101.947	2	203.893	124.375	37.312	93.281	33.581	59.700	93.281

Fuente: Autores del proyecto

El total de hospedaje en la Mesa de los Santos por año es de 93.281 de los estratos tres y cuatro.

2.4.2.3 Demanda proyectada. De los datos obtenidos en el estudio demográfico realizado en el Bucaramanga y su área metropolitana y el DANE, donde se estima que el promedio de crecimiento de la población hasta el 2009 es de 3%, ya que hasta la fecha no hay un porcentaje nuevo del crecimiento de la población. Entonces se procederá a calcular la demanda con base en la demanda actual de los 125.860 hogares, más el incremento porcentual anual de los hogares, como no se tiene una cifra exacta de los hogares que visitan la Mesa de los Santos que se hospeden en cabañas, entonces se tomará el número de hospedajes en cabañas en la Mesa de los Santos según datos obtenidos en el estudio de mercados. Véase el siguiente cuadro.

Cuadro 28. Demanda proyectada

DEMANDA PROYECTADA CABAÑAS MATRIMONIALES					
AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
33.581	34.589	35.626	36.695	37.796	38.930
DEMANDA PROYECTADA CABAÑAS FAMILIARES					
AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
59.700	61.491	63.336	65.236	67.193	69.209

Fuente: Autores del proyecto

2.5 LA OFERTA

En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas para comprar lo que sea, en un determinado momento.⁴¹ Para este proyecto se analizarán las diferentes empresas que ofrecen cabañas que actualmente prestan los servicios de alquiler en la Mesa de los Santos.

⁴¹ [http://www.es.wikipedia.org/wiki/Oferta-\(Noviembre_28_de_2010\)](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Oferta-(Noviembre_28_de_2010))

2.5.1 Necesidades de información. Los datos se obtendrán a través de fuentes secundarias por medio de internet ya que allí aparece el precio del alquiler de las cabañas de acuerdo a la temporada definida como baja ó alta, por la capacidad de personas y los electrodomésticos con que las ofrecen y de acuerdo a eso ofrecer el nuevo servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos, teniendo en cuenta los siguientes aspectos.

- Definir los servicios incluidos en el alquiler
- Precio del alquiler de la cabaña de acuerdo a la capacidad de personas
- Formas de pagos
- Debilidades y fortalezas frente a los otros servicios de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos
- Estrategias de promoción y publicidad del servicio

2.5.2 Oferta histórica. Se investigó en las diferentes entidades como DANE, Cámara de Comercio y el Ministerio de Industria y Comercio sobre datos estadísticos de la oferta de hospedaje en cabañas en la Mesa de los Santos y no fue posible encontrar, se encontraron fue datos generales sobre la ocupación Hotelera a nivel Santander, teniendo en cuenta lo anterior no fue posible calcular la oferta histórica.

2.5.3 Análisis de la situación actual de la competencia. Actualmente no se encuentran registradas en la Cámara de Comercio cabañas que ofrezcan el alquiler en la Mesa de los Santos. En este caso se analizarán tres de las principales cabañas ubicadas en la Mesa de los Santos, con datos encontrados en internet.

Como no fue posible aplicar encuesta a estas empresas de la competencia, se optó por investigar todo sobre en internet donde hay buena parte de la información. A continuación se encontrará información muy importante sobre la competencia de las nuevas cabañas.

Cuadro 29. Datos generales de cabañas que prestan su servicio de alquiler

CABAÑAS LA CAROLINA	CABAÑAS VILLAS IMPERIO	CABAÑAS DON ZOILO
<p>Ubicación Mesa de los Santos.</p> <p>Móvil: 312 5448532 - 3107866585</p> <p>Total de cabañas 8, ubicadas en un espacio de 3.000 metros cuadrados y cuya capacidad de alojamiento oscila entre dos, cinco, seis y doce personas. cada cabaña cuenta con:</p> <p>Camas dobles Camas sencillas Camas auxiliares Camarotes Closet Estufa Gas Licuadora Nevera Televisor las áreas comunes de cabañas la carolina son: Banquitas Microfutbol Cancha Tenis de Mesa Canchas de Bolo Criollo Hamacas Kioskos con Asadores Zona de Parqueo Zona para Fogatas Zona verde.</p> <p>CABAÑA JUNIOR (2</p>	<p>Ubicación Mesa de los Santos.</p> <p>Teléfono: 6253838</p> <p>Total de cabañas 6, con capacidad hasta de 4 personas por cabañas.</p> <p>Ofrece las siguientes comodidades, lago, piscina, jacuzzi, salón, mirador, amplios espacios, zona asados, billar y hamacas.</p> <p>Temporada baja \$ 90.000</p> <p>Temporada alta \$ 110.000</p>	<p>Ubicación Mesa de los Santos.</p> <p>Teléfono: 6342433</p> <p>Móvil: 316-5233323</p> <p>Total cabañas 3, una para dos personas, tres personas y cuatros personas.</p> <p>Incluido con el alquiler de cocina de dotación completa, lencería, nevera, camas dobles con sábanas, cobijas, toallas, fundas e implementos de aseo personal, servicio TV, parrilla BBQ.</p> <p>Temporada baja</p> <p>Doble \$ 100.000</p> <p>Triple \$ 115.000</p> <p>Cuádruple \$ 130.000</p> <p>Temporada</p> <p>Doble \$ 125.000</p> <p>Triple \$ 145.000</p> <p>Cuádruple \$ 180.000</p>

personas) Temporada baja 70.000,oo Temporada alta 80.000,oo CABAÑAS 1, 2, 3, 4 (2 a 5 personas) Temporada baja 100.000,oo Temporada alta 120.000,oo CABAÑAS 5 Y 6 (2 A 6 personas) Temporada baja 120.000,oo Temporada alta 140.000,oo CABAÑAS 7 Y 8 Temporada baja 180.000,oo Temporada alta 200.000,oo CABAÑA PRINCIPAL (12 personas) Temporada baja 200.000,oo Temporada alta 240.000,oo Se debe llevar sábanas (con sobresábanas y fundas), toallas e implementos de aseo.		
--	--	--

Fuente: Páginas de internet de cada una de las cabañas

De las tres cabañas escogidas para realizar análisis comparativos, se encontró que los precios que manejan son muy similares de acuerdo a la temporada y la capacidad de cada cabaña, algunas las ofrecen dotadas de todo lo necesario para hospedarse en ellas por muchos días, y en el caso específico de cabañas la Carolina especifican que se debe llevar sabanas, toallas y cobijas, a pesar de ofrecer todo lo demás, se tendrá en cuenta este factor al momento de ofrece el servicio de alquiler en la nuevas cabañas.

2.5.4 Proyección de la oferta. De las tres empresas que ofrecen el servicio de alquiler de cabañas, ninguna de ella proporcionó datos de los servicio de hospedaje mensual o anual, por lo tanto no fue posible calcular la oferta actual.

2.6 RELACIÓN ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA

Para realizar el cálculo de la relación entre la oferta y la demanda se utiliza la formula indicada a continuación para obtener la demanda insatisfecha.

$$\text{Demanda proyectada} - \text{Oferta proyectada} = \text{Demanda insatisfecha.}$$

Como no fue posible conseguir información de la oferta, no se puede calcular la anterior formula, por lo tanto no se puede proyectar la oferta y también se investigó otras fuentes como DANE, Cámara de Comercio, Cotelco y el Ministerio de Industria y Comercio y no fue posible conseguir cifras de hospedaje en la Mesa de los Santos.

Ya que no se pudo aplicar la ecuación y obtener la demanda insatisfecha, se tomará como referencia los datos obtenidos en la investigación de mercados, donde se puede evidenciar el interés de los hogares encuestados de los estratos tres y cuatro de alojarse en cabañas en la Mesa de los Santos.

Cuadro 30. Interés en alojarse en cabañas en la Mesa de los Santos

¿Para su descanso, estaría dispuesto a alojarse en un nuevo sitio mediante el sistema de arrendamiento de cabañas, en la Mesa de los Santos?	#	%
Definitivamente sí	236	88%
Definitivamente no	31	12%
TOTAL	267	100%

Fuente: Autores del proyecto

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.7.1 Estructura de los canales de comercialización. De acuerdo con el tipo de servicio que se pretende ofrecer se utilizaría el siguiente canal de comercialización relacionado a continuación.

Prestador de servicio – Clientes. El servicio se ofrecerá directamente al cliente final, ya que no es necesario utilizar intermediarios por lo que se está ofreciendo un servicio que le interesa directamente al turista, quien se hospedará en las cabañas.

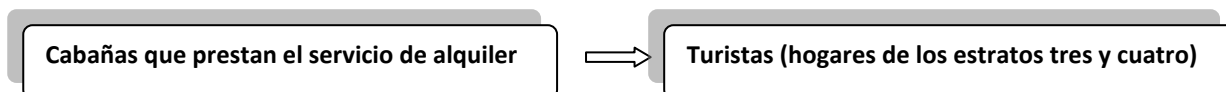
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales

Cuadro 31. Ventajas y desventajas de los canales actuales

CANAL	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Productor - consumidor	<p>Contacto directo con el cliente, el cual evita el sobre costo del servicio.</p> <p>Servicio más inmediato, con el cual se asegura la calidad del mismo.</p> <p>Se facilita más el proceso de comercialización del servicio.</p>	<p>Se pueden perder clientes en temporadas altas.</p> <p>Limitación en el servicio, ya que hasta ahora es que esta tomando auge.</p>

Fuente: Autores del proyecto

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. El canal a utilizar para ofrecer el servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos es el siguiente.



Fuente: Autores del proyecto

2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios. Para la fijación de los precios del servicio que se piensa ofrecer se tendrán los existentes en el mercado por la competencia, los costos que se deriven de ofrecer el servicio. A continuación se muestra un paralelo de los precios ofrecidos de las principales cabañas que ofrecen el servicio de alquiler en la Mesa de los Santos.

Cuadro 32. Precios de las cabañas existentes en el mercado

TEMPORADA	CABAÑAS LA CAROLINA	TEMPORADA	CABAÑAS VILLA IMPERIO	TEMPORADA	CABAÑAS DON ZOILO
Baja junior	\$ 70.000	Baja (2 a 4 personas)	\$ 90.000	Baja doble	\$ 100.000
Alta junior	\$ 80.000	Alta (4 a 6 personas)	\$ 110.000	Baja triple	\$ 115.000
Baja (2 a 5 personas)	\$ 100.000			Baja cuádruple	\$ 130.000
Alta (2 a 5 personas)	\$ 120.000			Alta doble	\$ 125.000
Baja (2 a 6 personas)	\$ 120.000			Alta triple	\$ 145.000
Alta (2 a 6 personas)	\$ 140.000			Alta cuádruple	\$ 180.000
Baja (12 personas)	\$ 200.000				

Alta (12 personas)	\$ 240.000				
--------------------	------------	--	--	--	--

Fuente: Autores del proyecto

Como se puede observar el servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos son muy competitivos, los valores tienden a ser medios, los precios no son altos, ni bajos. Para fijar los precios de alquiler de las nuevas cabañas se tendrán en cuenta los precios que hay en el mercado y ser muy competitivos.

De igual manera se tendrá en cuenta los precios fijados en el estudio de mercados, ya que allí se les pregunto a los hogares encuestados cuanto estarían dispuestos a pagar por el servicio alquiler de las nuevas cabañas en la Mesa de los Santos.

2.8.2 Estrategia de fijación de precios. Para fijar los precios del servicio de alquiler de cabañas se deben tener en cuenta los costos incurridos en el mantenimiento y sostenimiento de las cabañas y ciclos de comercialización, de tal manera que no se presenten sobrecostos en el servicio y también tener en cuenta los precios que se están ofreciendo en el mercado actual.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Para efectos legales y jurídicos las cabañas se denominarán Cabañas Villa Paula, para que el cliente identifique de inmediato que se está ofreciendo el servicio del alquiler de cabañas.

2.9.1 Objetivos. Determinar el medio de publicidad y promoción más efectivo para el lanzamiento del servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos, de acuerdo a las necesidades del mercado objetivo.

- Dar a conocer las cabañas en el sector de turismo y captar su interés en obtener el servicio.

- Elaborar un plan estratégico que permita posicionar el servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos.
- Facilitar la venta del servicio dando a conocer su valor agregado frente a los servicios existentes.

2.9.2 Logotipo



El nombre Villa Paula, ya que es lo más acertado para las cabañas y además es un lindo nombre y suena muy bien.

Se escogió el color azul, porque refleja la calidez del clima de la mesa de Santos,

el verde porque aun se puede disfrutar de la naturaleza y del aire puro, sin contaminación.

2.9.3 Lema

**PARA SU DESCANSO LA MEJOR OPCIÓN SON LAS CABAÑAS VILLA
PAULA UBICADAS EN LA MESA DE LOS SANTOS**

La frase hace alusión al servicio que se pretende ofrecer con el servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de Santos, para todas las familias interesadas en adquirir el servicio.

2.9.4 Análisis de los medios. Actualmente son muchos los medios de publicidad que hay para lanzar un servicio al mercado, lo importante es saber identificar cual es el más adecuado de acuerdo a las características o beneficios del servicio, y al tipo de cliente a quien va dirigido, por lo que el objetivo primordial desde el punto de vista comercial es incentivarlo a adquirir el bien o servicio.

En la actualidad existen medios impresos como: folletos, volantes, directorios, revistas, periódicos, tarjetas de presentación y catálogos.
Medios audiovisuales como la televisión, radio e internet.

2.9.5 Selección de medios. Los medios de publicidad que se utilizará para lanzar el servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos en su etapa inicial serán folletos donde haya fotografía de cabañas junto con los servicios que incluye el alquiler, los precios y los teléfonos donde confirmar el servicio y también una página en internet con toda la información del servicio que se ofrece.

Televisión: Publicidad en el canal T.R.O. en la franja familiar por espacio de 15 segundo dos veces al día durante 20 días al mes.

Radio: Se contará con un espacio radial en las principales emisoras de la ciudad como son olímpica estéreo, RCN, Caracol y Tropicana.

Tarjetas de presentación: Que incluya información básica sobre el servicio que se presta y los teléfonos donde confirmar el servicio.

2.9.6 Estrategias publicitarias. Para el lanzamiento del servicio del alquiler de cabañas se rifará un plan completo para una familia entre los encuestados que mostraron su interés en adquirir el servicio de alquiler de las cabañas.

- Se ofrecerán precios bajos entre los primeros 10 clientes que decidan adquirir el servicio.
- Se entregaran folletos que contengan información muy completa sobre el servicio de alquiler de las cabañas en los centros comerciales.
- Pautas publicitarias en el canal T.R.O. y radio, dando a conocer el servicio y la ubicación de las mismas, generando interés entre los posibles clientes.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción

Cuadro 33. Presupuesto de publicidad y promoción

ETAPA	CONCEPTO	ACCIONES	CANTIDAD	PRESUPUESTO
DE LANZAMIENTO	Slogan y logo símbolo empresarial	Diseño y estampado de papelería	1	\$ 30.000
	Folletos	Diseño y reproducción	300	\$ 50.000
	Tarjetas personales	Diseño y reproducción de tarjetas	200	\$ 250.000
	Cuñas radiales	*Olímpica 4 cuñas diarias x 20 días \$ 13.060 + IVA	80	\$ 1.044.800
	Publicidad TV	Pautas comerciales x 15 segundos \$ 226.700	30	\$ 6.800.000
	Subtotal			
DE OPERACION	CONCEPTO	ACCIONES	CANTIDAD	PRESUPUESTO
	Cuñas radiales	*Olímpica 3 cuñas diarias x 2 meses \$ 17.400 + IVA	60	\$ 1.044.000
	Página de internet	Página con contenido del servicio de la cabaña	1	\$ 750.000

	Folletos	Diseño e impresión	150	\$ 500.000
	Tarjetas de presentación	Diseño y reproducción	1.200	\$ 180.000
	Subtotal			\$ 2.474.000
TOTAL				\$ 10.648.800

Fuente: Olímpica y T.R.O.

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

El proyecto de construcción de cabañas Villa Paula en la Mesa de los Santos para ofrecer el servicio de alquiler de las misma se considera viable desde el punto de vista del estudio de mercados, teniendo en cuenta que 88% estaría dispuesto a alojarse en las nuevas cabañas en la Mesa de los Santos. Con la investigación de mercados se pudo evidenciar que el proyecto tiene muchas posibilidades de éxito, ya que esta parte de región de Santander está tomando un auge turístico impresionante, por los diferentes atractivos que allí se encuentran y la tranquilidad que ofrece este sitio, acompañado de la naturaleza que aún se conserva.

Con respecto a la competencia se pudo indagar que hay una gran variedad de oferta de servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos a precio muy competitivos y con la comodidad necesaria para disfrutar de unos de día de descanso en dichas cabañas y la principal competencia es Cabañas La Carolina, ya que cuentan con una gran variedad de cabañas para familia pequeñas y grandes dotadas con electrodoméstico que facilitan la comodidad de los inquilinos.

El canal de comercialización que se utilizará para dar a conocer el servicio de alquiler de cabañas es el directo, se le ofrecerá a los hogares de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana las cabañas Villa Paula para descansar los fines de semanas, en vacaciones y días de descanso.

Con respecto a los medios de publicidad y promoción se utilizará son lo directos como; folletos, página en internet, tarjetas de presentación, entre otros, para dar conocer las cabañas Villa Paula como un sitio ideal para alojarse y descansar en días de descansos y/o vacaciones.

Teniendo en cuenta todas las razones expuestas, este proyecto se convierte en una excelente oportunidad de negocio para sus realizadores, por considerarse la mesa de los Santos un lugar ideal para pasar una vacaciones increíble, disfrutando de muchas comodidades y muchos atractivos que se encuentran en la zona, como son: el cañón del Chicamocha, el laguito, el teleférico, la naturaleza, entre otros atractivos.

3. ESTUDIO TÉCNICO

En este estudio se conocerá toda la parte funcional y operativa del proyecto con base en el número de servicio que se presten.

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto, se analizarán las siguientes variables:

- Descripción del tamaño del proyecto
- Factores que determinan el tamaño del proyecto
- Capacidad del proyecto

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. El tamaño del proyecto comprende su capacidad instalada, expresada en número de servicios prestados durante el año.⁴² Para el presente proyecto el tamaño está determinado por la capacidad de prestación de los servicios o planes ofrecidos. El tamaño del proyecto se definirá con respecto a la demanda, ya que es uno de los factores más importante para definir en esta parte del proyecto.

Es la cantidad de servicios anuales que según la capacidad de las cabañas se puede ofrecer con base en la demanda insatisfecha obtenida en el estudio de mercados realizado a los hogares en Bucaramanga y su área metropolitana de los estratos tres y cuatro.

Para establecer el tamaño del proyecto serán tomados datos directamente del trabajo del campo realizado en el estudio de mercados, y se tendrán en cuenta varios factores que se detallarán a continuación:

⁴² Evaluación de proyectos, BACA URBINA, Gabriel – Quinta edición. Mc Graw Hill, México D.F., 2007. Pág. 93.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto

Tamaño del mercado: Se pudo establecer en el estudio de mercados que sí existe una demanda insatisfecha en cuanto al servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos en los hogares de los estratos tres y cuatro de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana. También es muy importante tener en cuenta que la demanda está sujeta a la decisión de los hogares en tomar un sitio en alquiler para descansar en vacaciones o descanso, pero no se tiene una cifra exacta ya que no hay un dato sobre el número de servicio de alquiler que se presta en la cabañas en la Mesa de los Santos, sin descartar que turistas o/y visitantes de otros departamentos del país o extranjeros formen parte de esta demanda, se puede entonces decir que la demanda de este tipo de servicio es amplia y más por el auge que está tomando la zona y los atractivo que ésta ofrece, también se considera un factor limitante para este proyecto, entonces se definirá teniendo en cuenta este factor importante.

Suministro e insumos: Se refiere a todo lo necesario para dotar las cabañas en cuanto a muebles, electrodomésticos, enseres, etc., todo lo necesario para hacer de ellas un sitio cómodo y agradable al visitante, estos se encuentran en el mercado con mucha facilidad, ya que Bucaramanga cuenta con una amplia oferta de todos estos productos en el mercado y a precios competitivos y en diferentes variedad de marcas, presentaciones y niveles tecnológicos; los cuales facilitan la adquisición de todos los equipos necesarios para las cabañas. Por lo tanto este no es un factor limitante, pues se encuentran en el mercado con facilidad y de excelente calidad.

Recursos humanos: Para prestar un excelente servicio se contará con personal capacitado en ofrecer la mejor atención al cliente, desde el momento que solicite el servicio hasta cuando finalice su estancia en las cabañas, por lo tanto este no

es un factor limitante para el proyecto, pues se cuenta con personal idóneo para prestar una excelente atención al cliente.

Localización: Teniendo en cuenta que la Mesa de los Santos se ha convertido en uno de los sitios predilectos para ir de vacaciones o descansar los fines de semanas y festivos, por lo acogedor y los atractivos que ofrece, se tomó la decisión como el mejor sitio para construir las cabañas en esté. Por lo tanto este no es un factor limitante para el proyecto.

3.1.3 Capacidad del proyecto

3.1.3.1 Capacidad total diseñada. Corresponde al máximo nivel posible de producción o de prestación del servicio que se pueda ofrecer. El cálculo se hará con relación a la demanda insatisfecha, el cual se pretende ofrecer con las nuevas cabañas durante los próximos años del proyecto.

A continuación se calculará la capacidad diseñada por año del servicio de alquiler de cabañas.

360 días al año, disponibilidad de trabajar incluyendo domingos y festivos, por el tipo de servicio.

Los 360 días del año x las 10 cabañas, teniendo el tipo de servicio se ofrece tiempo completo.

$360 \times 10 = 3.600$ servicios/año

Figura 6. Capacidad diseñada



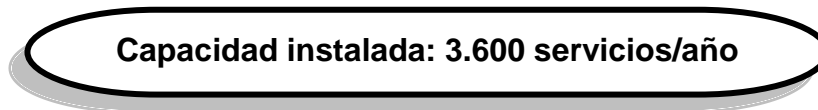
Capacidad diseñada: 3.600 servicios/año

Fuente: Autores del proyecto

3.1.3.2 Capacidad instalada. Es la cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.⁴³

Los 360 días del año x 10 cabañas, el servicio se prestará tiempo completo.
 $360 \times 10 = 3.600$ servicios /año

Figura 7. Capacidad instalada



Fuente: Autores del proyecto

3.1.3.3 Capacidad utilizada. Es la fracción de la capacidad instalada que se está empleando para prestar el servicio de alquiler de las cabañas, y se utilizará en las actividades normales en el transcurso de los cinco años.

La mayoría de los hogares viajan en época de vacaciones, descansos y fines de semana cuando decide alojarse en un sitio, ya que cuenta con más días para hacerlo con tranquilidad y descansar, por lo tanto en cada mes habría ocho días entre sábado y domingo, sin incluir festivos, y teniendo en cuenta que hay meses donde hay por lo menos uno o dos festivos, por lo tanto son diez días. Adicionalmente, no se descartan los viernes, entonces del mes se utilizaran dos viernes, de esta forma se obtienen 12 días del mes para el cálculo de la capacidad utilizada.

Horas disponibles/año: $12 \text{ días/mes} \times 12 \text{ meses} \times 12 \text{ horas/día} = 1.728 \text{ horas/año}$.

El tiempo estimado por cada servicio de alquiler de las cabañas es de 7 días, entonces se procederá al cálculo de la capacidad utilizada para el primer año.

⁴³ http://www.eco-finanzas.com/diccionario/c/capacidad_instalada.htm-Diciembre 10 de 2010.

Año 1: 1.728 horas/año / 7 días / servicio alquiler= 247 x 10 cabañas = 2.469 servicios de alquiler de cabañas/año.

Figura 8. Capacidad utilizada

Capacidad utilizada: 2.469 servicios/año

Fuente: Autores del proyecto

El nuevo servicio de alquiler se irá incrementado anualmente de 6,6% a 8,3%, en los cinco primeros años de prestar el servicio de alquiler de las cabañas.

Cuadro 34 Proyección de servicio a prestar

Capacidad utilizada	Días trabajados	Meses laborados por años	Horas por días	Horas por año	Promedio días por servicio (7 días)	No. de cabañas disponibles	Total de servicios por año	Incremento porcentual anual
Año 1	12	12	12	1.728	247	10	2.469	
Año 2	13	12	12	1.872	267	10	2.674	8,3%
Año 3	14	12	12	2.016	288	10	2.880	7,7%
Año 4	15	12	12	2.160	309	10	3.086	7,1%
Año 5	16	12	12	2.304	329	10	3.291	6,6%

Fuente: Autores del proyecto

A continuación se hará un comparativo entre la capacidad utilizada vs la instalada. Ver la siguiente tabla.

Tabla 1. Servicios de alquiler cabañas

CAPACIDAD UTILIZADA			
Días ocupados/mes	% ocupación = No. de días Ocupados/30 días	Capacidad utilizada	
20,5	68%	2.469	Año 1
22	74%	2.674	Año 2
24	80%	2.880	Año 3
26	86%	3.086	Año 4
27	91%	3.291	Año 5

Fuente: Autores del proyecto

Observando la anterior tabla, la capacidad utilizada es baja con respecto a la instalada, esta situación es común que se presente en empresas de este sector, teniendo en cuenta lo anterior, cada día se aumentará la capacidad utilizada con promociones especiales del servicio de alquiler de cabañas en temporadas bajas del año.

3.2. LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macro localización. Las cabañas serán construidas en el municipio de la Mesa de los Santos, siendo este el sitio adecuado para la ubicación de las cabañas.

3.2.2 Micro localización. Para la localización de la empresa se deben tener en cuenta los factores más relevantes como son:

- Ubicación geografía, en relación con las facilidades de acceso a las cabañas, sin ninguna restricción.
- Factores económicos, hace referencia al costo de construcción de las cabañas dotadas de todo lo necesario para hacer de ellas un sitio agradable y confortable, que los clientes se sientan totalmente cómodos, además el costo de los servicios públicos y mantenimiento.
- Factores ecológicos, teniendo en cuenta que las cabañas se construirán en un sitio donde se debe cuidar el medio ambiente, por lo tanto las cabañas serán construidas con materiales extraídos de la misma naturaleza.
- Servicios sociales, hace referencia al bien común en la comunidad donde se prestará el servicio.

Teniendo en cuenta que ya se cuenta con el terreno para construir las cabañas, ubicado en la Vereda La Fuente, finca Bella Vista ubicada a 10 kms del casco urbano del municipio de la Mesa de los Santos y a 10 minutos del club Náutico Acuarela. Por lo tanto no se hace necesario hacer el estudio a través del análisis de factores de grados de ponderación para la mejor ubicación de las cabañas.

3.3 INGIENERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del servicio

Tabla 2. Ficha técnica del servicio

Producto principal	Construir cabañas para ofrecer el servicio de alquiler a familias o personas interesadas en adquirir el servicio.
Diseño	<p>Cabañas diseñadas especialmente para acoger a familias interesadas en descansar y disfrutar de los atractivos que ofrece la Mesa de los Santos y sus alrededores.</p> <p>Las cabañas estarán dotadas de electrodomésticos, muebles, con espacios de 62mts² con capacidad hasta de 6 personas y 42mt² con capacidad hasta de 2 personas, en el resto de áreas se construirá la oficina, un kiosco como área social, juegos para los niños y senderos.</p> <p>y contará con espacios lo suficientemente grandes para mayor comodidad de sus habitantes.</p> <p>Con desayuno incluido y juegos para niños.</p>
Especificaciones técnicas	Alojamiento para turistas interesados en descansar en un sitio agradable ubicado en la Mesa de los Santos.
Vida útil	Cinco años (duración del proyecto)

Fuente: Autores del proyecto

3.3.2 Descripción técnica del proyecto

▪ **Descripción del proceso de venta.** El proceso de venta del servicio de alquiler de las cabañas Villa Paula en la Mesa de los Santos, se realizará a través de los medios publicitarios y tecnológicos existentes para llegar a los clientes, teléfono, celular, correo electrónico, el directorio, folletos y catálogos que circulen masivamente en la ciudad. A continuación se detallará el proceso desde el momento cuando se le este ofreciendo el servicio al cliente.

1. Los clientes se pondrán en contacto con el administrador de las cabañas y quien a la vez, es quien ofrece el servicio de alquiler.
2. El cliente solicita información general sobre el servicio que se ofrece y la disposición de las cabañas de acuerdo al número de personas que requieran hospedarse.
3. El administrador de las cabañas le informa o le muestra el catalogo de todo lo que se ofrece junto con el alquiler de las cabañas y los principales atractivos de la zona, y las razones del porque debe alojarse en las cabañas Villa Paula.
4. Después de hacer una pequeña introducción sobre el servicio de alquiler de las cabañas, el cliente realiza las preguntas necesarias sobre la ubicación de las cabañas y su dotación.
5. Se procede a resolver las inquietudes del cliente oportunamente y que el quede satisfecho.
6. Ya habiendo dejado claro todo sobre el servicio de alquiler, se procede a preguntar si está interesado en adquirir las cabañas en alquiler, por cuanto tiempo y cuantas personas se van alojar en ellas y forma de pago.
7. Se solicitan los datos del cliente como: Nombre completo, números de teléfonos y para cuando va a requerir el servicio.
8. Si el cliente acepta adquirir el servicio, se procede a informarle las condiciones del servicio, fijación del pago y día de llegada a la cabaña, si la decisión es no tomar el servicio, fin del proceso.
9. El administrador le pregunta al cliente si desea pagar en efectivo o lo hará a través de un medio electrónico, si es en efectivo lo puede realizar el día que llegue a la cabaña o de lo contrario lo puede hacer mucho antes a través del medio electrónico,
10. Para legalizar el servicio, el administrador le solicita copia del documento de identidad de todas las personas que van alojarse en las cabañas, estos los puede enviar a través del correo electrónico y/o fax, y tramitar la factura del servicio.
11. Entonces se procede a realizar los trámites correspondientes, como tener las cabañas limpias y organizadas para cuando lleguen los huéspedes.

12. El cliente confirma los datos solicitados y la fecha y hora de llegada a las cabañas.

13. El administrador le informa a cliente como debe llegar a las cabañas.

▪ **Descripción del proceso de prestación del servicio**

Cuando lleguen los huéspedes se le debe recibir y ubicar en las cabañas donde se alojaran por los días que ellos dispongan.

1. Llegan los huéspedes y son recibidos por el administrador, si no han cancelado, lo hará la persona que solicitó el servicio y se le entregará la factura del servicio, si cancelaron el servicio a través de un medio electrónico solo se procederá a entregar la factura.

2. Cuando el administrador haya verificado que llegaron todos los huéspedes, les indicará donde ubicar los autos si llevaron, de lo contrario serán llevados a las cabañas donde se alojaran.

3. El administrador les muestra las cabañas, con todos los servicios con que estas cuentan y donde están ubicadas las cosas que ellos necesitaran durante su estancia en ellas.

4. El administrador le indicara a los huéspedes que el horario del desayuno es de 8:00 – 9:00 a.m. y serán organizadas de 9:00 – 11:00 a.m.

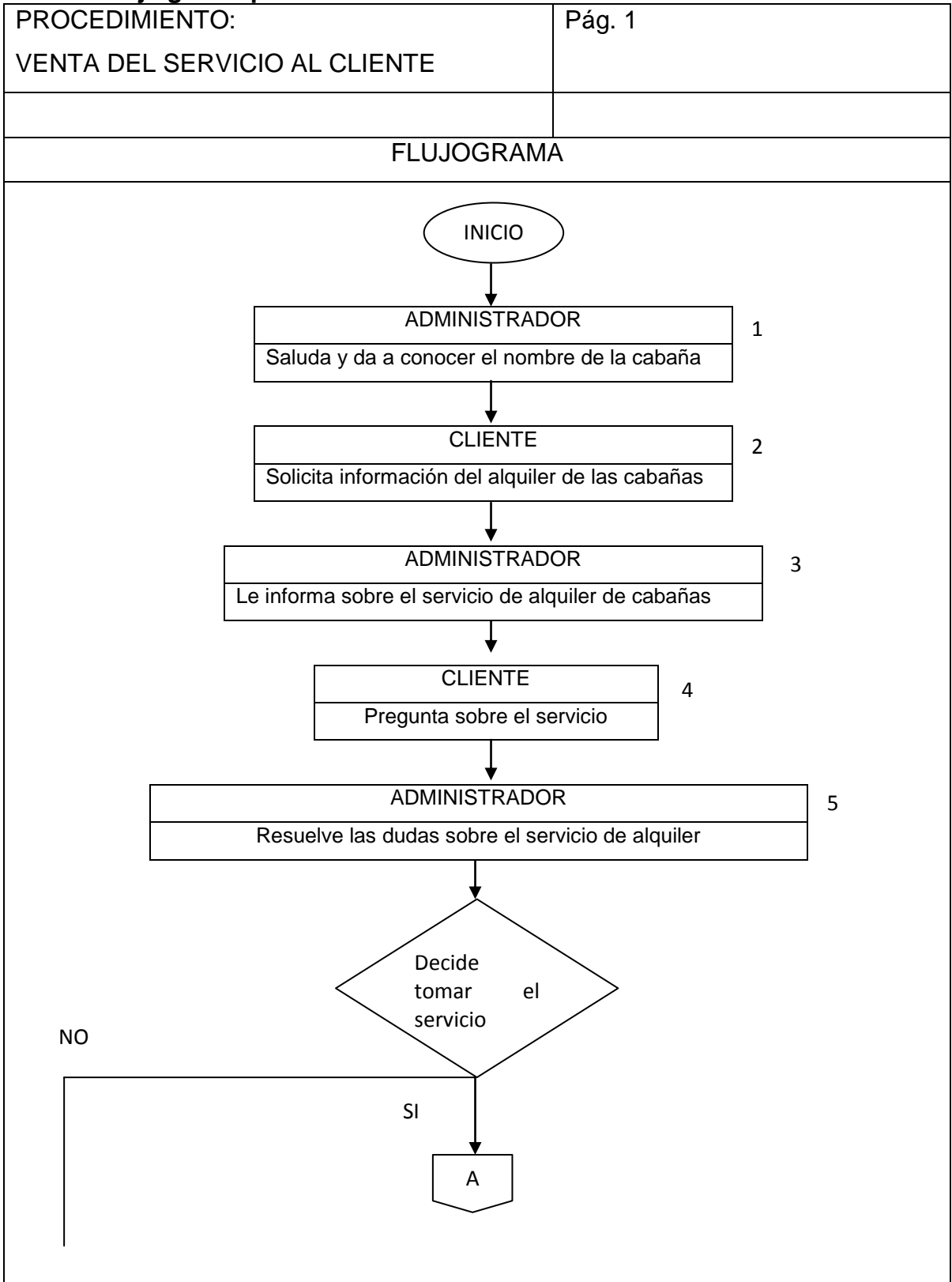
5. El administrador les informa que cuando necesiten algo con gusto él les colaborará.

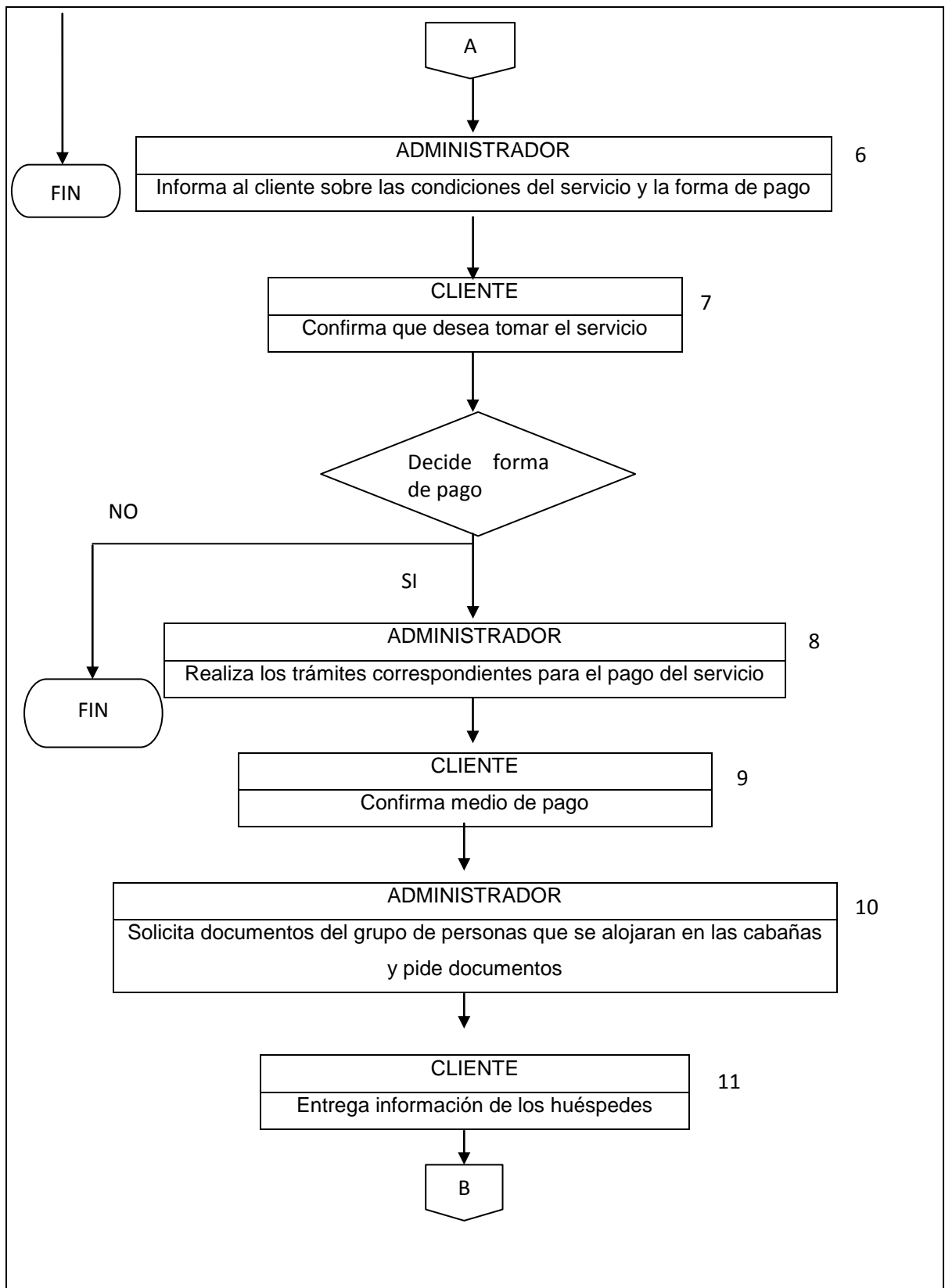
6. Cuando se haya acabado el tiempo de hospedaje, el administrador les recibirá las cabañas al salir de ellas.

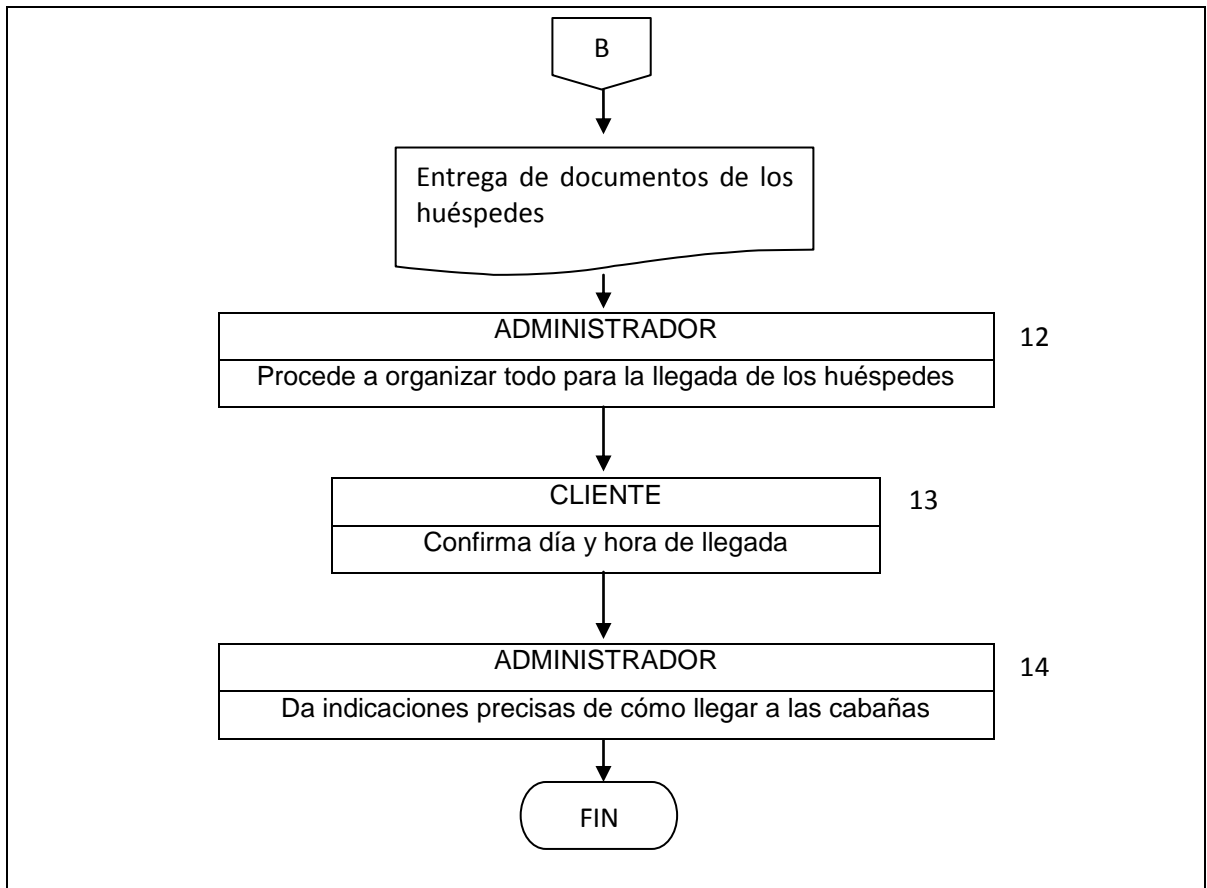
7. El administrador verificará que todo esté bien y que se procederá a organizar nuevamente las cabañas.

3.3.3 Diagrama de operación, proceso y operación. A continuación se presentan los flujo gramas explicativos para el servicio de alquiler de las 10 cabañas Villa Paula, que serán construidas en la Mesa de los Santos.

3.3.3.1 Flujo grama proceso de venta

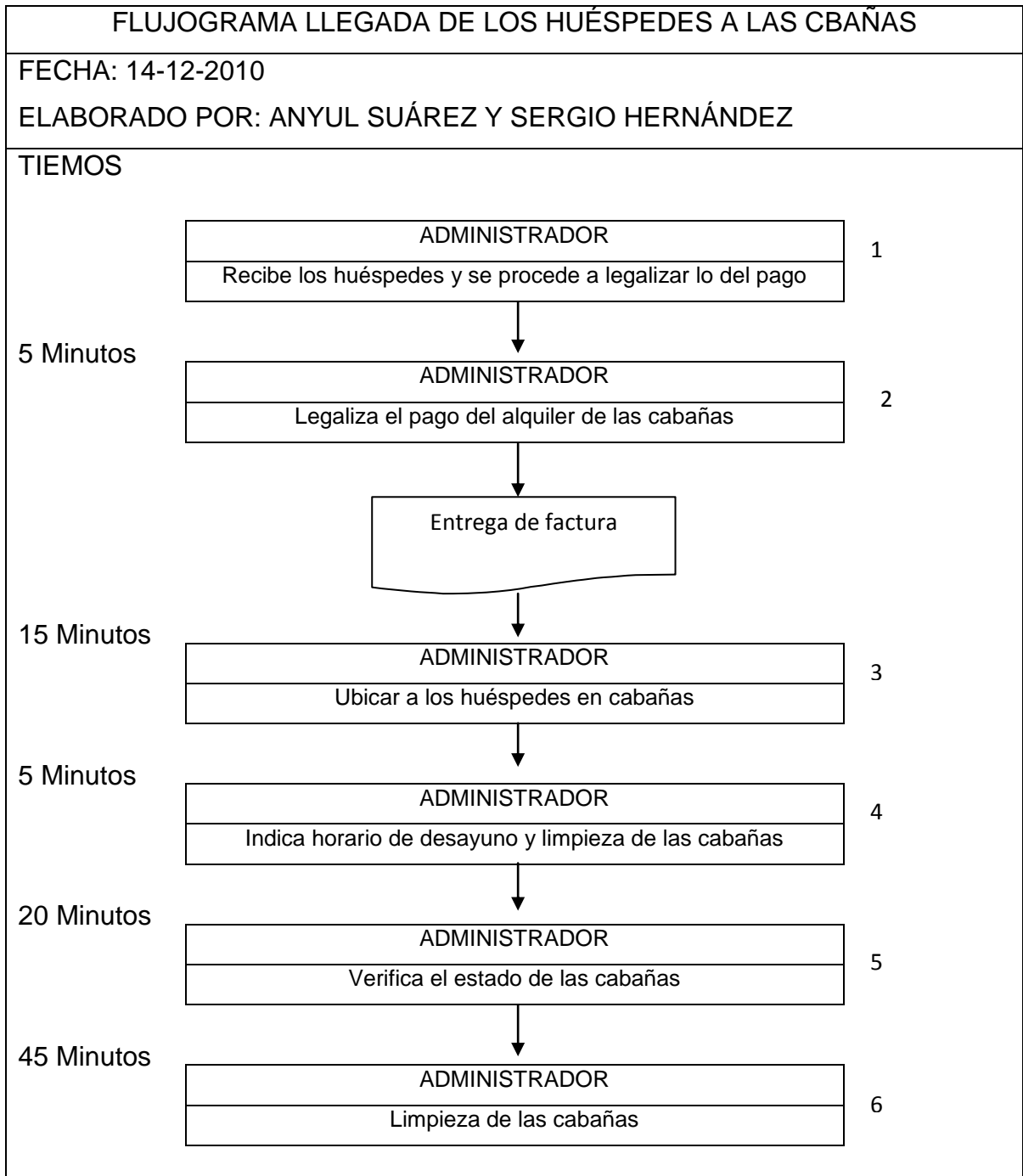






Fuente: Autores del proyecto

3.3.3.2 Flujo grama para la prestación del servicio. A continuación se realiza el proceso de recibimientos de los huéspedes a las cabañas.



Fuente: Autores del proyecto

3.3.4 Control de calidad. Para realizar el control de calidad en el servicio se hace necesario tener en cuenta varios aspectos a evaluar, entre ellos, los proveedores, la venta del servicio de alquiler de las cabañas y la ejecución del mismo.

Para ello será necesario indagar en los hogares que hayan adquirido el servicio y disfrutado de ello como les pareció su estancia en las cabañas, y a partir de ello tomar los correctivos necesarios para hacer de este el mejor servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos. De parte de los proveedores es observar la calidad de todos los bienes suministrados por ellos, ya que la calidad de estos influye que el huésped se sienta cómodo en la cabaña.

Es muy importante también cumplir con la ley general de Turismo y las normas del sector Hotelero de la Asociación Hotelera de Colombia (COTELCO). Entre las exigencias están:

Habilidades y destrezas del recurso humano

Calidad en la operación de las cabañas

Calidad en los servicios de las cabañas

Calidad de compromiso con el medio ambiente

Es importante que al momento del ingreso y ubicación de todos los huéspedes se realice el Check in y en la salida o entrega de la habitación el Check out por cada grupo de personas que se encuentre en una cabaña.

- **Servicio al cliente.** Todos reconocen que este es un aspecto importante para el éxito de toda empresa, sea cual sea su actividad. Este servicio debe ser prestado con calidad humana y técnica para que el cliente quede satisfecho y con deseo de volver adquirir el servicio de alquiler de las cabañas Villa Paula.

En este caso el personal que preste el servicio debe estar debidamente capacitado en todo lo relacionado al servicio al cliente, protocolo y etiqueta, desde

el momento que lleguen los huéspedes a las cabañas hasta el momento que culmine el servicio. Consiste en darle un recibimiento adecuado al cliente, este esta a cargo del administrador y ubicarlo en las cabañas que les corresponda, después esta estar al pendiente que las cabañas estén dotadas de todos los accesorios con que se ofreció el servicio y limpias, el desayuno a la hora indicada y no generar ningún retraso.

3.3.5 Recursos

3.3.5.1 Recurso humano. El personal requerido para la puesta en marcha del servicio es:

Tabla 3. Personal requerido

CANTIDAD	CARGO
1	Administrador
1	Secretaria – auxiliar contable
1	Celador
2	Oficios varios
1	Contador

Fuente: Autores del proyecto

3.3.6 Recurso físico. Son todos los muebles y enseres necesarios para la dotación de las cabañas. Para adquirir la licencia de construcción y servicios públicos de las cabañas se presenta el proyecto ante las entidades correspondientes, como son la Alcaldía del Municipio de la Mesa de los Santos, Electrificadora de Santander y CDMB. El tiempo promedio del proceso de licencia está en 30 a 60 días. Y el tiempo estimado para la construcción de las cabañas y sus adecuaciones es de 8 meses.

Tabla 4. Materiales para la construcción de las cabañas

CONCEPTO	CANTIDAD
Lavaplatos acero north	11
Kit mezclador lavaplatos danubio	11
Pacas pegador gris x 30 kilos	75
Cuñete de pintura blanca	11
Tubo PVC sanitario novatec de 3"x6mts	11
Tubo PVC sanitario novatec de 2"x6mts	11
Tubo PVC presión 1/2 RDE-9 T/P X 6 MTS	13
Combo Shelby blanco completo (alfa)	11
Caja pared ferrara blanco 20,3x30,5 (1.73 mts)	21
Caja pared venus cafe 20.3x30.5 alfa comercial (1.73)	21
Caja piso moncayo 33.8x33.8 (1.02)	11
Ladrillo H-10 (30cms) ladrillos y tubos	16800
Metro de arena fina	70
Metro arena pareja	71
Metro triturado 3/4	80
Varilla corrugada de 9 mm x 60 x 6 mts	150
Kilo hierro 1/4 x 60 mil	80
Bulto de cemento Boyacá gris x 50 kilos	1352
Unidad tablon 25x25 primera (8 unid. Mts)	496
Puerta andes 2.00x0.85 mts	38
Ventanas	43
Marco Americano 10 cm ref. 19101	33
Tejas de barro grande	29500
Rollo sikafelt x 40 mts ref.845095	11
Tomacorriente doble n. Genesis blanco	30
Interruptor doble n. Genesis blanco	30
Plafón plástico ave	30
Madera radiata seca 4.1 cmx9 cm x 3.962 mts	105
Madera radiata seca 4.1 cmx6,5cmx3.2 mts	420
Tira de machimbre arauco 9 mmx9cmx3.20 mts	560
Cable No. 12 mts	500
Vigas de madera	4
Palos de madera	20
Parrillas en acero inoxidable	3
Tanque de elevación	1
Cocina industrial	1
Calentadores	11

Cilindro a gas de 100 incluye regulador y manguera	1
Transformador comercial	1
Orquídeas varias especies	7
Maya en alambre	30

Fuente: Ferretería al Día

Tabla 5. Muebles y enseres

CONCEPTO	CANTIDAD
Camas dobles	10
Camarotes	5
Comedores 2 puestos	5
Comedores 6 puestos	5
Neveras haceb 249 lts gris	11
Estufas haceb 4 puestos	10
Lavadora samsung 31 libra	1
Calentadores	11
Televisores 22" LCD Samsung	15
Juegos de salas sencillos	10
Vajilla completo	10
Escritorio estudiantil practimac	1
Sillas rimax	30
Licuadoras Oster	10
Ornos microondas LG	10
Extintor	1
Moto bomba	1
Hidroflo	1
Tanque de agua 24 ltrs	1

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 6. Equipo de cómputo y comunicaciones

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Computador portátil
1	Escritorio
1	Impresora
3	Teléfono celular
1	Teléfono fax

1	Botiquín
---	----------

Fuente: Autores del proyecto

3.3.6.2 Recurso de insumo. Como insumo para ofrecer un buen servicio de alquiler, se contará con los siguientes accesorios.

Tabla 7. Accesorios

CANTIDAD	DESCRIPCION
20	Juegos de cobijas sencillas y dobles
20	Juegos de toallas para el cuerpo
15	Toallas de manos
10	Hamacas
20	Almohadas
15	Papeleras para los baños
11	Recolector de desechos

Fuente: Autores del proyecto

3.3.6.3 Desayuno. Con el servicio de alquiler de las cabañas, el cliente adquiere el desayuno para todos los días que se hospede en las cabañas, esto quiere decir que no debe hacer un pago adicional. El número de desayuno a ofrecer va de acuerdo a los huéspedes instalados en las cabañas y serán adquiridos en un restaurante de la zona.

Tabla 8. Desayuno

Personas (promedio)	No. cabañas	No. personas	Días durante el mes
Cabañas grandes 4	5	20	12
Cabañas pequeñas 2	5	10	30
Total		30	360

Fuente: Autores del proyecto

3.3.7 Estudio de proveedores. Teniendo en cuenta la gran oferta que hay en la ciudad de todos los materiales que se necesitan y todo lo necesario para dotar las cabañas de lo necesario para ofrecer un excelente servicio, se tendrá en cuenta los sitios conocidos que hay en la ciudad como lo son:

- Ferretería Al Día
- Materiales y metales ferretería
- Ferretería La casita, entre otras.

Para la compra de los muebles y enseres se encuentran los siguientes proveedores:

- Almacenes éxitos
- Mercadefam
- Carrefour

3.3.8 Distribución de la planta. Comprende el área donde serán construidas las cabañas en una extensión de 2 hectáreas, las cabañas sencillas tendrán una extensión de 42 mts² y las dobles 62 mts². A continuación se muestran imágenes y planos de las cabañas de dos personas y de cinco personas.

Figura 9. Planos de las cabañas Villa Paula



3.3.9 Logística de distribución. Por tratarse de cabañas que se ofrecerán en alquiler no hay como tal necesidad de crear una logística de distribución, ya que las cabañas están distribuidas y no se hace necesario implementar un sistema de de distribución.

Todo lo contrario pasa con el desayuno que va incluido en el servicio de alquiler de las cabañas, estos serán adquiridos en un restaurante de la zona, y como son varios desayunos, el restaurante los enviará hasta las instalaciones de las cabañas.

3.4 CONCLUSION SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

Se puede concluir a partir de los datos recolectados en el trabajo de campo que se realizó en el estudio de mercados, y de acuerdo a las diferentes capacidades se tendría que la diseñada será de 12.343 servicios/año.

La capacidad instalada de la empresa corresponde a la capacidad máxima disponible para el buen desarrollo del servicio de alquiler de las cabañas, ofreciendo 6.171 servicios por año, los 7 días de la semana.

Para la capacidad utilizada de las cabañas para el presente proyecto es de 2.469 servicios por año, los 7 días en la semana por mes en el primer año, incluyendo fines de semana, puentes festivos y algunos viernes del mes.

Con respecto a la localización del proyecto, se tiene claro donde se construirá en la Mesa de los Santos en un periodo estimado de 8 meses, ya que es un terreno propio y está ubicado muy cerca al centro de la Mesa de los Santos, también el teleférico y de fácil acceso.

Para ofrecer un servicio de calidad se cuenta con el personal idóneo, quien esta en la capacidad de brindar toda la información necesaria sobre el servicio y recibir a los huéspedes, alojarlos en la cabañas y garantizar que la estancia de ellos se de sin ningún inconvenientes.

También se cuenta con los proveedores necesarios de todos los suministros de los insumos, materiales, equipos, muebles, enseres.

Para concluir se puede afirmar que se cuenta con el terreno necesario y este cumple con todas las condiciones óptimas para la construcción de las 10 cabañas.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

En este estudio se tratará los temas relacionados a continuación:

- Forma de constitución
- Constitución de la empresa
- Estructura organizacional

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

- **Constitución jurídica:** La nueva empresa se constituirá como Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S., es el nuevo tipo de sociedad creado por la ley 1258 de 2008, caracterizado por ser una estructura societaria de capital, con autonomía y tipicidad definida, regulada por normas de carácter dispositivo que permiten no sólo una amplia autonomía contractual en el diseño del contrato social, sino además la posibilidad de que los asociados definan las pautas bajo las cuales han de gobernarse sus relaciones jurídicas.

El registro de la SAS es constitutivo, lo que implica que una vez inscrita la sociedad, forma una persona jurídica distinta de los socios. Mientras no se inscriba debidamente la sociedad, si es pluripersonal, funciona como una sociedad de hecho y si es unipersonal, el accionista responde personalmente por las obligaciones contraídas.

- **Constitución legal:** Toda SAS pueden constituirse por una o varias personas, se aclara que esta sociedad estará conformada por dos socios quienes son Sergio Hernando Villareal Mesa y Anyul Suárez Sánchez, aportando cada uno \$ 78.488.363 para un total de \$ 156.976.725; mediante la inscripción de cualquiera de los siguientes documentos:

a) Mediante documento privado, autenticado, reconocido o con presentación personal por sus signatarios (Párrafo 1 artículo 5° Ley 1258 de 2008, Artículo 40 Ccio).

b) Mediante escritura pública de constitución, cuando hay aporte de inmuebles (Parágrafo 2° Artículo 5°, Artículos 6° y 7°), o cuando los accionistas lo consideren de utilidad.

Cualquiera que sea el documento escogido debe contener los siguientes requisitos:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas (ciudad o municipio).
 - Razón social seguida de las palabras Sociedad por Acciones Simplificada o SAS.
 - Domicilio principal: ciudad o municipio elegido para desarrollar la actividad de la sociedad. Si en el acto de constitución se establecen sucursales se debe indicar el municipio donde estarán ubicadas.
 - Término de duración: La SAS podrá tener término de duración indefinido. En todo caso, en ausencia de estipulación contractual el término de duración será indefinido.
- Es la forma de sociedad más común en Colombia entre las pequeñas y medianas empresas, principalmente porque permite la colaboración directa de los socios en las actividades de la empresa, cuya relación está basada en el conocimiento y confianza mutua.

El capital se pagará en los plazos establecidos en los estatutos. Este plazo no podrá exceder el término de dos (2) años.

- Las SAS permite pactar la prohibición de negociar acciones, que en todo caso, no podrá exceder el término de diez (10) años, prorrogables por períodos de diez (10) años.
- Forma de administración: establecer en forma clara y precisa la forma de administración de los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los representantes legales y administradores.
- Nombre, identificación y facultades de los administradores. Se debe designar, cuando menos un Representante Legal.
- Nombramientos: indicación del nombre, apellidos e identificación de los representante legales, miembros de junta directiva (si está creado el órgano en sus estatutos), revisores fiscales, según el caso.

Para realizar la inscripción del documento de constitución y la matrícula de la SAS se deberá seguir los siguientes pasos:

- Presentar el documento de constitución con los requisitos mencionados en esta guía, junto con el formulario de matrícula de sociedades, diligenciado con la información solicitada, de manera exacta y fidedigna. Evite tachones y enmendaduras.
- Cancelar el valor de los derechos de inscripción correspondientes al documento de constitución y la matrícula mercantil de la sociedad, los cuales liquidará el cajero de la respectiva cámara de comercio, con base en el capital suscrito de la sociedad.
- Diligenciar el formulario adicional de registro para fines tributarios, con el propósito de tramitar el Número de Identificación Tributaria (NIT), quedar inscrito en el Registro Único Tributario (RUT) que lleva la DIAN, y en el Registro de Información Tributaria (RIT) que llega la Secretaría de Hacienda del Distrito, si fuere el caso.

- **Legalización Comercial.** Hace referencia a la inscripción y obtención de registro y matrícula mercantil en la Cámara de Comercio. Tratándose de personas jurídicas adicionalmente deben registrarse ante la notaria.

El procedimiento para la legalización comercial de las sociedades de responsabilidad limitada, es la siguiente:

- Carta de estudio del nombre comercial, ante la Cámara de Comercio.
- Realización ante un notario público de la correspondiente escritura pública, debidamente autenticada. Dicha escritura debe contener por lo menos la razón social del nuevo negocio, nombres completo de los socios, domicilio comercial, capital social aportado, facultades del representante legal y nombramientos respectivos.
- Dentro del mes siguiente a la fecha de otorgamiento de la Escritura Pública, el Representante Legal debe presentar en la oficina de Registro Mercantil de la Cámara de Comercio con los siguientes documentos:
 - Copia notarial de la escritura pública de constitución.
 - Formulario de la matrícula mercantil correctamente diligenciado.
 - Carta de aceptación de los representantes legales y miembros de la junta directiva con la firma autenticada, indicando el número de documento de identidad.
 - Carta de apertura del establecimiento de comercio, firmada por el representante legal.
 - Una vez se haya obtenido la aprobación se procederá a solicitar el Certificado de Existencia y Representación Legal de la sociedad.
 - Realizada correspondiente matrícula mercantil, se procede a la inscripción y registros de los libros mercantiles. Estos libros están conformados por:

Libros de actas de la Junta de Socios

Libros de Contabilidad; caja, diario, mayor, balances e inventarios

Para la inscripción y registros de libros mercantiles, el Representante Legal, debe solicitar y diligenciar el formulario respectivo en la oficina del registro Mercantil de la Cámara de comercio.

- **Legalización de funcionamiento:** El permiso de funcionamiento de la nueva empresa debe ser solicitado en la oficina de Planeación Municipal, el cual otorgará un concepto sobre el manejo y el uso del suelo del lugar donde se instalará la empresa para ser presentado en la Cámara de Comercio, afiliación a la Asociación Hotelera de Colombia – COTELCO, e inscripción al Ministerio de Industria y Comercio.

- **Legislación Laboral:** Hace referencia a las prestaciones de pago indirecto que la nueva empresa debe realizar a las diferentes instituciones públicas y privadas.

La ley 100 de 1993, contiene la reglamentación en materia de Seguridad Social, la cual busca fundamentalmente darle al país un nuevo Sistema General de Seguridad Social que proporcione cobertura integral de las contingencias, especialmente las que menoscaben la salud y la capacidad económicas de los Colombianos.

La Seguridad Social es un servicio público de carácter obligatorio que se presta bajo la dirección, coordinación y control del estado, en sujeción a los principios de la eficiencia, universalidad y solidaridad en los términos que establezca la ley.

La ley 100 de 1993 define claramente las obligaciones que el empleador tiene para con el trabajador por concepto de prestaciones sociales de afiliarlos a una EPS, Fondo de Pensiones, ARP y Caja de Compensación, las cuales tienen la obligación de apropiarse una nueva empresa. Véase la tabla No. 8. Prestaciones sociales de pago directo e indirecto a cargo del patrono.

Tabla 9. Porcentajes de prestaciones sociales

PRESTACIONES SOCIALES	FACTOR
Prestaciones de pago directo	
Cesantías	8.33%
Intereses de Cesantías	1%
Vacaciones anuales	4.17%
Prima de servicios	8.33%
Total de prestaciones de pago directo	21.83%
Prestaciones de pago indirecto	
<i>Seguridad Social</i>	
Aportes a E.P.S.	8.5%
Aporte a A.F.P. año 2010	12%
Aportes A.R.P. Clase III	2.436%
<i>Aportes Parafiscales</i>	
Caja de compensación familiar	4%
SENA	2%
I.C.B.F	3%
Total prestaciones de pago indirecto	31.936%
TOTAL FACTOR PRESTACIONAL A CARGO DEL PATRONO	53.766%

Fuente: Cartilla Laboral LEGIS 2010.

4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Para definir el propósito de la nueva empresa, su razón de ser y algunos aspectos de la cultura organizacional, se establecen a continuación las bases, principios y parámetros sobre los cuales se regirá:

- Visión
- Misión
- Objetivos
- Políticas

4.2.1 Visión. Las cabañas Villa Paula se proyectará para el año 2015 en ser las mejores a nivel regional y local en cuanto al servicio de alquiler a todos los hogares interesados en pasar uno días agradables en la Mesa de los Santos, ofreciendo un servicio integral, con cabañas dotadas de mueble y accesorios para la comodidad y confort de los huéspedes alojados en las cabañas.

4.2.2 Misión. Las cabañas Villa Paula ofrecerán a los hogares interesados en alojarse en ellas el servicio de hospedaje en la Mesa de los Santos para aquellas personas que busquen un lugar tranquilo y cómodo para descansar, con la más alta calidad del recurso humano y principios éticos.

4.2.3 Objetivos. La empresa fijará sus objetivos en el cumplimiento de las metas propuestas a mediano y largo plazo, en la búsqueda constante de su posicionamiento en el mercado ofreciendo un servicio de calidad y logrando la satisfacción del cliente interno y externo.

- Construir cabañas dotadas de todo lo necesario para brindar a los huéspedes comodidad y confort cuando se alojen en ellas.
- Darse a conocer en el mercado a nivel local y nacional, con el mejor servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos.
- Fijar precios que sean competitivos en el mercado.
- Crear un ambiente de trabajo donde prime la responsabilidad, ética y trabajo en equipo.
- Satisfacer las necesidades de todos los clientes, incentivándolos a volver a adquirir los servicios que se ofrecen con las cabañas.

4.2.4 Políticas

4.2.4.1 Políticas de personal. Se contará con un recurso humano preparado y con la experiencia de acuerdo a las funciones que cada uno realice.

El reclutamiento del personal se hará de la siguiente manera:

- Avisos publicitarios como periódicos e internet.
- Recolección de hojas de vidas recomendadas por empresas similares.
- Solicitud de hojas de vida en las instalaciones de la empresa.

Para la selección de personal se procederá de la siguiente forma:

- Se revisarán las hojas de vidas presentadas, sobre las cuales se hará una preselección.
- A las personas que enviaron las hojas de vidas seleccionadas se les informará por vía telefónicas y se les citará en fecha y hora previa la realización de entrevista.
- La entrevista permitirá conocer las expectativas y confirmar la experiencia laboral de los candidatos que se postularon para la vacante ofrecida por la empresa.
- Con base a los resultados obtenidos con la entrevista y la imagen obtenida se procederá a seleccionar el personal requerido.

Después de seleccionar el personal, se procede nuevamente a llamar a los candidatos que aprueban la selección, para que se presenten en las oficinas y reciban las instrucciones necesarias para la realización del contrato laboral.

Los contratos serán a término fijo por tres meses inicialmente, y si el empleado cumple las expectativas requerida por la empresa se realizara nuevamente el contrato, pero esta vez a un año, con posibilidades de renovación. En estas mismas condiciones se contratará al administrador y las personas de servicios

generales los cuales se les establecerán el salario de acuerdo a lo fijado en el código sustantivo de trabajo.

El contador será contratado por honorario debido a que la empresa es un ente pequeño y no requiere de su servicio permanente.

El equipo humano de la empresa deberá distinguirse por su excelente presentación, atención, poseer un trato especial y preferencial, amabilidad cortesía, calor humano, eficiencia y eficacia.

4.2.4.2 Políticas de compras. Las compras para el buen funcionamiento de las cabañas se realizaran de contado.

Los insumos necesarios para ofrecer un buen servicio serán adquiridos de proveedores confiable y que los productos sean de calidad.

4.2.4.3 Políticas de ventas. El servicio será ofrecido a todas las personas interesados en adquirirlos.

- El servicio de alquiler deberá ser cancelado en efectivo y a través de un medio electrónico antes de alojarse en las cabañas.
- Todos los servicios de alquiler deberán ser facturados.
- Los precios ofrecidos por las cabañas deben ser competitivos y que dejen un porcentaje de ganancia para la empresa.
- A través de los medios publicitarios dar a conocer el servicio, en busca de lograr la venta de los mismos.

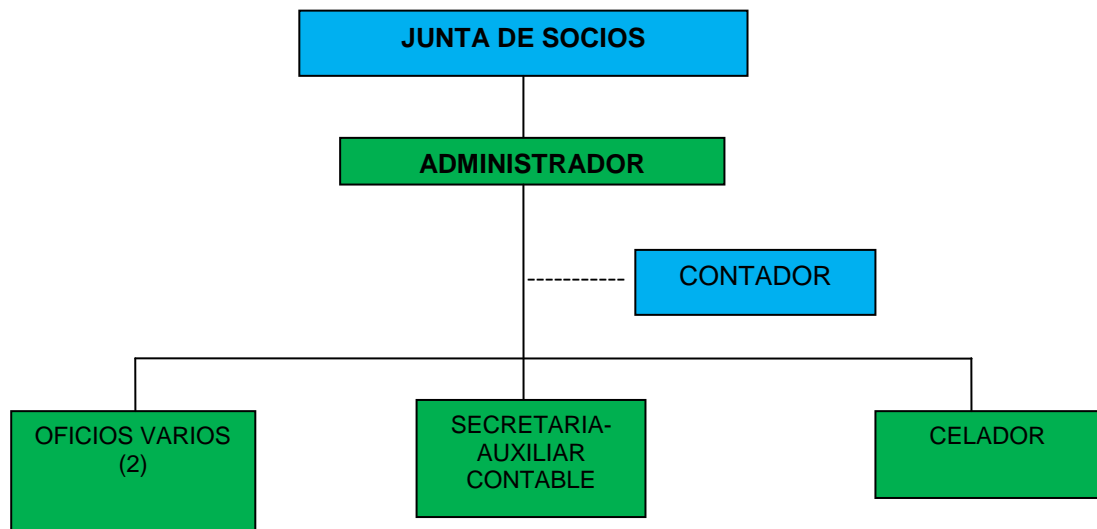
4.2.4.4 Políticas ambientales. Preservar el medio ambiente donde se construyan las cabañas.

- Organizar y recolectar todos los desechos que se generen cuando estén los huéspedes en las cabañas.
- Dar un buen uso a todos recursos naturales que se utilicen para ofrecer el servicio.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama. Con base fundamental para la organización de las actividades propias de la empresa se hace necesario la creación de un organigrama que defina claramente la funcionalidad de la empresa, el cual permita organizarla adecuadamente.


Figura 10. Organigrama



Fuente: Autores del proyecto

4.3.2 Descripción y perfil de cargos. A continuación se presenta la descripción y las especificaciones del cargo en relación con el perfil y las responsabilidades propias del mismo, para el normal desarrollo de la empresa y comercialización del servicio.

Tabla 10. Descripción de perfil del Gerente

 <p>VILLA PAULA CABAÑAS MESA DE LOS SANTOS</p>		<p>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES CABAÑAS VILLA PAULA CARGO: ADMINISTRADOR</p>	
NOMBRE DEL CARGO: Administrador		CÓDIGO: RM -01	FECHA: 19-12-2010
DEPARTAMENTO: Administración		DIVISIÓN: Administrativo	
SUPERVISA A: Oficina y Personal de oficios varios		CARGO DEL JEFE INMEDIATO: Junta de Socios	
<p>PERFIL: Haber terminado estudios universitarios en Gestión Empresarial, Administración de Empresa o Ingeniería Industrial. EXPERIENCIA: Mínima de 2 años</p>			
<p>FUNCIÓN PRINCIPAL</p> <p>Administrar ingresos y egresos, relaciones públicas, supervisar las actividades realizadas en toda la empresa.</p>			
<p>DETALLE DE FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Liderar y velar por el cumplimiento de la misión, visión, los principios y valores organizacionales de la empresa. ♦ Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentren comprometido. ♦ Cumplir y hacer cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en la empresa. ♦ Velar por la buena atención, servicio y asesoría al cliente. ♦ Coordinar todas las actividades para el buen desarrollo de las actividades de la empresa. ♦ Responder por los equipos, implementos e insumos de la empresa y velar por el buen uso y mantenimiento de los mismos. ♦ Manejar con responsabilidad y confiabilidad los recursos económicos generados en la prestación del servicio. ♦ Estar documentado sobre el sector y el nuevo conocimiento en lo referente a las normas de higiene y salud en lo concerniente a alimentos. ♦ Cumplir con las demás funciones que le sean asignadas por la junta y tengan relación con la naturaleza de su cargo. ♦ Ser el representante legal de la empresa. ♦ Realizar labores de promoción y venta del servicio ofrecido por la empresa. 			
EMPLEADO		JEFE INMEDIATO	ANALISTA

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 11. Descripción secretaria – auxiliar contable

		DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES CABAÑAS VILLA PAULA CARGO: SECRETARIA – AUXILIAR CONTABLE	
NOMBRE DEL CARGO: Secretaria - Auxiliar Contable		CÓDIGO: RM -02	FECHA: 19-12-2010
DEPARTAMENTO: Administrador		DIVISIÓN: Administración	
SUPERVISA A: Ninguno		CARGO DEL JEFE INMEDIATO: Administrador	
PERFIL: Técnica en Secretariado y Auxiliar Contable.			
EXPERIENCIA: Mínima de 1 año			
FUNCIÓN PRINCIPAL Facilitar y coordinar todos los procesos administrativos de la empresa.			
DETALLE DE FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> ◆ Elaborar la nomina y efectuar los pagos ◆ Pagar seguridad social ◆ Mantener al día la documentación de la empresa ◆ Velar por el cuidado de los equipos e inmuebles de la empresa ◆ Hacer cumplir las normas de seguridad industrial ◆ Coordinar actividades que ayuden al crecimiento corporativo de la empresa ◆ Elaborar los soportes contables necesarios. 			
EMPLEADO		JEFE INMEDIATO	ANALISTA

Fuente: Autores del proyecto


Tabla 12. Descripción de oficios varios

		DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES CABAÑAS VILLA PAULA CARGO: OFICIOS VARIOS	
NOMBRE DEL CARGO: Oficios varios 1		CÓDIGO: NV -03	FECHA: 19 - 12- 2010
DIVISIÓN: Operativa		DEPARTAMENTO: Operativo	
SECCIÓN: Planta		CARGO DEL JEFE INMEDIATO: Administrador	
SUPERVISA A: Ninguno		NÚMERO DE CARGOS IGUALES: Ninguno	
PERFIL: Mínimo 5to de primaria EXPERIENCIA: Mínima de 3 año			

FUNCIÓN PRINCIPAL: Limpieza y organización de las cabañas		
DETALLE DE FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ♦ Mantener las cabañas limpias y organizadas. 		
EMPLEADO	JEFE INMEDIATO	ANALISTA

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 13. Descripción de celador

		DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES CABAÑAS VILLA PAULA CARGO: CELADOR	
NOMBRE DEL CARGO: Celador	CÓDIGO: NV -04	FECHA: 19 - 12- 2010	
DIVISIÓN: Operativa	DEPARTAMENTO: Operativo		
SECCIÓN: Planta	CARGO DEL JEFE INMEDIATO: Administrador		
SUPERVISA A: Ninguno	NÚMERO DE CARGOS IGUALES: Ninguno		
PERFIL: Mínimo 5to de primaria y cursos de guardas de seguridad EXPERIENCIA: Mínima de 3 año			
FUNCIÓN PRINCIPAL: Vigilancia y seguridad de las cabañas			
DETALLE DE FUNCIONES			
<ul style="list-style-type: none"> ♦ Velar por la seguridad de las cabañas. 			
EMPLEADO	JEFE INMEDIATO	ANALISTA	

Fuente: Autores del proyecto

4.3.3 Asignación salarial. El salario será pactado para pago mensual, el cual estará comprendido en una escala que comenzará con un salario mínimo legal vigente mensual e irá ascendiendo de acuerdo a la carga laboral y características de responsabilidad asignadas al empleado, es decir, que los funcionarios administrativos y operativos estarán remunerados de acuerdo a las actividades desempeñadas..

En todo caso, el criterio para la asignación salarial corresponde al perfil profesional y experiencia del empleado para desarrollar la labor encomendada, teniendo en cuenta la excelente oferta de mano de obra presente en la región. Véase la siguiente tabla.

Tabla 14. Asignación salarial

CARGO	HONORARIOS	ASIGNACIÓN SALARIAL MENSUAL
Administrador		\$ 1.065.000(2 SMMLV)
Secretaria – Auxiliar contable		\$ 798.750 (1.25 SMMLV)
Oficios varios		\$ 532.500 (1 SMMLV)
Celador		\$ 798.750 (1.25 SMMLV)
Contador	\$ 530.000	Honorarios profesionales

SMMLV: Salario mínimo mensual legal vigente

Las prestaciones de ley serán pagadas en su totalidad, otorgando además subsidios de transporte y la dotación a los empleados que estén cobijados por este beneficio (asignación salarial menor o igual a un SMMLV). El contador de la empresa devengará honorarios de \$ 530.000 por los servicios mensuales prestados.

Igualmente del sueldo asignado le serán descontados los respectivos aportes correspondientes al trabajador para el pago a las E.P.S. y A.F.P. Por concepto de salud y pensión.

Las prestaciones sociales ordinarias se pagaran de conformidad con la ley 100 de 1993, como corresponda según el pago directo al trabajador o pago indirecto a través de instituciones oficiales y privadas como es el caso de seguridad social, I.C.B.F y SENA y Subsidio Familiar.

La dotación de calzado y overol reglamentada por medio de la ley 11 de 1984, se realizará a los trabajadores de planta que devenguen menos dos salarios mínimos legal vigente (2) SMMLV.

5. ESTUDIO FINANCIERO

Con el estudio financiero se pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total incurrido en el proceso operativo, administrativos, y de venta del servicio; los egresos e ingresos esperados, que servirán como base para la toma de decisiones en cuanto a la viabilidad del proyecto.

Las proyecciones financieras se desarrollarán teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Inversiones
- Costos
- Presupuesto ingresos y egresos
- Punto de equilibrio
- Flujo de caja proyectado
- Estado de resultado proyectado
- Balance general proyectado
- Cálculo de razones financieras

5.1. INVERSIONES. Las inversiones del proyecto comprende la adquisición de todos los activos necesarios para iniciar las operaciones en las cabañas.

Estas se clasifican de acuerdo a su naturaleza así:

- Inversión fija o tangible
- Inversión diferida
- Capital de trabajo o Inversión corriente

5.1.1 Inversión Fija. Son todos aquellos activos tangibles requeridos para el funcionamiento de las cabañas.

5.1.1.1 Terreno. Hace referencia al sitio donde se construirán las cabañas, está ubicado en la Mesa de los Santos y es propio, hay disponible 20.000 mts² de los cuales se utilizaran 544 mts² que son los necesarios para la construcción de las cabañas.

Cuadro 34. Terreno

CONCEPTO	HEC	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno 20.000 metros	2	\$ 50.000.000	\$ 100.000.000

Fuente: Autores del proyecto

5.1.1.2 Construcción y materiales. Teniendo en cuenta que para este proyecto solo es necesario 594 mts² para la construcción de las 10 cabañas, un kiosco, tres BBQ, la oficina y el jardín de orquídeas, el resto de terreno queda para zona verdes y de juegos. El tiempo estimado para la construcción de las cabañas es de 8 meses.

Cuadro 35. Construcción y adecuaciones

CONCEPTO	MTS2	VALOR UNITARIO \$	VALOR TOTAL CON IVA \$
Cabaña pequeña	210 mts ²	\$ 154.762	\$ 32.500.000
Cabaña grande	310 mts ²	\$ 193.548	\$ 60.000.000
Oficina y Kiosco	24 mts ²	\$ 150.000	\$ 3.600.000
BBQ (mano de obra)	3	\$ 200.000	\$ 600.000
Jardín de orquídeas	50 mts ²	\$ 1.000	\$ 50.000
TOTAL	544 mts²	\$ 498.310	\$ 96.700.000

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 36. Materiales

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO CON IVA \$	VALOR TOTAL CON IVA \$
Lavaplatos acero north	11	\$ 60.116	\$ 661.276
Kit mezclador lavaplatos danubio	11	\$ 32.901	\$ 361.911
Pacas pegador gris x 30 kilos	75	\$ 16.202	\$ 1.215.150

Cuñete de pintura blanca	11	\$ 65.603	\$ 721.633
Tubo PVC sanitario novatec de 3"x6mts	11	\$ 59.411	\$ 653.521
Tubo PVC sanitario novatec de 2"x6mts	11	\$ 39.776	\$ 437.536
Tubo PVC presion 1/2 RDE-9 T/P X 6 MTS	13	\$ 11.960	\$ 155.480
Combo Shelby blanco completo (alfa)	11	\$ 123.000	\$ 1.353.000
Caja pared ferrara blanco 20,3x30,5 (1.73 mts)	21	\$ 26.892	\$ 564.732
Caja pared venus cafe 20.3x30.5 alfa comercial (1.73)	21	\$ 26.297	\$ 552.237
Caja piso moncayo 33.8x33.8 (1.02)	11	\$ 16.083	\$ 176.913
Ladrillo H-10 (30cms) ladrillos y tubos	16800	\$ 846	\$ 14.212.800
Metro de arena fina	70	\$ 47.115	\$ 3.298.050
Metro arena pareja	71	\$ 47.115	\$ 3.345.165
Metro triturado 3/4	80	\$ 63.683	\$ 5.094.640
Varilla corrugada de 9 mm x 60 x 6 mts	150	\$ 4.500	\$ 675.000
Kilo hierro 1/4 x 60 mil	80	\$ 1.500	\$ 120.000
Bulto de cemento Boyaca gris x 50 kilos	1352	\$ 15.086	\$ 20.396.272
Unidad tablon 25x25 primera (8 unid. Mts)	496	\$ 1.102	\$ 546.592
Puerta andes 2.00x0.85 mts	38	\$ 75.736	\$ 2.877.968
Ventanas	43	\$ 400.000	\$ 17.200.000
Marco Americano 10 cm ref. 19101	33	\$ 52.800	\$ 1.742.400
Tejas de barro grande	29500	\$ 553	\$ 16.313.500
Rollo sikafelt x 40 mts ref.845095	11	\$ 82.800	\$ 910.800
Tomacorriente doble n. Genesis blanco	30	\$ 4.675	\$ 140.250
Interruptor doble n. Genesis blanco	30	\$ 4.958	\$ 148.740
Plafón plástico ave	30	\$ 1.391	\$ 41.730
Madera radiata seca 4.1 cmx9 cm x 3.962 mts	105	\$ 16.854	\$ 1.769.670
Madera radiata seca 4.1 cmx6,5cmx3.2 mts	420	\$ 9.494	\$ 3.987.480
Tira de machimbre arauco 9 mmx9cmx3.20 mts	560	\$ 2.908	\$ 1.628.480
Cable No. 12 mts	500	\$ 1.700	\$ 850.000
Vigas de madera	4	\$ 50.000	\$ 200.000
Palos de madera	20	\$ 20.000	\$ 400.000
Parrillas en acero inoxidable	3	\$ 50.000	\$ 150.000
Tanque de elevación	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Cocina industrial	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Calentadores	11	\$ 450.000	\$ 4.950.000
Cilindro a gas de 100 incluye regulador y manguera	1	\$ 184.500	\$ 184.500
Transformador comercial	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Orquídeas varias especies	7	\$ 7.000	\$ 49.000
Maya en alambre	30	\$ 6.000	\$ 180.000

Total costo de materia prima	50.685	\$ 6.280.557	\$ 112.466.426
-------------------------------------	---------------	---------------------	-----------------------

Fuente: Cotización- Ferretería Aldia – Anexo B

5.1.1.3 Mueble y enseres. Son los activos que la empresa necesita para brindar un excelente servicio a todos sus huéspedes.

Cuadro 37. Mueble y enseres

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO CON IVA \$	VALOR TOTAL CON IVA \$
Camas dobles	10	\$ 240.000	\$ 2.400.000
Camarotes	5	\$ 330.000	\$ 1.650.000
Comedores 2 puestos	5	\$ 200.000	\$ 1.000.000
Comedores 6 puestos	5	\$ 480.000	\$ 2.400.000
Neveras haceb 249 lts gris	11	\$ 810.345	\$ 8.913.795
Estufas haceb 4 puestos	10	\$ 60.000	\$ 600.000
Lavadora samsung 31 libra	1	\$ 848.184	\$ 848.184
Calentadores	11	\$ 410.000	\$ 4.510.000
Televisores 22" LCD Samsung	15	\$ 550.767	\$ 8.261.505
Juegos de salas sencillos	10	\$ 64.569	\$ 645.690
Vajilla completo	10	\$ 22.000	\$ 220.000
Escritorio estudiantil practimac	1	\$ 49.423	\$ 49.423
Sillas rimax	30	\$ 20.000	\$ 600.000
Licadoras Oster	10	\$ 125.000	\$ 1.250.000
Ornos microondas LG	10	\$ 80.000	\$ 800.000
Extintor	1	\$ 38.000	\$ 38.000
Moto bomba	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Hidroflo	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Tanque de agua 24 ltrs	1	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
TOTAL	148	\$ 12.828.288	\$ 42.686.597

Fuente: Cotización

5.1.1.4 Accesorios. Elementos utilizados como complementos para que las cabañas cumplan su objeto del servicio al cliente.

Cuadro 38. Accesorios

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO CON IVA \$	VALOR TOTAL CON IVA \$
Cobijas sencillas	24	\$ 68.000	\$ 1.632.000
Cobijas dobles	24	\$ 68.000	\$ 1.632.000
Toallas de cuerpo	23	\$ 38.000	\$ 874.000
Toallas de manos	20	\$ 11.500	\$ 230.000
Sábanas sencillas	24	\$ 44.600	\$ 1.070.400
Sábanas dobles	12	\$ 57.600	\$ 691.200
Almohadas	40	\$ 18.500	\$ 740.000
Amahacas	20	\$ 30.000	\$ 600.000
Papeleras para baños	15	\$ 7.000	\$ 105.000
Recolector de desechos para la cocina	11	\$ 10.000	\$ 110.000
TOTAL	213	\$ 353.200	\$ 7.684.600

Fuente: Cotizaciones

5.1.1.5 Equipos de oficina. Son todos los elementos de cómputo y comunicación para llevar a cabo parte del servicio de alquiler de cabañas que se va a ofrecer.

Cuadro 39. Equipo de oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO CON IVA \$	VALOR TOTAL CON IVA \$
Portátil DELL, disco duro de 120 Gb, monitor LCD de 19" combo atx (teclado, mouse y parlantes), incluye licencia Windows.	1	\$ 1.326.172	\$ 1.326.172
Impresora multifuncional EPSON TX115	1	\$ 165.000	\$ 165.000
Estabilizador New Line 1000 va	2	\$ 35.000	\$ 70.000
Telefax Panasonic KX FT - 77	1	\$ 235.000	\$ 235.000
Calculadora Casio DR – 120 LB 12 dígitos	2	\$ 12.500	\$ 25.000
Plan empresarial de comunicación móvil (3 equipos) e internet mensual incluye IVA)	1	\$ 275.500	\$ 275.500
TOTAL	8	\$ 2.049.172	\$ 2.096.672

Fuente:http://www1.la.dell.com/content/topics/segtopic.aspx/desktops_great_deals-Enero 06 de 2011.

5.1.1.6 Total inversión fija. Valor total de inversión fija para la puesta en marcha del servicio de alquiler de cabañas.

Cuadro 40. Total inversión fija

CONCEPTO	VALOR TOTAL CON IVA
Terreno	\$ 100.000.000
Construcción y adecuaciones	\$ 96.700.000
Materiales	\$ 112.466.426
Muebles y enseres	\$ 42.686.597
Accesorios	\$ 7.684.600
Equipos de oficina	\$ 2.096.672
TOTAL	\$ 361.634.295

Fuente: Autores del proyecto

5.1.2 Inversión diferida. Se realiza sobre el servicio o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto, tales como: estudio de factibilidad, supervisión del proyecto, gastos de montaje, gastos de constitución, estudio técnico y jurídico y gastos de lanzamiento relacionados con promoción y publicidad. Además asume el costo por concepto de logística y necesidades operativas que se presenten en la empresa.

Cuadro 41. Inversión diferida

DESCRIPCIÓN	VALOR \$
Estudio de factibilidad	\$ 3.100.000
Licencia de construcción	\$2.000.000
Diseños planos de la cabañas	\$3.000.000
Licencia de funcionamiento	\$ 258.000
Escritura de constitución	\$ 344.317
Registro de libros y documentos	\$ 9.000
Registro mercantil	\$ 1.619.215
Lanzamiento	\$ 2.474.000
Aviso	\$ 480.000
Otros	\$ 240.000
TOTAL	\$ 13.524.532

Fuente: Autores del proyecto

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. Es el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para el funcionamiento del proyecto. Son los costos necesarios para prestar el servicio y funcionamiento de la empresa en un mes.

5.1.3.1 Mano de obra directa. Son los costos directos de prestar el servicio durante el primer año.

Cuadro 42. Mano de obra personal de oficios varios

CONCEPTO	VALOR \$
Sueldo (Personal oficios varios 2)	\$ 1.071.200
Subsidio de transporte (63.500)	\$ 127.000
Prima 8.33%	\$ 89.231
Vacaciones 4.17%	\$ 44.669
Cesantías 8.33%	\$ 89.231
Intereses cesantías 1%	\$ 10.712
Caja de compensación familiar 4%	\$ 42.848
I.C.B.F. 3%	\$ 32.136
SENA 2%	\$ 21.424
Salud 8.5%	\$ 91.052
Pensión 12%	\$ 128.544
Riesgos profesionales 0.522%	\$ 5.592
Dotación 7%	\$ 74.984
TOTAL MES	\$ 1.828.623
TOTAL AÑO	\$ 21.943.471

Fuente: Autores del proyecto

5.1.3.2.1 Costos directos de prestar el servicio

5.1.3.2.1.2 Desayuno

Cuadro 43. Desayuno

Personas (promedio)	No. cabañas	No. personas	Días durante el mes	Valor desayuno mensual x Persona	Valor desayuno anual
Cabañas grandes 4	5	20	12	\$ 4.000	\$ 1.440.000
Cabañas pequeñas 2	5	10	30	360 desayunos	12 meses
TOTAL		30	360	\$ 1.440.000	\$ 17.280.000

Fuente: Autores del proyecto

5.1.3.1.3 Costos indirectos de prestar el servicio. Llamados también costos generales de servicio y están relacionado con la prestación del servicio.

Cuadro 44. Insumos

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR \$/Ud.	VALOR \$/MES	VALOR \$ AÑO
Energía	274 vatios	\$ 390	\$ 118.407	\$ 1.420.884
Gas	100 Lb	\$ 800	\$ 80.000	\$ 960.000
Detergente	27 Kl	\$ 2.500	\$ 67.500	\$ 810.000
TOTAL			\$ 265.907	\$ 3.190.884

Fuente: Autores del proyecto

- **Otros costos del servicio:** Existen también otros costos del servicio, como el mantenimiento de las cabañas, la depreciación de mueble y enseres, equipos de oficina, e impuesto de industria y comercio.

Para el mantenimiento de los siguientes activos se destinará un presupuesto fijo anual del 5% sobre su costo histórico y se toma este porcentaje ya que es la inversión necesaria para cubrir este costo, de igual manera el porcentaje tomado para el seguro.

Cuadro 45. Mantenimiento edificaciones, muebles y enseres y equipo de oficina.

Activo	valor del activo	proporción %	valor \$/año	valor \$/mes
Edificaciones	\$ 96.100.000	5,00%	\$ 4.805.000	\$ 400.417
Muebles y enseres	\$ 42.686.597	5,00%	\$ 2.134.330	\$ 177.861
Equipo de Cómputo y Oficina	\$ 2.096.672	5,00%	\$ 104.834	\$ 8.736
TOTAL	\$ 140.883.269		\$ 7.044.163	\$ 587.014

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 46. Depreciación de edificaciones, mueble y enseres y equipos de cómputo y oficina.

Activo	valor del activo	Años depreciables	Depreciación año	Depreciación mes
	Edificaciones	\$ 96.700.000	20	\$ 4.835.000
Muebles y enseres	\$ 42.686.597	10	\$ 4.268.660	\$ 355.722

Equipo de Computo y Oficina		5	\$ 419.334	
	\$ 2.096.672			\$ 34.945
TOTAL	\$ 141.483.269	-	\$ 9.522.994	\$ 793.583

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 47. Seguro edificaciones, mueble y enseres y equipo de cómputo y oficina.

Activo	valor del activo	proporción %	valor \$/año	valor \$/mes
Edificaciones	\$ 96.100.000	1,00%	\$ 961.000	\$ 80.083
Muebles y enseres	\$ 42.686.597	1,00%	\$ 426.866	\$ 35.572
Equipo de Cómputo y Oficina	\$ 2.096.672	1,00%	\$ 20.967	\$ 1.747
TOTAL	\$ 140.883.269		\$ 1.408.833	\$ 117.403

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 48. Amortización de diferidos

Concepto	Valor del activo	años amortizables	valor amortización año	valor amortización mes
Diferidos	\$ 13.524.532	5	\$ 2.704.906	\$ 225.409
Total amortización	\$ 13.524.532	5	\$ 2.704.906	\$ 225.409

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 49. Impuesto de Industria y comercio

VENTAS ANUALES	VALOR \$/AÑO	VALOR \$/MES
345.660.000	\$ 3.456.600	\$ 288.050

Fuente: Autores del proyecto

Este costo se tiene en cuenta ya que es generado por las ventas realizadas en el año y la tarifa establecida en la ciudad de Bucaramanga es de 10xmil sobre el neto de las ventas de servicios en el año.

Cuadro 50. Total costos indirectos del servicio

DESCRIPCIÓN	VALOR/AÑO
Insumos	\$ 3.190.884
Impuesto de industria y comercio	\$ 3.456.600
Depreciación edificaciones, equipo de oficina	\$ 9.522.994
Mantenimiento	\$ 7.044.163

Seguro	\$ 1.408.833
Amortización de diferidos	\$ 2.704.906
TOTAL	\$ 27.328.380

Fuente: Autores del proyecto

En el anterior cuadro se hace un resumen detallado de todos los costos indirectos del servicio los cuales tienen un valor anual de \$ 27.328.380.

5.1.3.1.4 Total costo del servicio. El siguiente cuadro muestra el consolidado de los costos del servicio para el primer año del proyecto.

Cuadro 51. Total costo del servicio

CONCEPTO	VALOR \$/AÑO	VALOR \$/MES
Mano de obra directa	\$ 21.943.471	\$ 1.828.623
CIF	\$ 27.328.380	\$ 2.277.365
Costo directos mensuales (desayunos)	\$ 17.280.000	\$ 1.440.000
TOTAL	\$ 66.551.852	\$ 5.545.988

Fuente: Autores del proyecto

5.1.3.2 Gastos administrativos y ventas. En el siguiente cuadro se presupuesto todos los gastos generales de la empresa y se incluyo los honorarios mensual del contador externo.

- **Mano de obra Indirecta:** Corresponde al 100% de los costos por concepto de sueldos y prestaciones sociales y parafiscales (pago directo e indirecto a cargo del empleador según la legislación actual).

Cuadro 52. Personal de administración

CONCEPTO	Administrador	Secretaria auxiliar contable	Celador
Sueldo	\$ 1.071.200	\$ 803.400	\$ 803.400
Subsidio de transporte (63.500)	0	63.500	63.500
Prima 8.33%	\$ 89.231	\$ 66.923	\$ 66.923
Vacaciones 4.17%	\$ 44.669	\$ 33.502	\$ 33.502
Cesantías 8.33%	\$ 89.231	\$ 66.923	\$ 66.923

Intereses cesantías 1%	\$ 10.712	\$ 8.034	\$ 8.034
Caja de compensación familiar 4%	\$ 42.848	\$ 32.136	\$ 32.136
I.C.B.F. 3%	\$ 32.136	\$ 24.102	\$ 24.102
SENA 2%	\$ 21.424	\$ 16.068	\$ 16.068
Salud 8.5%	\$ 91.052	\$ 68.289	\$ 68.289
Pensión 12%	\$ 128.544	\$ 96.408	\$ 96.408
Riesgos profesionales 0.522%	\$ 5.592	\$ 4.194	\$ 4.194
Dotación 7%	0	\$ 56.238	\$ 56.238
TOTAL MES	\$ 1.626.639	\$ 1.339.717	\$ 1.339.717
TOTAL AÑO	\$ 19.519.663	\$ 16.076.604	\$ 16.076.604
TOTAL POR AÑO			\$ 51.672.871

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 53. Gastos generales

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Honorarios del asesor contable	\$ 530.000	\$ 6.360.000
Publicidad	\$ 170.000	\$ 2.040.000
Seguros	\$ 164.000	\$ 1.968.000
Cafetería	\$ 35.000	\$ 420.000
Papelería	\$ 55.000	\$ 660.000
Escoba	\$ 4.000	\$ 8.000
Trapero	\$ 4.500	\$ 18.000
Papelera de piso	\$ 3.000	\$ 3.000
Perforadora Rank	\$ 6.000	\$ 6.000
Cosedora Rank 340	\$ 8.000	\$ 8.000
Tijeras	\$ 2.000	\$ 2.000
Aseo y desinfección	\$ 35.000	\$ 420.000
TOTAL	\$ 1.016.500	\$ 11.913.000

Fuente: Autores del proyecto

5.1.3.3 Gastos financieros. Los gastos financieros son los desembolsos en efectivo que la nueva empresa por concepto de interés bancario destinado a financiar parte de inversión del proyecto, este interés equivale a \$ 3.756.633 mensual. Este equivale a \$ 235.465.088 diferido a 60 meses. Véase cuadro No. 57.

5.1.3.4 Capital de trabajo. La inversión adicional líquida que se debe aportar para que las cabañas empiecen a prestar el servicio, se determina según los siguientes datos. Este capital de trabajo es para el funcionamiento de un mes de la empresa y prestar el servicio adecuadamente.

Cuadro 54. Capital de trabajo

CONCEPTO	VALOR
Costo del servicio	\$ 7.640.517
Gastos administrativos	\$ 5.885.836
Gastos Financieros	\$ 3.756.633
Total capital de trabajo	\$ 17.282.986

Fuente: Autores del proyecto

5.1.3 inversión total. En el siguiente cuadro se puede observar el monto de la inversión para este proyecto.

Cuadro 55. Inversión total

CONCEPTO	VALOR	%
Inversión fija	\$ 361.634.295	93%
Inversión diferida	\$ 13.524.532	3%
Capital de trabajo	\$ 17.282.986	4%
TOTAL	\$ 392.441.813	100%

Fuente: Autores del proyecto

5.1.5 Fuentes de financiación

Cuadro 56. Fuentes de financiación

CAPITAL DISPONIBLE	% PARTICIPACIÓN	VALOR
Recursos propios	40%	\$ 156.976.725
Recursos de terceros (préstamo bancario)	60%	\$ 235.465.088
TOTAL	100%	\$ 392.441.813

Fuente: Autores del proyecto

- **Recursos propios:** El proyecto se realizará con el 40% de aportes de dos (2) socios, los cuales podrán realizar su pago en efectivo, títulos valores a la vista o en especie, que suman en total \$ 156.976.725, es decir que el valor del

capital a aportar por parte de cada socio será de \$ 78.488.363, ya que se cuenta con el terreno que es propio y este está valorado en \$ 100.000.000.

- **Recursos de terceros:** Para el funcionamiento de Las Cabañas Villa Paula será necesario solicitar un crédito bancario equivalente al 60% de la inversión que necesita el proyecto al Banco de Bogotá por valor de \$ 235.465.088, el cual será amortizado mensualmente en un plazo de 5 años.

La amortización planeada para capital e intereses fue calculado bajo los siguientes parámetros:

Crédito banca comercial por:		\$ 235.465.800
Plazo	:	5 años
Periodo de gracias	:	0
Amortización	:	Mensual
Tasa pagaré periódica	:	1,69%
DTF:		3.47% E.A. del 07 al 13 de Febrero de 2011.
		DTF + 10 puntos anual, para pago mensual vencido.
T.A.:		13.40%

Cuadro 57. Amortización crédito bancario

MESES	CUOTA	INTERÉS	CAPITAL	SALDO
1	\$6.275.126	\$3.979.360	\$2.295.766	\$233.169.322
2	\$6.275.126	\$3.940.562	\$2.334.564	\$230.834.758
3	\$6.275.126	\$3.901.107	\$2.374.018	\$228.460.739
4	\$6.275.126	\$3.860.986	\$2.414.139	\$226.046.600
5	\$6.275.126	\$3.820.188	\$2.454.938	\$223.591.661
6	\$6.275.126	\$3.778.699	\$2.496.427	\$221.095.235
7	\$6.275.126	\$3.736.509	\$2.538.616	\$218.556.618
8	\$6.275.126	\$3.693.607	\$2.581.519	\$215.975.099
9	\$6.275.126	\$3.649.979	\$2.625.147	\$213.349.952
10	\$6.275.126	\$3.605.614	\$2.669.512	\$210.680.441
11	\$6.275.126	\$3.560.499	\$2.714.626	\$207.965.814
12	\$6.275.126	\$3.514.622	\$2.760.504	\$205.205.311
		\$45.041.733	\$30.259.777	

13	\$6.275.126	\$3.467.970	\$2.807.156	\$202.398.154
14	\$6.275.126	\$3.420.529	\$2.854.597	\$199.543.557
15	\$6.275.126	\$3.372.286	\$2.902.840	\$196.640.718
16	\$6.275.126	\$3.323.228	\$2.951.898	\$193.688.820
17	\$6.275.126	\$3.273.341	\$3.001.785	\$190.687.035
18	\$6.275.126	\$3.222.611	\$3.052.515	\$187.634.520
19	\$6.275.126	\$3.171.023	\$3.104.103	\$184.530.417
20	\$6.275.126	\$3.118.564	\$3.156.562	\$181.373.856
21	\$6.275.126	\$3.065.218	\$3.209.908	\$178.163.948
22	\$6.275.126	\$3.010.971	\$3.264.155	\$174.899.793
23	\$6.275.126	\$2.955.806	\$3.319.319	\$171.580.473
24	\$6.275.126	\$2.899.710	\$3.375.416	\$168.205.057
		\$38.301.258	\$37.000.253	
25	\$6.275.126	\$2.842.665	\$3.432.460	\$164.772.597
26	\$6.275.126	\$2.784.657	\$3.490.469	\$161.282.128
27	\$6.275.126	\$2.725.668	\$3.549.458	\$157.732.670
28	\$6.275.126	\$2.665.682	\$3.609.444	\$154.123.226
29	\$6.275.126	\$2.604.683	\$3.670.443	\$150.452.783
30	\$6.275.126	\$2.542.652	\$3.732.474	\$146.720.309
31	\$6.275.126	\$2.479.573	\$3.795.553	\$142.924.756
32	\$6.275.126	\$2.415.428	\$3.859.698	\$139.065.059
33	\$6.275.126	\$2.350.199	\$3.924.926	\$135.140.132
34	\$6.275.126	\$2.283.868	\$3.991.258	\$131.148.875
35	\$6.275.126	\$2.216.416	\$4.058.710	\$127.090.165
36	\$6.275.126	\$2.147.824	\$4.127.302	\$122.962.863
		\$30.059.316	\$45.242.195	
37	\$6.275.126	\$2.078.072	\$4.197.054	\$118.765.809
38	\$6.275.126	\$2.007.142	\$4.267.984	\$114.497.825
39	\$6.275.126	\$1.935.013	\$4.340.113	\$110.157.713
40	\$6.275.126	\$1.861.665	\$4.413.461	\$105.744.252
41	\$6.275.126	\$1.787.078	\$4.488.048	\$101.256.204
42	\$6.275.126	\$1.711.230	\$4.563.896	\$96.692.308
43	\$6.275.126	\$1.634.100	\$4.641.026	\$92.051.282
44	\$6.275.126	\$1.555.667	\$4.719.459	\$87.331.823
45	\$6.275.126	\$1.475.908	\$4.799.218	\$82.532.605
46	\$6.275.126	\$1.394.801	\$4.880.325	\$77.652.280
47	\$6.275.126	\$1.312.324	\$4.962.802	\$72.689.478
48	\$6.275.126	\$1.228.452	\$5.046.674	\$67.642.804
		\$19.981.452	\$55.320.059	
49	\$6.275.126	\$1.143.163	\$5.131.963	\$62.510.841
50	\$6.275.126	\$1.056.433	\$5.218.693	\$57.292.149
51	\$6.275.126	\$968.237	\$5.306.889	\$51.985.260
52	\$6.275.126	\$878.551	\$5.396.575	\$46.588.685
53	\$6.275.126	\$787.349	\$5.487.777	\$41.100.908
54	\$6.275.126	\$694.605	\$5.580.521	\$35.520.387
55	\$6.275.126	\$600.295	\$5.674.831	\$29.845.556

56	\$6.275.126	\$504.390	\$5.770.736	\$24.074.820
57	\$6.275.126	\$406.864	\$5.868.261	\$18.206.559
58	\$6.275.126	\$307.691	\$5.967.435	\$12.239.123
59	\$6.275.126	\$206.841	\$6.068.285	\$6.170.839
60	\$6.275.126	\$104.287	\$6.170.839	\$0
		\$7.658.707	\$67.642.804	

Fuente: Autores del proyecto

5.2 COSTOS

5.2.1 Costos fijos. Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Véase siguiente cuadro.

Cuadro 58. Total costos y gastos fijos del proyecto/año

CONCEPTO	TOTAL COSTO
Costo del servicio	
Mano de obra directa	\$ 21.943.471
Costo generales del servicio	\$ 20.680.897
Desayuno	\$ 17.280.000
Total costo del servicio	\$ 59.904.368
Gastos de administración y venta	
Gastos de administración	\$ 51.672.871
Otros gastos administrativos	\$ 54.941.733
Total de gastos de administración y venta	\$ 106.614.604
Total de costo y gastos fijas	\$ 166.518.972

Fuente: Autores del proyecto

5.2.2 Costos variables. Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de servicio ó actividad de la empresa. Véase el siguiente cuadro.

Cuadro 59. Total de costos y gastos variable del proyecto/año

CONCEPTO	TOTAL DE COSTOS
Costo del servicio	
Luz, gas y detergentes	\$ 3.190.884
Total de costo variable	\$ 3.190.884
Gastos de administración y venta	

Impuesto de industria y comercio	\$ 3.456.600
Total de Costo variable	\$ 3.456.600
Total Costos y gastos variables	\$ 6.647.484

Fuente: Autores del proyecto

5.2.3 Costos totales unitarios. Para las cabañas pequeñas de dos personas le corresponde un 40.38% y las cabañas grandes con capacidad para seis personas es de 59,62%. Este porcentaje se estableció dividiendo los metros cuadrados de cada cabaña por el total de ellos.

Cuadro 60. Costos totales

CONCEPTO	VALOR
Costos fijos	\$ 166.518.972
Costos variables	\$ 6.647.484
TOTAL	\$ 173.166.456

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 61. Costo por cabaña

COSTO VARIABLE	Cabaña pequeña	Cabaña grande
\$ 5.659.887	\$ 2.233.668	\$ 3.426.219
COSTO FIJO	Cabaña peque	Cabaña grande
\$ 166.509.527	\$ 65.712.790	\$ 100.796.737

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 62. Costos totales unitarios por tipo de presentación

PRIMER AÑO			
COSTO mts ² CABAÑA PEQUEÑA		COSTO mts ² MCABAÑA GRANDE	
5 Cabañas pequeñas mts ²	236	5 Cabañas grandes mts ²	362
Costo total cabaña	\$ 446.734	Costo total cabañas	\$ 685.244
COSTO DE SERVICIO CABAÑA PEQUENA		COSTO DE SERVICIO CABAÑA GRANDE	
Costo unitario	\$ 55.000	Costo unitario	\$ 135.000

Fuente: Autores del proyecto

5.2.4 Precio de venta. En el estudio de mercados ya se planteó la política de ofrecer precios orientados por la variable de precios manejados por la competencia y con base en los costos de producción.

Según la investigación de mercados realizada, los precios de la competencia de las cabañas Villa Paula actualmente van desde \$ 70.000 hasta \$ 240.000. (información suministrada en el estudio de mercados).

Para establecer los precios del servicio de alquiler de las cabañas se estableció un margen de utilidad como se puede observar en el siguiente cuadro.

Cuadro 63. Determinación de precios para el servicio de alquiler de cabañas

Cabañas pequeña	Valor	Cabañas grande	Valor
Metros disponibles	236	Metros disponibles	362
Costo unitario	\$ 55.000	Costo unitario	\$ 135.000
% de ganancia	31,25%	% de ganancia	32,50%
precio de venta sin IVA	\$ 80.000	precio de venta sin IVA	\$ 200.000

Fuente: Autores del proyecto

El precio unitario se estableció de acuerdo a la capacidad de cada cabaña y teniendo en cuenta los precios de la competencia, y el margen de ganancia se estableció de acuerdo a la competencia actual en el mercado de este tipo de servicio. Y se aclara que no se tomo como base el costo del metro cuadrado de las cabañas ya que son muy elevados y por lo tanto los precios no serian competitivos en el mercado y por ser este un proyecto de construcción donde la inversión total prácticamente se hace el primer año, ya para los años siguientes de vida del proyecto se incurrirá en gasto mínimos para prestar un excelente servicio.

5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

5.3.1 Egresos proyectados. El horizonte de la evaluación del proyecto es de cinco (5) años, por lo cual es necesario realizar la proyección de egresos necesarios para el funcionamiento de la empresa productora año a año como se puede observar en el siguiente cuadro.

Los costos del servicio fueron proyectados para los años 1, 2, 3, 4 y 5; teniendo como base un 4%, que es la proyección de la inflación actual. Pero se aclara que año a año se le incrementa un 2%, quedando los porcentajes a partir del tercer año en un 6%, 8% y 10%.

Cuadro 64. Proyección de egreso

concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos del servicio	\$ 66.551.852	\$ 69.213.926	\$ 73.366.761	\$ 79.236.102	\$ 87.159.712
Gastos Admón.	\$ 84.266.767	\$ 84.266.767	\$ 84.266.767	\$ 84.266.767	\$ 84.266.767
Gastos Financieros	\$ 45.041.733	\$ 38.301.258	\$ 30.059.316	\$ 19.981.452	\$ 7.658.707
TOTAL	\$ 195.860.352	\$ 191.781.951	\$ 187.692.845	\$ 183.484.322	\$ 179.085.187

Fuente: Autores del proyecto

5.3.2 Ingresos proyectados. La proyección por ingresos esperados por ventas de servicios de alquiler de las cabañas durante los cinco (5) primeros años de vida del proyecto fue realizada teniendo en cuenta el incremento de los servicios en 4%, 6%, 8% y 10% a partir del segundo año.

Cuadro 65. Ingresos proyectados

CONCEPTO	SERVICIOS/AÑO	PRECIO VENTA \$/AÑO	INGRESOS TOTALES \$	GRAN TOTAL
Ingresos año 1	1.235	\$ 80.000	\$ 98.760.000	
	1.235	\$ 200.000	\$ 246.900.000	\$ 345.660.000
Ingresos año 2	1.337	\$ 80.000	\$ 106.957.080	
		\$ 200.000	\$ 267.392.700	\$

	1.337			374.349.780
Ingresos año 3	1.440	\$ 80.000	\$ 115.192.775	
	1.440	\$ 200.000	\$ 287.981.938	\$ 403.174.713
Ingresos año 4	1.543	\$ 80.000	\$ 123.429.059	
	1.543	\$ 200.000	\$ 308.572.646	\$ 432.001.705
Ingresos año 5	1.646	\$ 80.000	\$ 131.698.806	
	1.646	\$ 200.000	\$ 329.247.014	\$ 460.945.819

Fuente: Autores del proyecto

NOTA: De acuerdo a los datos obtenidos en estudio técnico, donde la capacidad utilizada es de 2.469 servicios, y teniendo en cuenta que son dos tipos de cabañas se dividió el total de los servicios en las dos cabañas.

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

En este paso se determina el valor de ventas de servicios necesarios para que la empresa cubra los costos, donde la empresa en el primer año no pierde ni gana dinero.

Cuadro 66. Punto de equilibrio

concepto	valor \$
Ingresos por venta (328*512.327)	\$ 168.287.743
(-) costos variables totales (328* 5.385)	\$ 1.768.771
margen de contribución	\$ 166.518.972
(-) costos Fijos	\$ 166.518.972
Utilidad	\$ 0

Fuente: Autores del proyecto

5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. Ver el siguiente cuadro.

Cuadro 67. Flujo de caja proyectado

concepto	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos						
ventas		\$ 345.660.000	\$ 374.349.780	\$ 403.174.713	\$ 432.001.705	\$ 460.945.819
Aporte socios	\$ 156.976.725					
Crédito Bancario	\$ 235.465.088					
Total ingresos	\$ 392.441.813	\$ 345.660.000	\$ 374.349.780	\$ 403.174.713	\$ 432.001.705	\$ 460.945.819
Egresos						
Terreno	\$ 100.000.000					
Materiales para la construcción	\$ 112.466.426					
Edificaciones	\$ 96.700.000					
Muebles y enseres	\$ 42.686.597					
Accesorios	\$ 7.684.600					
Equipo de oficina	\$ 2.096.672					
Gastos preoperativos	\$ 13.524.532					
Costos de Producción		\$ 66.551.852	\$ 69.213.926	\$ 73.366.761	\$ 79.236.102	\$ 87.159.712
Gastos de Admón. y ventas		\$ 84.266.767	\$ 84.266.767	\$ 84.266.767	\$ 84.266.767	\$ 84.266.767
Gastos Financieros		\$ 45.041.733	\$ 38.301.258	\$ 30.059.316	\$ 19.981.452	\$ 7.658.707
Impuesto de renta			\$ 49.433.884	\$ 60.247.384	\$ 71.109.017	\$ 82.010.737
Reserva legal		\$ 10.036.576	\$ 12.232.045	\$ 14.437.285	\$ 16.650.665	\$ 18.884.662
Total egresos	\$ 375.158.827	\$ 205.896.929	\$ 253.447.879	\$ 262.377.514	\$ 271.244.003	\$ 279.980.586
saldo ingreso - egresos	\$ 17.282.986	\$ 139.763.071	\$ 120.901.901	\$ 140.797.199	\$ 160.757.702	\$ 180.965.234
(+) amortización de		\$ 2.704.906	\$ 2.704.906	\$ 2.704.906	\$ 2.704.906	\$ 2.704.906

diferidos						
(+) Depreciación		\$ 9.522.994	\$ 9.522.994	\$ 9.522.994	\$ 9.522.994	\$ 9.522.994
(+) Reserva Legal		\$ 10.036.576	\$ 12.232.045	\$ 14.437.285	\$ 16.650.665	\$ 18.884.662
(-) Pago a principal		\$ 30.259.777	\$ 37.000.253	\$ 45.242.195	\$ 55.320.059	\$ 67.642.804
saldo neto de caja		\$ 131.767.771	\$ 108.361.593	\$ 122.220.190	\$ 134.316.209	\$ 144.434.993
(+) Saldo inicial de caja		\$ 17.282.986	\$ 149.050.757	\$ 257.412.350	\$ 379.632.540	\$ 513.948.749
Saldo final de caja	\$ 17.282.986	\$ 149.050.757	\$ 257.412.350	\$ 379.632.540	\$ 513.948.749	\$ 658.383.742

Fuente: Autores del proyecto

5.6 ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

En el estado de resultados se muestran los ingresos y gastos, así como las utilidades o pérdidas resultantes de las operaciones realizadas durante un periodo de cinco (5) años del proyecto. Ver el siguiente cuadro.

Cuadro 68. Estado de resultado

concepto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos					
ventas	\$ 345.660.000	\$ 374.349.780	\$ 403.174.713	\$ 432.001.705	\$ 460.945.819
costos de producción	\$ 66.551.852	\$ 69.213.926	\$ 73.366.761	\$ 79.236.102	\$ 87.159.712
utilidad Marginal	\$ 279.108.148	\$ 305.135.854	\$ 329.807.952	\$ 352.765.603	\$ 373.786.107
Gastos de admón. y ventas	\$ 84.266.767	\$ 84.266.767	\$ 84.266.767	\$ 84.266.767	\$ 84.266.767
Utilidad Operacional	\$ 194.841.381	\$ 220.869.087	\$ 245.541.184	\$ 268.498.836	\$ 289.519.340
Gastos Financieros	\$ 45.041.733	\$ 38.301.258	\$ 30.059.316	\$ 19.981.452	\$ 7.658.707
Utilidad antes de impuesto	\$ 149.799.648	\$ 182.567.829	\$ 215.481.868	\$ 248.517.383	\$ 281.860.633
Impuesto 33%	\$ 49.433.884	\$ 60.247.384	\$ 71.109.017	\$ 82.010.737	\$ 93.014.009
Utilidad Neta	\$ 100.365.764	\$ 122.320.446	\$ 144.372.852	\$ 166.506.647	\$ 188.846.624
Reserva Legal 10%	\$ 10.036.576	\$ 12.232.045	\$ 14.437.285	\$ 16.650.665	\$ 18.884.662
Utilidad por distribuir	\$ 90.329.187	\$ 110.088.401	\$ 129.935.567	\$ 149.855.982	\$ 169.961.961

Fuente: Autores del proyecto

5.7 BALANCE GENERAL PROYECTADO

Cuadro 69. Balance general proyectado

Activo						
Activo corriente	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Caja y bancos	\$ 17.282.986	\$ 149.050.757	\$ 257.412.350	\$ 379.632.540	\$ 513.948.749	\$ 658.383.742
Cuentas por cobrar						
Total activo corriente	\$ 17.282.986	\$ 149.050.757	\$ 257.412.350	\$ 379.632.540	\$ 513.948.749	\$ 658.383.742
Activo fijo						
Terreno	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000
Maquinaria y equipo	\$ 112.466.426	\$ 112.466.426	\$ 112.466.426	\$ 112.466.426	\$ 112.466.426	\$ 112.466.426
Edificaciones	\$ 96.700.000	\$ 96.700.000	\$ 96.700.000	\$ 96.700.000	\$ 96.700.000	\$ 96.700.000
Muebles y enseres	\$ 42.686.597	\$ 42.686.597	\$ 42.686.597	\$ 42.686.597	\$ 42.686.597	\$ 42.686.597
Accesorios	\$ 7.684.600	\$ 7.684.600	\$ 7.684.600	\$ 7.684.600	\$ 7.684.600	\$ 7.684.600
Equipo de oficina	\$ 2.096.672	\$ 2.096.672	\$ 2.096.672	\$ 2.096.672	\$ 2.096.672	\$ 2.096.672
(-)Depreciación acumulada		\$ 9.522.994	\$ 19.045.988	\$ 28.568.982	\$ 38.091.976	\$ 47.614.971
Total activo fijo	\$ 361.634.295	\$ 352.111.301	\$ 342.588.307	\$ 333.065.313	\$ 323.542.319	\$ 314.019.325
Diferidos	\$ 13.524.532	\$ 13.524.532	\$ 13.524.532	\$ 13.524.532	\$ 13.524.532	\$ 13.524.532
(-) Amortización acumulada		\$ 2.704.906	\$ 5.409.813	\$ 8.114.719	\$ 10.819.626	\$ 13.524.532
Total activos diferidos	\$ 13.524.532	\$ 10.819.626	\$ 8.114.719	\$ 5.409.813	\$ 2.704.906	\$ 0
Total activo	\$ 392.441.813	\$ 511.981.684	\$ 608.115.376	\$ 718.107.666	\$ 840.195.974	\$ 972.403.066
Pasivo						
Pasivo corriente						
Impuestos por Pagar		49.433.884	60.247.384	71.109.017	82.010.737	93.014.009
Obligaciones a corto plazo						
Total pasivo corriente	\$ 0	\$ 49.433.884	\$ 60.247.384	\$ 71.109.017	\$ 82.010.737	\$ 93.014.009
Pasivo no corriente						

Obligaciones a largo plazo		\$ 205.205.311	168.205.057	122.962.863	\$ 67.642.804	0
Total pasivos	\$ 235.465.088	\$ 254.639.194	\$ 228.452.441	\$ 194.071.879	\$ 149.653.540	\$ 93.014.009
Patrimonio						
Capital Total	\$ 156.976.725	\$ 156.976.725	\$ 156.976.725	\$ 156.976.725	\$ 156.976.725	\$ 156.976.725
Utilidad del ejercicio		\$ 90.329.187	\$ 110.088.401	\$ 129.935.567	\$ 149.855.982	\$ 169.961.961
Utilidad de ejercicios anteriores			\$ 90.329.187	\$ 200.417.589	\$ 330.353.155	\$ 480.209.137
Reserva legal		\$ 10.036.576	\$ 22.268.621	\$ 36.705.906	\$ 53.356.571	\$ 72.241.233
Total patrimonio	\$ 156.976.725	\$ 257.342.489	\$ 379.662.935	\$ 524.035.787	\$ 690.542.434	\$ 879.389.057
Total pasivo mas patrimonio	\$ 392.441.813	\$ 511.981.684	\$ 608.115.376	\$ 718.107.666	\$ 840.195.974	\$ 972.403.066

Fuente: Autores del proyecto

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

En esta parte del proyecto se evaluarán los siguientes aspectos:

- Impacto social
- Impacto ambiental y
- Evaluación financiera

6.1 IMPACTO SOCIAL

6.1.1 Desarrollo regional. La construcción de las cabañas Villa en la Mesa de los Santos, se presenta como una gran oportunidad para fomentar el turismo y el crecimiento económico de la región, teniendo en cuenta los atractivos turísticos de este lugar y sus alrededores.

6.1.2 Generación de empleo. La nueva empresa Cabañas Villa Paula, generará en la región 5 empleos directos y muchos indirectos que no están establecidos en esta el momento durante la construcción de las cabañas, lo cual significa que aumentaran los ingresos de algunas de las personas de la región y que mejoraran su calidad de vida.

La mano obra empleada en la construcción de la cabaña será empírica, utilizando el conocimiento adquirido por los años de experiencia de los albañiles de la región, para la construcción de las cabañas.

Para prestar el servicio de alquiler de las cabañas en la Mesa de los Santos se contratará cinco (5) personas directas, correspondientes a los siguientes puestos de trabajos, el administrador, contador, secretaria auxiliar contable, dos de oficios varios y un celador.

6.2 IMPACTO AMBIENTAL

Se define impacto ambiental como la “Modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza”, la construcción de las cabañas Villas Paula no tiene independiente legales de carácter ambiental para la construcción y funcionamiento adecuado, ya que se tendrá muy en cuenta todos factores que afecten el medio ambiente con la construcción de las cabañas.

Cuadro 70. Evaluación ambiental

EVALUACIÓN AMBIENTAL PARA LAS CABAÑAS VILLA PAULA EN LA MESA DE LOS SANTOS			
FACTORES AMBIENTALES	ENTRADAS / NECESIDADES	SALIDAS / RESULTADOS	RESPONSABILIDADES
AGUA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Este recurso natural será extraído y suministrado a través de bombas ubicadas en las cabañas, para el uso de los huéspedes que se hospeden en las cabañas. ▪ Servicio: Este recurso será principalmente utilizado en el aseo de los huéspedes, limpieza de las cabañas y demás objetos utilizados para prestar el 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El resultado será el uso del recurso para eliminar todas las suciedades que contengan los objetos, muebles y enseres utilizados en las instalaciones y como resultado estas aguas grises irán a parar al alcantarillado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Darle un uso adecuado y racional al recurso evitando el desperdicio constante. ▪ Utilizar válvulas ahorradoras de agua para evitar que este salga en exceso. ▪ Se utilizarán manguera para el aseo general cuando se tengan que lavar las áreas comunes de las instalaciones de las cabañas.

	servicio.		
FACTORES AMBIENTALES	ENTRADAS / NECESIDADES	SALIDAS / RESULTADOS	RESPONSABILIDADES
ENERGÍA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Será suministrada por la Electrificadora de Santander, para el buen funcionamiento de las cabañas y del servicio que se quiere prestar, utilizando bombillos ahorradores de luz. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La carga energética mensual será utilizada para el buen funcionamiento de las cabañas y poder ofrecer un excelente servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adquirir equipos ahorradores de energía, la cual permitirá el ahorro de energía.
FACTORES AMBIENTALES	ENTRADAS / NECESIDADES	SALIDAS / RESULTADOS	RESPONSABILIDADES
RUIDO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Algunos de equipos utilizados tienen motores para su funcionamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contaminación sonora del ambiente, durante el tiempo en que se transforma la materia prima. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los equipos utilizados automáticamente tendrán controladores de prendido y apagado permitiendo el no uso durante las 24 horas.
FACTORES AMBIENTALES	ENTRADAS / NECESIDADES	SALIDAS / RESULTADOS	RESPONSABILIDADES
SUELO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La construcción de las cabañas será en la Mesa de los Santos por ser este un sitio que posee muchos atractivos turísticos y agradables para 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Daño del suelo al con la construcción de las cabañas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se acatara con todas las normas y leyes necesarias para el buen uso del terreno. ▪ Se construirá con materiales en su mayoría extraídos de

	<p>pasar unas vacaciones increíbles.</p>		<p>la naturaleza.</p>
FACTORES AMBIENTALES	ENTRADAS / NECESIDADES	SALIDAS / RESULTADOS	RESPONSABILIDADES
RESIDUO	<ul style="list-style-type: none"> Los principales residuos serán los desechos generados por la preparación de la comida y desechos de la misma y papeles. 	<ul style="list-style-type: none"> Se producirá muchos desechos por comidas y papeles por parte de los huéspedes. 	<ul style="list-style-type: none"> Los desechos generados por los huéspedes y la prestación del mismo servicio serán clasificados según corresponda si son degradable y no degradables, para mantener y conservar el medio ambiente.
FACTORES AMBIENTALES	ENTRADAS / NECESIDADES	SALIDAS / RESULTADOS	RESPONSABILIDADES
AIRE	<ul style="list-style-type: none"> Las cabañas estarán ubicadas en la Mesa de los Santos donde la temperatura oxila aproximadamente entre 12 °C y 18 °C. Se eligió un sitio estratégico para la ubicación de las cabañas. 	<ul style="list-style-type: none"> El contaminante más fuerte serán los desechos generados por los huéspedes. 	<ul style="list-style-type: none"> Se utilizaran elementos y sustancias biodegradables y reutilizable para conservar en aire puro y descontaminado que se respira en la Mesa de los Santos.

Fuente: Autoras del Proyecto

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

En la evaluación financiera se analizarán algunos métodos de comprobación de la rentabilidad económica del proyecto que permitirán conocer de forma efectiva las decisiones de la conveniencia o no de su realización.

- Valor presente neto
- Tasa interna de retorno TIR
- Periodo de recuperación
- Análisis de razones financieras

6.3.1 Valor presente neto. El valor presente neto es la diferencia entre los ingresos y egreso llevada al presente. La cual debe dar una diferencia positiva o negativa diferente a la que recibirá de una entidad bancaria.

Para determinar el valor presente neto se utilizó una tasa de costo de oportunidad del 6,330.⁴⁴

TES: 6,330%

Riesgo: 10%

$$6,330\% \times 10\% = (1+6,330\%) \times (1+10\%) = 1,16963 \approx (1,16963-1) \approx 0,16963$$

Valor presente Neto: \$ 13.559.942

año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
(\$ 392.441.813)	\$ 131.767.771	\$ 108.361.593	\$ 122.220.190	\$ 134.316.209	\$ 144.434.993

Fuente: Autores del proyecto

Para definir la conveniencia económica de un proyecto de inversión se debe tener en cuenta la siguiente regla de decisión:

Si VPN > 0, el proyecto es conveniente

Si VPN < 0, el proyecto no es conveniente

⁴⁴<http://www.corficolombiana.com.co/WebCorficolombiana/paginas/documento.aspx?idd=1549&idr=2256> – Mayo 05 de 2011.

Se observa que el VPN es mayor que cero, lo que significa que el proyecto es conveniente realizarlo.

6.3.2 Tasa interna de retorno TIR: La TIR es la tasa de descuento que hace que el valor presente sea igual a 0. Esta evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo en el cual el total de los beneficios actualizados son iguales a los desembolsos en moneda actual.

Cuadro 71. Tasa interna de retorno

Datos	Descripción
(\$ 392.441.813)	Costo Inicial del Negocio
\$ 131.767.771	Ingresos Primer Año
\$ 108.361.593	Ingresos Segundo Año
\$ 122.220.190	Ingresos Tercer Año
\$ 134.316.209	Ingresos Cuarto Año
\$ 144.434.993	Ingresos Quinto año

Fuente: Autoras del proyecto

TIR: 18%

6.3.3 Periodo de recuperación: Es el periodo de tiempo en el cual se cubre el monto total de la inversión, mediante flujos netos de efectivos calculados anualmente. Véase el siguiente cuadro.

Cuadro 72. Periodo de recuperación

Inversión	Flujos Netos Sin Actualizar	Factor VPN $(1+i)^n$	VPN (0)	VPN Acumulado
		1		(\$ 392.441.813)
(\$ 392.441.813)	\$ 131.767.771	1,1696	\$ 112.660.543	\$ -279.781.271
	\$ 108.361.593	1,2884	\$ 84.105.552	\$ -195.675.719
	\$ 122.220.190	1,4199	\$ 86.076.618	\$ -109.599.101
	\$ 134.316.209	1,5667	\$ 85.731.926	\$ -23.867.175
	\$ 144.434.993	1,7269	\$ 83.638.307	\$ 59.771.133

Fuente: Autores del proyecto

6.3.4 Razones financieras:

ÍNDICES DE LÍQUÍDEZ	
Razón corriente	30%
Por cada peso que se adeuda en el pasivo corriente, la empresa tiene en el primer año el 31% para cubrirlo, el cual indica un buen índice de liquidez de la empresa.	
Capital de trabajo	\$ 99.616.873
ÍNDICES DE ENDEUDAMIENTO	
Nivel de endeudamiento	1%
EL nivel de endeudamiento para el primer año de la empresa es bajo, ya que este solo está en un 1%.	
Concentración del endeudamiento en el corto plazo	19%
Cobertura total de interés	33%
Por cada peso que la empresa tiene invertido en activos el 33% han sido financiados.	
Razón de leverage total	2%
ÍNDICE DE ACTIVIDAD	
Rotación de activos operacionales	68%
Los ingresos que generan los activos totales es de 68%.	
Rotación de activos totales	67%
Indica la eficiencia con que la empresa puede utilizar sus activos para generar ventas, y como se puede observar está muy alto.	
ÍNDICE DE RENTABILIDAD	
Margen bruto (%)	29%
Prestar el servicio dejará en el primer año es de 29%.	
Margen de operación (%)	43%
La empresa muestra un alto margen de operacional del 43%, para el primer año.	

Fuente: Autoras del proyecto

CONCLUSIONES

El proyecto ha logrado cumplir todos los objetivos básicos que se habían propuesto y respetando cada una de las especificaciones planteadas.

Se han desarrollado todos los capítulos donde se definió la viabilidad del proyecto, demostrando que si es posible desarrollar este tipo de proyecto en la Mesa de los Santos. Observando la oportunidad de crear nuevas cabañas para el servicio de hospedaje en la Mesa de los Santos, ya que este sitio ha ido tomando un auge impresionante en cuestión de turismo, son muchos los turistas que se desplazan a esta región del país a disfrutar de la naturaleza y los diferentes atractivos que allí se encuentran y a sus alrededores.

Con el estudio de mercados se pudo determinar que hay gran interés en adquirir el servicio representado con un 88%, y se planea construir 5 cabañas con capacidad para dos personas y 5 más con capacidad de 4 a 6 personas con desayuno incluido, también se pudo conocer que en la actualidad hay cabañas que prestan el servicio de alquiler a precios muy competitivos.

La demanda potencial para el primer año es de 1.235 para las 5 cabañas pequeñas con capacidad para dos personas y 1.235 para las 5 cabañas con capacidad de 4 a 6 personas, confortable para hospedar a todos los hogares interesados en adquirir el servicio de alquiler de las cabañas.

Para la localización del las cabañas, por estrategia se ha escogido la Mesa de los Santos para construir las cabañas, en un sitio muy cercano al centro del pueblo, donde no se le dificulte a los turistas desplazarse hasta las cabañas y le sea fácil desplazarse hasta los diferentes sitios turísticos de la región.

En el estudio administrativo se determinó que la empresa se constituirá como una sociedad S.A.S, ya que esta ofrece muchos beneficios a las empresas, organizada bajo una estructura flexible para todos los empleados, también se describe brevemente cada una de las funciones, deberes y responsabilidades del personal requerido para la puesta en marcha del servicio de alquiler de las cabañas.

Se definió la misión, visión, los objetivos y las políticas bajo las cuales se regirá la empresa para su funcionamiento, con el fin de organizarse y posicionarse en el mercado y por último se fijaron los salarios de acuerdo a las responsabilidades de cada cargo.

Con el estudio financiero se estableció que la inversión fija es de \$ 361.634295, la inversión diferida \$ 13.524.532 y el capital de trabajo es de \$ 17.282.986; y se recuperará después de los cuarto año, por el costo tan alto de la construcción de las cabañas. De la evaluación financiera se puede concluir que la es del 18%, y el valor presente neto de \$ 13.559.942.

La construcción de las cabañas traerá muchos beneficios a la región, como generación de empleo, el cual permitirá mejorar la calidad de vida de los habitantes de esta parte de la región, además llamar más la atención de los turistas para que se alojen por mucho tiempo en la Mesa de los Santos.

Para concluir el proyecto es viable desde el análisis del estudio de mercados, técnico, administrativo y a pesar que desde el punto de vista financiero no sea viable, ya que no se recupera la inversión en los cinco años según las proyecciones realizadas, de igual manera sigue siendo un buen proyecto de inversión para la región.

RECOMENDACIONES

Ofrecer servicio de alquiler de cabañas bajo las mejores condiciones, comodidad, calidad y responsabilidad, que cumplan con las expectativas de los clientes antes, durante y después de la prestación de los servicios de hospedaje.

Es importante implementar estrategias de publicidad y promoción que permitan generar competencia y favorecer la decisión de adquisición del servicio.

Un factor para tener muy en cuenta es respetar todas las normas en cuanto a la protección del medio ambiente cuando se estén construyendo las cabañas, prevenir en lo posible cambio en el entorno y utilizar los mismo recurso para conservar el medio ambiente y evitar la contaminación. También se le debe dar un buen manejo a todos los desechos generados por los huéspedes, clasificarlos y no echar basuras en lugares comunes, si no en los lugares ya establecidos para la recolección de todos los desechos.

La gestión administrativa debe ser fundamental en la prestación del servicio, ya que se debe garantizar a los huéspedes un excelente servicio y atención durante la permanencia de ellos en las cabañas.

BIBLIOGRAFÍA

- ✚ BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de proyectos 4ª edición. Mc Graw Hill 2007.
- ✚ MENDEZ, Carlos A. Metodología de la Investigación, Mc Graw Hill 2005.
- ✚ GARCÍA S, Oscar León. Administración Financiera – Fundamentos y aplicaciones 3ª edición 1999.
- ✚ JANY CASTRO, José Nicolás. Investigación Integral de Mercados – Avances para el nuevo milenio. Mac Graw Hill 2009.
- ✚ BIBLIOTECA DE CONSULTA. Microsoft Encarta 2010.
- ✚ www.camaradirecta.com
- ✚ www.revistadinero.com
- ✚ www.mincomercio.gov.co
- ✚ www.cotelco.org
- ✚ www.proexport.com
- ✚ www.colombianparadise.com/.../mesa-santos.html
- ✚ www.turismocolombiano.com
- ✚ www.gerencie.com

ANEXOS

Anexo A Encuesta

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



La presente encuesta tiene como finalidad evaluar el comportamiento de la población objetivo con respecto a las actividades que realiza en su periodo de vacaciones, identificando sus preferencias y opiniones acerca de los posibles sitios turísticos a visitar, estableciendo la factibilidad para la creación de una empresa que preste el servicio de alquiler de cabañas en el municipio de la Mesa de Santos – Santander.

NOMBRE: _____

DIRECCION: _____

TELÉFONOS: _____

CORREO ELECTRONICO: _____

ESTRATO SOCIO-ECONOMICO: _____

1. ¿Qué actividades acostumbra a realizar en su tiempo de descanso? (fin de semana, puente festivo, época de vacaciones).

- a. Dormir___ b. Leer___ c. Ver T.V. ___ d. Realizar ejercicios___
e. Salir de paseo o viajar___ f. Otros. ¿Cuál?___

NOTA: Si su respuesta es salir de paseo o viajar continúe con la encuesta, si no es así diríjase a la pregunta No. 8.

2. ¿Al salir de paseo o viajar Usted acostumbra a alojarse en alguno de los siguientes establecimientos?

- a. Hotel___ b. Cabañas___ c. Residencias___ d. Hostales o similares___
e. En una casa de familia___ f. En una finca de algún amigo___
g. Inmueble propio___ h. No, ninguna de los anteriores___

NOTA: Si Usted escogió una de las cuatro primeras opciones, continúe con la encuesta, de lo contrario pase a la pregunta No. 8.

3. ¿Cuál de los siguientes factores considera más importantes en el momento de decidir alojarse en un sitio?

- a. Calidad en el servicio__ b. Seguridad__ c. Tranquilidad__
 d. Comodidad__ e. Precio__ f. Ubicación__ g. Otros. Cuáles?__

4. ¿Acostumbra a viajar solo ó acompañado, también lo acompañan niños menores de 12 años?

NUMERO DE PERSONAS	No. DE NIÑOS MENORES DE 12 AÑOS
Menor o igual a 2 personas	Ninguno
Mayor que 3 y menor o igual a 5	1
Mayor que 5 y menor que 10	2
Mayor que 10 y menor a 15	3
	Mayor a 3

5. ¿Cuánto dinero destina para sus paseos y/o viajes?

PRESUPUESTO	OPCION
De \$ 100.000 a \$ 200.000	
De \$ 201,000 a \$ 300,000	
De \$ 301,000 a \$ 400,000	
De \$ 401,000 a \$ 500,000	

6. ¿Cuál es la mayor motivación del viaje y/o de paseo?

- a. Compartir en pareja alejados del entorno familiar ____ b. Realizar deportes tradicionales o extremos____
 c. Disfrutar de la Naturaleza____
 d. Compartir en familia ____ e. Combatir el Stress____
 f. Otros Cuáles? _____

7. ¿Qué lugares acostumbra Usted a visitar cuando sale de descanso, de fin de semana o de vacaciones y/o de paseo?

- a. La costa Atlántica__ b. Regiones de Boyacá__ c. Llanos Orientales____
 d. Eje cafetero__ e. Medellín y regiones de Antioquia__ f. Bogotá y sus alrededores____
 g. Lugares en Santander__ h. Otros. Cuáles? _____

8. ¿Ha visitado la Mesa de los Santos? Sí _____ No _____

Si su respuesta es No, pase a la pregunta No. 16.

9. ¿Con qué frecuencia acude a la Mesa de los Santos?

a. Semanal _____ b. Quincenal _____ c. Mensual _____ d. Trimestral _____ e. Semestral _____ f. Anual _____

10. ¿Por cuánto tiempo se instala Usted en este sitio cuando lo visita?

a. Solo ida y regreso _____ b. Más de 2 días _____
c. Todo un fin de Semana (Viernes, Sábados, Domingos y Festivos) _____

11. ¿Cuándo visita la Mesa de los Santos en donde se hospeda?

a. En un hotel _____ b. En una cabaña _____ c. En un hostel _____ d. En una residencia _____
e. Casa de un amigo o familiar _____ f. Casa propia _____ g. Otra. Cuál? _____

NOTA: Si Usted escogió una de las tres primeras opciones continúe con la encuesta, de lo contrario pase a la pregunta No. 16.

12. ¿Cuáles de los siguientes servicios le ofrecen en los sitios donde se aloja?

a. Restaurante _____ b. Internet _____ c. Piscina _____ d. Juegos de Mesa y Salón _____
e. Bar _____ f. Deportes Extremos _____ g. Parqueadero _____
h. Caminatas Ecológicas _____ i. Nevera _____ j. Televisión por Cable _____
k. Gimnasio _____ l. Otros: ¿Cual? _____

13. ¿Cómo califica el servicio recibido en los establecimientos que se ha hospedado?

a. Excelente _____ b. Bueno _____ c. Regular _____ d. Malo _____ e. Pésimo _____

14. ¿De los siguientes factores cuál fue el de mayor importancia?

a. Tranquilidad _____ b. Atención _____ c. Comodidad _____
d. Seguridad _____ e. Calidad _____ f. Precio _____

15. ¿Cuál de los siguientes canales de ventas le resulta más atractivo y seguro en el momento de tomar decisiones de descansar en un sitio turístico?

- a. Agencia de turismo___ b. Paquetes por internet___ c. Venta directa en el lugar de destino___
d. Visita de un vendedor a su domicilio___ e. Otro: cuál?_____

16. ¿Para su descanso, fines de semana o vacaciones estaría dispuesto a alojarse en un nuevo sitio mediante el sistema de arrendamiento de cabañas, en la Mesa de los Santos?

Definitivamente Si _____ Definitivamente No_____

NOTA: Si su respuesta es Sí, continúe con la encuesta, o si es negativa fin de la encuesta.

17. ¿Número de días que se hospedaría en las cabañas?

- a. De 1 a 3 días___ b. De 3 a 5 días___ c. De 5 a 7 días___ d. De 7 a 10 días___

18. ¿Cuántas personas incluida Usted obtendrán el servicio de alquiler de cabañas en la Mesa de los Santos y lo acompañarían niños menores de 12 años?

NUMERO DE PERSONAS	No. DE NIÑOS MENORES DE 12 AÑOS	
Menor o igual a 2 personas	Ninguno	
Mayor que 3 y menor o igual a 5	1	
Mayor que 5 y menor que 10	2	
Mayor que 10 y menor a 15	3	
	Mayor a 3	

19. ¿Cuál de los siguientes servicios le gustaría adquirir con el alquiler de las cabañas?

- a. Desayuno___ b. Juegos para niños ___ c. Juegos de mesa (Ajedrez, parques, escalera)___
d. Closet con ganchos___ e. Piscina___ f. Otros. Cuáles?_____

20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por solo alojamiento por noche y por persona?

VALOR A PAGAR POR NOCHE Y POR PERSONA	OPCION
Entre \$ 20.000 y \$ 40.000	
Entre \$ 41.000 y \$ 60.000	
Entre \$ 61.000 y \$ 80.000	
Entre \$ 81.000 y \$ 100.000	

21. ¿De los siguientes factores cuál considera de mayor importancia para el buen desarrollo del proyecto?

Precios bajos ____ Plan de pagos ____ Buena atención ____ Que sea un sitio confortable ____
Visita al cañón de Chicamocha ____ Calidad del servicio ____ Publicidad ____

Muchas gracias por su valiosa colaboración!!!

Anexo B Materiales

COTIZACION

Bucaramanga, 21 Diciembre 2010

Señores:
 HERNANDO VILLAREAL SERGIO
 Ciudad

Referencia: COTIZACION
 Obra: MESA DE LOS SANTOS 10 CABARAS

Cantidad	Descripcion	Vir Unitario	Vir Total
1.00	LAVAPLATOS ACERO NORIN 1.00 X 0.50	\$60,116	\$60,116
1.00	BIT MECLADOR LAVAPLATOS DANUBIO REF: 60515-0001	\$32,901	\$32,901
15.00	PACAS PEGADOR GRIS X 30 KILOS REF: 90123-150	\$16,202	\$243,030
1.00	CURETE FINTURAMA BLANCO REF. 117800	\$65,603	\$65,603
3.00	TUBO PVC SANITARIO NOVATEC DE 3" X 6 MTS REF: 12718	\$59,411	\$178,233
1.00	TUBO PVC SANITARIO NOVATEC DE 2" X 6 MTS REF: 12711	\$39,776	\$39,776
2.00	TUBO PVC PRESION 1/2 RDE-9 T/P X 6 MTS REF: 12633	\$11,960	\$23,920
1.00	COMBO SHELBY BLANCO COMPLETO (ALFA)	\$123,000	\$123,000
20.00	CAJA PARED FERRARA BLANCO 20.3 X 30.5 (1.73 MTS) ALFA SEGURO	\$26,892	\$537,840
20.00	CAJA PARED VENUS CAFE 20.3 X 30.5 ALFA COMERCIAL (1.73 MTS)	\$26,297	\$525,940
4.00	CAJA FIBRO MERCATO 33.8 X 33.8 (1.02) REF: 33561-203	\$16,083	\$64,332
1500.00	LADRILLO H-10 (30CM) LADRILLOS Y TUBOS	\$844	\$1,269,000
7.00	METRO ARENA FINA	\$47,115	\$329,805
7.00	METRO ARENA PAREJA	\$47,115	\$329,805
8.00	METRO TRITONADO 3/4	\$63,683	\$509,464
150.00	VARILLA CORUGADA DE 9 986 X 60 X 6 MTS	\$4,500	\$675,000
90.00	KILO HIERRO 1/4 X 60 MIL	\$1,500	\$120,000
170.00	SULTO DE CEMENTO BOYACA GRIS X 50 KILOS	\$15,086	\$2,564,620
496.00	UNIDAD TALLON 25 X 25 PRIMERA (8 UN. MT) LADRIL.CUCUTA	\$1,102	\$546,592
3.00	Puerta ANDER 2.00 X 0.85 MTS	\$75,736	\$227,208
3.00	MANDO AMERICANO 10 CM REF.19101	\$52,800	\$158,400
4200.00	TEJA DE BARRO GRANDE	\$53	\$2,222,600
4.00	ROLLO SIKAFLEX X 40 MTS REF: 845095	\$82,800	\$331,200
10.00	CAMA CURVA DOBLE TARDIAC 1.40 X 1.90 REF: PML400103 WENHUE	\$213,375	\$2,133,750
10.00	CAMA CURVA SENCILLA TARDIAC 1.00 X 1.90 REF: PML100104 CEDRO	\$174,000	\$1,740,000
10.00	MEVISA SACER ARRIBO 249 LTS REZF GRIS	\$910,345	\$9,103,450

Ft-Ven-39 Version 0

Cotización No: 36-0002495

COTIZACION

Cantidad	Descripcion	Vir Unitario	Vir Total
10.00	TELEVISOR 22" LCD SAMSUNG REF: LM-22B450	\$550,767	\$5,507,670
1.00	LAVADORA SAMSUNG 31 LBS REF: WM-31X7 BLANCA	\$848,184	\$848,184
10.00	VAJILLA 4/24 CATALINA FERLA (COCINA) REF: VL1488040224	\$64,569	\$645,690
1.00	COMPUTADOR COMPAQ REF: CMAX82010	\$1,299,000	\$1,299,000
1.00	ESCRITORIO ESTUDIANTIL PRACTIMAC SAFELLI 9H 3000221	\$49,423	\$49,423
30.00	TOMACORRIENTE DOBLE C-P/T M. GENESIS BLANCO REF: 13032-7544	\$4,675	\$140,250
30.00	INTERESPECTOR DOBLE W. GENESIS BLANCO REF: 13023-7503	\$4,958	\$148,740
30.00	PLAFON PLASTICO AVE	\$1,391	\$41,730
17.00	MADERA RADIATA SECA 4.1 CM X 9 CM X 3.962 MTS	\$16,854	\$286,518
42.00	MADERA RADIATA SECA DE 4.1 CM X 6.5 CM X 3.2 MTS	\$9,494	\$398,748
260.00	TIRA DE MACHIMBRE ARAUCO 9 MM X 9 CM X 3.20 MTS	\$2,908	\$1,628,480

Condiciones Comerciales	Subtotal	334,250,018
Forma de Pago: CONTADO	I.V.A.	95,069,121
Entrega: SEGUN PROGRAMACION	TOTAL	339,319,139

Material:
 Validez de la Oferta: A LA FECHA.
 Cordialmente,

ORLANDO JAIMES
 Director Comercial

Subleia Borrero
 Director Comercial

Anexo D Accesorios

FECHA: 20 Dic 2010	COTIZACION <input type="checkbox"/>
SEÑORES: Gloria Fina Mesa	CUENTA DE COBRO <input type="checkbox"/>
DIRECCIÓN: Sergio Villareal	PEDIDO <input type="checkbox"/>
CUIDAD: Bucaramanga TELEFONO: 6501107	

CANT.	DESCRIPCIÓN	VR. UNIT.	VR. TOTAL
30	Cobija sencilla	68.000	2'040.000 =
10	" Doble	68.000	680.000 =
25	tohalla crepo	19.900	2'982.500 =
15	" Manos	11.500	1'725.000 =
30	Sabanas sencillas	44.600	1'338.000 =
10	" Doble	57.600	576.000 =
40	Almohadas.	18.500	740.000 =

Manib el
6781214

RECIBO Almacen Hila Hogar → 58450002



Anexo E Cotización Muebles

COTIZACION		
Cant.	Detalle	Valor
1	Camarote	330.000,
1	Cama doble	240.000,
1	Comedor 2 pls	200.000,
1	Comedor 6 pls	480.000,
		Iván

Anexo F Hidrofolo



HIDROFLO

Hidroflo valor de \$1.500.000.

TANQUE de AGUA DE 24.000 LITROS \$6.000.000

MOTOBOMBA \$1.000.000.