

Estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en el corregimiento de
Remolino, municipio de Taminango, Nariño.

Diego Armando Zamora Sarasty.
Jesús Alberto Brand Castillo.
Briam Matews Bucheli Merchancano.

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Programa de Administración de Empresas
Universidad CESMAG
2023

Estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en el corregimiento de Remolino, municipio de Taminango, Nariño.

Diego Armando Zamora Sarasty.
Jesús Alberto Brand Castillo.
Briam Matews Bucheli Merchancano.

Trabajo de grado bajo la modalidad de estudio de factibilidad para optar al título de administradores de empresas.

Asesor:

Guillermo Hidalgo Martínez

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Programa de Administración de Empresas
Universidad CESMAG
2023

NOTA DE ACEPTACIÓN

Director

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, junio 2023

El pensamiento que se expresa en esta obra es de exclusiva responsabilidad de sus autores y no compromete la ideología de la Universidad CESMAG.

Resumen ejecutivo

El presente trabajo de grado está enfocado en la necesidad de proponer un estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en el corregimiento del Remolino, ubicado en el municipio de Taminango a dos horas de la ciudad de Pasto, al realizar un análisis del sector turístico se logra observar la ausencia de un lugar recreacional y de hospedaje idóneo para las personas que visitan o fueran de paso por esta zona del departamento, por lo cual, se plantea la necesidad de crear este estudio de factibilidad, con el fin de conocer la viabilidad del proyecto en términos monetarios para los inversionistas.

El proyecto presenta una propuesta para implementar un centro turístico, de manera que, en primera medida se da a conocer los antecedentes que existen a nivel internacional, nacional y regional, en cuanto a la existencia de lugares similares que presten el mismo servicio para tener puntos de referencia y conocer la trayectoria que han tenido estos lugares. Además, se establecen los objetivos generales y específicos y sus respectivas actividades necesarias para el cumplimiento de los mismos.

Por consiguiente, se lleva a cabo el estudio de mercado, donde se analiza la oferta y demanda y sobre todo la competencia del sector, a través de entrevistas y encuestas, las cuales ayudarán a conocer de una mejor manera los gustos y preferencias de los futuros clientes, además del mercado insatisfecho que esto podría generar.

De igual manera se realiza un análisis técnico, en el cual se sabe cuál es la capacidad máxima instalada y la correcta ubicación del lugar. Posteriormente se conocen los requerimientos necesarios como: muebles, enseres, equipos, y edificaciones necesarias para el desarrollo de la actividad, además, se elabora el respectivo estudio organizacional y legal donde se establecen cargos y funciones necesarios para su correcta operación, igualmente y no menos importante se establece la misión, visión y juntos a su respectivo objeto social de la futura empresa en este estudio.

Finalmente se procede a analizar y realizar el respectivo estudio financiero, donde se relaciona los costos y gastos necesarios para la operación de este estudio, de igual forma realiza la debida proyección, así como el punto de equilibrio óptimo, cuyo fin es conocer la

brecha entre pérdidas y utilidades, además se logra conocer los indicadores de rentabilidad para determinar si este estudio de factibilidad es viable o no.

Tabla de Contenido

	Pág.
Introducción.....	15
1. Marco general de la investigación.....	17
1.1 Tema de investigación.....	17
1.2 Línea de investigación.....	17
1.3 Planteamiento del problema	17
1.3.1 Descripción del problema.....	17
1.3.2 Formulación del problema	19
1.4 Objetivos	19
1.4.1 Objetivo general	19
1.4.2 Objetivos específicos.....	19
1.5 Justificación.....	20
2. Marco referencial	22
2.1 Antecedentes	22
3. Metodología.....	30
3.1 Plan de actividades	30
3.2 Población y muestra	31
3.2.1 Población.....	31
3.2.2 Muestra.....	32
3.3 Fuentes de recolección de información.	33
3.3.1 Primarias.	33
3.3.2 Secundarias.....	34
3.4 Técnicas e instrumentos de información	34
4. Estudio de mercado	36
4.1 Investigación de mercados	36
4.2 Análisis sectorial	37
4.3 Caracterización del servicio	38
4.4 Análisis de la demanda.....	39
4.4.1 Caracterización de la demanda.....	39
4.4.2 Área de mercado.....	55
4.4.3 Cuantificación de la demanda	57

4.5 Análisis de la oferta.....	58
4.5.1 Cuantificación de la oferta	58
4.6 Análisis de precios	61
4.7 Canales de distribución	62
4.8 Determinación del mercado insatisfecho	62
5. Estudio técnico	65
5.1 Tamaño del proyecto.....	65
5.2 Localización del proyecto	66
5.3 Ingeniería del proyecto.....	72
5.4 Descripción del mercado de proveedores.....	78
6. Estudio organizacional y legal.....	80
6.1 Organigrama.....	80
6.2 Perfil de cargos y funciones	80
6.3 Reglamentos	90
6.4 Aspectos legales y de constitución de la empresa	98
7. Plan financiero.....	102
7.1 Estudio económico	102
7.1.1 Determinación de inversiones	102
7.1.2 Cálculo de costos y gastos.....	104
7.1.3 Cálculo y proyección de los ingresos	110
7.1.4 Punto de equilibrio	111
7.1.5 Estados financieros.....	114
7.1.5.1 Estado de situación financiera.....	114
7.1.5.2 Estado de resultados	115
7.1.5.3 flujo de fondos.....	115
7.2 Evaluación financiera.....	117
7.2.1 indicadores de rentabilidad financiera.....	117
7.2.1.1 Valor presente neto (VPN).....	117
7.2.1.2 Tasa interna de retorno (TIR).....	119
7.2.1.3 Relación beneficio costo (RBC).....	121
Conclusiones	125
Recomendaciones.....	127
Referencias	128
Anexos	129

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1 Plan de actividades	30
Tabla 2 Número de hogares por estrato en la ciudad de Pasto	31
Tabla 3 Cálculo de la muestra para la investigación	333
Tabla 4 Muestreo Estratificado	33
Tabla 5. Estrato socioeconómico de los encuestados	39
Tabla 6. Encuestados que no han visitado el corregimiento del Remolino y que gustaría hacerlo.....	40
Tabla 7. Experiencia de los encuestados visitando el corregimiento del Remolino.....	40
Tabla 8. Encuestados que visitarían el centro turístico	41
Tabla 9. Encuestados que se han hospedado en algún lugar que preste el servicio.....	42
Tabla 10. Encuestados que conocen otro lugar que ofrece servicios de hospedaje.....	43
Tabla 11. Personas o familiares con los que viajan los encuestados.....	44
Tabla 12. Tiempo que suelen permanecer hospedados	45
Tabla 13. Frecuencia con la que demanda servicios turísticos.....	46
Tabla 14. Lo que más les llama la atención a los encuestados de los lugares que visitan....	47
Tabla 15. Servicios complementarios a la hora de escoger un lugar de hospedaje	48
Tabla 16. Lo más importante a la hora de escoger un sitio de hospedaje.....	49
Tabla 17. Lo que estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de una noche de una cabaña para 2 personas.....	50
Tabla 18. Lo que estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de una noche en una cabaña para 3 personas.....	51
Tabla 19. Lo que estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de una noche en una cabaña para 5 personas.....	52
Tabla 20. Motivo por el cual los encuestados visitarían el corregimiento del Remolino.....	53
Tabla 21. Servicios complementarios que los encuestados demandan aparte del hospedaje	54
Tabla 22. Cuantificación de la capacidad de los diferentes hoteles del corregimiento del Remolino.....	58
Tabla 23. Matriz de perfil competitivo.....	60
Tabla 24. Cálculo de la demanda insatisfecha.....	62
Tabla 25. Proyección de la oferta a 5 años	63
Tabla 26. Proyección de la demanda a 5 años	63
Tabla 27. Cálculo de la demanda insatisfecha aprovechable para el proyecto.....	644

Tabla 28. Capacidad de atención del centro turístico	65
Tabla 29. Matriz de macro localización	67
Tabla 30. Matriz de micro localización.....	70
Tabla 31. Ficha técnica del servicio	75
Tabla 32. Requerimientos de muebles, enseres, equipos, edificaciones y talento humano..	76
Tabla 33. Diseño de cargo de gerente general.....	811
Tabla 34. Diseño de cargo de contador publico	833
Tabla 35. Diseño de cargo de recepcionista	855
Tabla 36. Diseño de cargo de auxiliar en servicios generales	877
Tabla 37. Diseño de cargo de conserje	899
Tabla 38. Determinación de inversiones fijas y diferidas	102
Tabla 39. Inversión en diferidos.....	1033
Tabla 40. Ajuste a capital de trabajo	1044
Tabla 41. Gastos legales de constitución de la empresa.....	1055
Tabla 42. Nómina del centro turístico	105
Tabla 43. Apropiaciones legales.....	1066
Tabla 44. Media aritmética de la inflación de los últimos 5 años en Colombia.....	106
Tabla 45. Valor anual de la nómina y prestaciones sociales	1077
Tabla 46. Honorarios del contador público (staff)	107
Tabla 47. Gastos en servicios públicos.....	1088
Tabla 48. Gastos de mantenimiento de instalaciones.....	108
Tabla 49. Depreciación de activos fijos y valor de salvamento	1099
Tabla 50. Amortización de diferidos	109
Tabla 51. Consolidado de costos y gastos	1100
Tabla 52. Ingresos proyectados	110
Tabla 53. Tabulación punto de equilibrio.....	1122
Tabla 54. Estado de situación financiera.....	1144
Tabla 55. Estado de resultados	1155
Tabla 56. Flujo de inversiones.....	1166
Tabla 57. Flujo de producción financiero.....	1166
Tabla 58. Flujo de caja original.....	1177
Tabla 59. Calculo del VPN sobre flujos de caja.....	118
Tabla 60. Aproximación de VPN a una tasa del 25%	1199

Tabla 61. Aproximación a VPN a una tasa del 27%	119
Tabla 62. Aproximación VPN a una tasa del 30%	12020

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1 Estrato socioeconómico de los encuestados.....	39
Figura 2 Encuestados que no han visitado el corregimiento del Remolino y que gustaría hacerlo.....	40
Figura 3 Experiencia de los encuestados visitando el corregimiento del Remolino..	41
Figura 4 Encuestados que visitarían el centro turístico.	42
Figura 5 Encuestados que se han hospedado en algún lugar que preste el servicio.	43
Figura 6 Encuestados que conocen otro lugar que ofrece servicios de hospedaje.	44
Figura 7 Personas o familiares con los que viajan los encuestados.....	45
Figura 8 Tiempo que suelen permanecer hospedados.	46
Figura 9 Frecuencia con la que demanda servicios turísticos.	477
Figura 10 Lo que más les llama la atención a los encuestados de los lugares que visitan. ..	48
Figura 11 Servicios complementarios a la hora de escoger un lugar de hospedaje.....	49
Figura 12 Lo más importante a la hora de escoger un sitio de hospedaje.	50
Figura 13 Lo que estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de una noche de una cabaña para 2 personas.....	51
Figura 14 Lo que estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de una noche en una cabaña para 3 personas.....	52
Figura 15 Lo que estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de una noche en una cabaña para 5 personas.....	53
Figura 16 Motivo por el cual los encuestados visitarían el corregimiento del Remolino. ...	54
Figura 17 Servicios complementarios que los encuestados demandan aparte del hospedaje.	55
Figura 18 Ubicación exacta del proyecto.	72
Figura 19 Flujograma de proceso de prestación de servicios del centro turístico.	74
Figura 20 Distribución del espacio de una cabaña.	777
Figura 21 Diseño de una cabaña prefabricada.....	77
Figura 22 Distribución de la planta del centro turístico.	78
Figura 23 Organigrama del centro turístico Cabañales del Sol S.A.S.....	80
Figura 24 Punto de equilibrio	113
Figura 25 Flujo de caja	118

Lista de Anexos

	Pág.
Anexo A	129
Anexo B	1322
Anexo C	133
Anexo D	136

Introducción

El presente estudio de factibilidad está enfocado en la implementación de un centro turístico en el corregimiento de Remolino, municipio de Taminango, se ha realizado la descripción del problema, donde se puede evidenciar las principales problemáticas de las cuales se destacan: la poca disponibilidad de hospedaje, los inexistentes estudios de factibilidad para implementar un centro turístico y falta de reconocimiento del corregimiento como un centro turístico, posteriormente se definió los objetivos que se pretende alcanzar, así mismo se realizó la justificación, en la cual se expresa los motivos por lo que se realizó dicho estudio de factibilidad, resaltando la importancia de su implementación.

De la misma manera se dan a conocer los antecedentes, a nivel internacional, nacional y regional, los cuales sirvieron como base para el estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en el corregimiento de Remolino en el municipio de Taminango del departamento de Nariño. Para la metodología implementada, se realizó una tabla en el cual se da a conocer los objetivos específicos, junto a sus correspondientes actividades que se realizarán para dar cumplimiento a los mismos.

Por otra parte, se realizó el presupuesto donde se definió los ingresos y egresos, lo cual es muy importante conocer, puesto que con esto se pretende que el estudio de factibilidad pueda desarrollarse de la mejor manera y no tener inconvenientes ni retrasados en los posteriores procesos de su elaboración. Luego se llevó a cabo la elaboración de un cronograma de actividades, en cual se estipula los tiempos de los procesos y acciones que se pretende realizar en la elaboración de este mismo y por último se ordenó la bibliografía, que sirve como material de consulta y soporte para el estudio de factibilidad.

Por otra parte, se ha desarrollado el estudio de mercado, en el cual se abordó un análisis de la oferta, demanda, y la competencia, el cual partió a través del uso de instrumentos de recolección de información como son las encuestas y entrevistas, con el fin de conocer los gustos, preferencias de los clientes potenciales y los aspectos que destacan a los principales competidores que se encuentran dentro del mercado en el cual se pretende ingresar, así como también realizar la cuantificación de las variables mencionadas

anteriormente, y poder determinar cuantitativamente el mercado insatisfecho aprovechable para el proyecto en estudio.

Además, se realizó el análisis técnico, donde se pudo determinar el tamaño del proyecto en base a su capacidad instalada, se pudo determinar la mejor ubicación para su puesta en marcha y posterior funcionamiento a través de la evaluación de factores clave para poder determinarla, posteriormente se elaboró el proceso de prestación del servicio, con su respectivo flujograma. También se pudo identificar cuáles eran los requerimientos en cuanto a muebles, encerados, equipos, y edificaciones necesarias para el desarrollo de la actividad económica, así como también se diseñó un plano general, del lugar, y de las cabañas del centro turístico.

De igual manera, se elabora el estudio organizacional y legal, en el cual se presenta la estructura organizacional del proyecto y se plasma los cargos y funciones necesarios que estarán en constante operación y que son necesarios para lograr cumplir con el objeto social de la empresa. Así mismo, se implementa el reglamento interno de trabajo, las políticas de seguridad y salud en trabajo para el proyecto en curso, finalizando con la elaboración de la misión, visión, objetivos y el respectivo objeto social del de la empresa en proyecto.

Por último, se realizó el estudio financiero, en el cual se plasmó toda la información relacionada, a los costos y gastos de operación en los que se va a incurrir, para poder realizar las distintas operaciones del proyecto, además se determinó los ingresos que serían percibidos para los años de evaluación del estudio y su respectiva proyección, así como también, se pudo conocer el punto de equilibrio por medio de la capacidad de atención mínima necesaria para no generar pérdidas pero tampoco utilidades, por otra parte, se conoció el flujo de caja del proyecto y se realizó su respectivo análisis mediante indicadores de rentabilidad financiera, con el fin de determinar la factibilidad del proyecto.

1. Marco general de la investigación.

1.1 Tema de investigación.

Estudio de factibilidad.

1.2 Línea de investigación

La presente investigación se encuentra articulada dentro de la línea de crecimiento y desarrollo regional, ya que después de conocer que es factible realizar dicho proyecto, los beneficios que traería en el ámbito social son numerosos, empezando por el empleo que generaría para las personas que habitan en la zona de ejecución del proyecto. Además, se pretende que las personas de la ciudad de Pasto y sus alrededores, reconozcan al corregimiento del Remolino como un lugar idóneo para las actividades de turismo y descanso, logrando de esta manera atraer a más turistas y con ello mayores ingresos para la población en general.

Por último, la propuesta investigativa contribuirá con el emprendimiento en este tipo de servicio, brindando un servicio único que por el momento no se presenta dentro del corregimiento.

1.3 Planteamiento del problema

1.3.1 Descripción del problema

Al no existir los respectivos estudios de factibilidad formulados para implementar un centro turístico destinado para el descanso y la recreación de los turistas de la ciudad de Pasto y otros municipios, los potenciales inversionistas desconocen totalmente la viabilidad y la cantidad requerida a invertir en este tipo de proyectos. Es por esto que se requiere de dichos estudios para tener la certeza que este tipo de inversiones van a traer tanto beneficios para los inversionistas como para la gente de la región en la cual se va a llevar a cabo este proyecto.

También se evidencia que la disponibilidad en materia de hospedaje que presenta el corregimiento de el Remolino es baja, son muy pocas las locaciones que se prestan para el sector hotelero, algunas de estas suelen ser fincas privadas, las cuales prestan sus servicios

de hospedaje y recreación habitualmente los fines de semana, y festivos, pero no es suficiente, ya que muchas personas que concurren al lugar en días de la semana, todo esto a causa de la falta de inversión que hay en el sector turístico y hotelero dentro del corregimiento, de manera que la disponibilidad de lugares de estadía para todas las personas es limitada y no satisface la demanda actual que hay en el lugar en el que se va a llevar a cabo el proyecto.

De igual manera, es muy importante comprender la importancia de el Remolino como un lugar atractivo para la recreación, estadía y turismo ya que por la falta de promoción por parte de entes gubernamentales como alcaldía y gobernación los cuales no tienen en cuenta este bello corregimiento, esto genera que todas las personas que buscan un lugar turístico para hospedarse opten por visitar otros lugares de clima cálido, por lo anteriormente descrito se ha estado perdiendo innumerables visitantes y fuentes de ingreso para muchas familias que tendrían una buena fuente de ingresos o de trabajo para mejorar su calidad de vida.

Por otra parte, se ha identificado que en los pocos lugares de estadía que hay dentro del corregimiento se presenta una elevada carencia en lo que a una buena presentación en el servicio de hospedaje se refiere, ya que muchas de las instalaciones de hoteles y otros lugares de hospedaje no cuentan con las características necesarias que cumplan con algunos estándares de comodidad para los turistas, ya que no se acoplan con la climatología apropiada para este lugar, en consecuencia de esto muchas personas optan por replantear sus opciones de visita, buscando un mejor destino que se acomode más a sus necesidades.

Por último, es evidente ver la falta de conocimiento que tienen los pobladores del corregimiento de El Remolino sobre todo este sector turístico como, atención al cliente, turismo, hotelería, etc. Esto genera una falencia que afecta significativamente el desarrollo de este proyecto. Esto es por causa de olvido por entes gubernamentales que brinden material de apoyo como capacitaciones o cursos sobre estos temas. También hay que recalcar que por causa de esto los pobladores han generado poco interés en lo que se refiere a la hotelería y turismo, esto causa que las personas o los turistas, al hospedarse en este lugar, no perciban

una buena atención, causando inconformidad y así se genere aún más que el lugar no se sugiera como se esperaba como un sitio turístico en Nariño.

Con este plan de negocios se busca determinar la viabilidad en la inversión monetaria para llevar a cabo la implementación de un complejo turístico para los habitantes de la ciudad de Pasto y demás municipios que quieran disfrutar de un buen clima y un descanso apropiado y así mismo favorecer a los habitantes de la región para que tengan alternativas o ingresos económicos para mejorar su calidad de vida.

1.3.2 *Formulación del problema*

¿Es factible la implementación de un centro turístico en el corregimiento de Remolino, municipio de Taminango?

1.4 Objetivos

1.4.1 *Objetivo general*

Formular un estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en el corregimiento de el Remolino, municipio de Taminango.

1.4.2 *Objetivos específicos*

- Realizar el estudio de mercado, un análisis de la oferta y la demanda del sector turístico en el corregimiento de Remolino.
- Hacer un estudio técnico de las necesidades y requerimientos para crear un centro turístico en el Corregimiento de Remolino.
- Determinar el estudio administrativo necesario para el funcionamiento del centro turístico en el corregimiento de Remolino.
- Elaborar un estudio económico y financiero para crear el centro turístico en el corregimiento de Remolino

1.5 Justificación

El presente estudio de factibilidad se realiza con el fin de conocer la factibilidad de la implementación de un centro vacacional en el corregimiento de Remolino, es importante conocer primeramente las características geográficas de la zona en la cual se pretende realizar el proyecto.

Según COTELCO (s.f.)

El departamento de Nariño es considerado como uno de los más grandes potenciales turísticos de Colombia, está enclavado en la región andina y es rodeado por una cadena de volcanes próximos unos de otros, posee también una amplia llanura en el Pacífico, esto le permite ofrecer al turista una gran diversidad de paisajes y de climas, desde las playas tropicales y exóticas, selváticos manglares, pasando por cálidos y verdes valles, las frías mesetas, los páramos neblinosos, los gélidos nevados y volcanes, visibles desde distintos puntos del departamento.

A lo largo de la última década el sector turismo en Colombia ha presentado un crecimiento significativo; Cecilia Álvarez-Correa Glen, Ministra de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2015) afirma que “el turismo colombiano crece al 13,1%, mientras que el resto de Latinoamérica lo hace al 8%”; además, según publicaciones de la revista Dinero (2015), “El turismo, con una participación del 5,9% en el Producto Interno Bruto (PIB) de la nación, se convirtió en uno de los principales motores económicos de Colombia”, y, después de la exportación de minerales y combustibles, se ha posicionado como la segunda actividad económica que genera mayores divisas.

Esta misma tendencia, se puede evidenciar en corregimiento de El Remolino, donde se nota el aumento de turistas en los últimos años, esto se ha dado principalmente por el clima que tiene una media de 29 grados, lo cual hace muy agradable para los visitantes, además, se ha venido fomentando el turismo de aventura, ofreciendo actividades como el canotaje en el Río Patía y el senderismo.

Por los motivos anteriormente mencionados es que la demanda es ampliamente superada por la oferta de lugares de hospedaje, por consiguiente, se desea conocer la

viabilidad del centro turístico que ayude al inversionista saber si es factible la inversión del capital en este proyecto.

Cabe resaltar que con este proyecto se podrá generar un mejor desarrollo sostenible dentro del corregimiento de Remolino, en el cual se aspira poder generar nuevas fuentes de empleos para los habitantes del lugar permitiendo el mejoramiento de la calidad y las condiciones de vida de la población, permitiendo el empoderamiento de mujeres y jóvenes.

Por último, se busca conseguir un reconocimiento el cual posicione al corregimiento de Remolino como uno de los centros turísticos a visitar en el departamento de Nariño, así como lo tienen otros lugares y municipios dentro del territorio departamental y pueda ser considerado como un centro turístico y recreacional, para todos los turistas que quieran pasar unas buenas vacaciones y disfrutar del buen clima, atención, amabilidad y cultura que se les proporcionará por parte de la comunidad del corregimiento de Remolino.

2. Marco referencial

2.1 Antecedentes

A nivel internacional

El trabajo de grado titulado: Elaboración de un plan de negocio turístico para la hacienda Yangana Lodge de la parroquia Yangana, cantón Loja. (Ecuador) realizado en el año de 2013, cuyo autor es Carlos Daniel Barnuevo Luzuriaga, egresado de la Universidad Nacional de Loja de Administración turística.

Como **Objetivo General** se tiene:

- Diseñar un plan de negocios turístico de la hacienda “Yangana Lodge” de la parroquia Yangana, cantón y provincia de Loja que permita establecer sus operaciones de servicios turísticos.

Como **Objetivos específicos** se tienen:

- Determinar lo esencial del análisis de la situación actual de este tipo de negocios, con la finalidad de identificar las oportunidades que presenta el mercado.
- Realizar un estudio de mercado que nos permita analizar la demanda y oferta de los servicios turísticos
- Realizar un estudio económico financiero, en el que especifiquen las proyecciones de ingresos y egresos.
- Realizar un plan de operaciones, en el que se detallen todas las actividades necesarias para poner en marcha el negocio e identificar las fuentes de financiación.

- Realizar un estudio técnico, que nos proporcione la información necesaria acerca de la ingeniería del proyecto

Entre las **conclusiones** están

- En la parroquia Yangana no existe una empresa que brinde servicios turísticos de primera o segunda categoría que oferten atención a la alta expectativa de los turistas tanto nacionales, pero en especial de los extranjeros que es nuestro segmento de población objetivo.
- La mayor parte de los encuestados considera importante el funcionamiento de la Hacienda Yangana Lodge, y harían uso de los paquetes turísticos que brindaría la misma.
- Existe una alta afluencia de turistas extranjeros al sector sur - oriental del cantón Loja, y por ende a la parroquia Yangana.
- A los turistas les interesa el Agroturismo donde se incluya la visita a Huertos Frutales, parques naturales como el Podocarpusetc.
- La hacienda Yangana Lodge cuenta con una importante área de terreno para operar e incrementar con el tiempo nuevos requerimientos por parte de los turistas potenciales.
- Los turistas extranjeros demandan de espacios junto a la naturaleza para distracción y entretenimiento.
- Los turistas extranjeros son amantes de las travesías a caballo, caminatas, observación de la naturaleza, bicigrós de montaña etc.

Aporte

Este antecedente es de gran utilidad ya que muestra la manera cómo enfocar la investigación, empezando por realizar un estudio de mercado el cual servirá para realizar el análisis financiero, y en base a esto determinar la viabilidad del negocio.

Así mismo, ésta investigación permitirá conocer la importancia de realizar un diagnóstico tanto interno como externo del negocio, donde se analiza aspectos como el comportamiento de los futuros clientes respecto al negocio, clima económico, futura organización del negocio etc. aspectos determinantes para evaluar la factibilidad y buena marcha del negocio y poder plantear estrategias que permitan evitar futuras falencias y fortalecer las potencialidades del entorno y de los servicios a ofrecerse.

A nivel nacional

El trabajo de grado titulado: Plan de negocio para la creación de un proyecto de turismo especializado en dos fincas ubicadas en la ciudad de Pereira, realizado en el año 2016, cuyo autor es Jeraldyn Arroyave Osorio y Laura Viviana López Idárraga, egresadas de la Universidad Tecnológica de Pereira del programa de Ingeniería Industrial.

Como **Objetivo General** se tiene:

- Diseñar un plan de negocio para la creación y operación de un proyecto de turismo especializado, en dos zonas de conservación natural ubicadas en la ciudad de Pereira.

Como **Objetivos Específicos** se tiene:

- Realizar un análisis del sector turismo y turismo especializado en la ciudad de Pereira.
- Hacer un estudio de mercado del proyecto de turismo especializado en la ciudad de Pereira con el fin de identificar el segmento objetivo.

- Definir un plan de acción en términos técnicos, administrativos, financieros, legales y de mercado.
- Determinar los riesgos de la puesta en marcha del proyecto y establecer planes de contingencia.

Entre las **Conclusiones** están:

- El carente reconocimiento de la ciudad de Pereira como atractivo turístico especializado y de naturaleza puede convertirse en una oportunidad para el desarrollo de proyectos que potencien este sector y conviertan la ciudad en un referente a nivel regional y nacional; sus múltiples ventajas respecto a ubicación, accesibilidad, riqueza de recursos naturales, planes gubernamentales en materia de turismo y crecimiento constante de visitantes internacionales, crean un escenario apto y competente para el desarrollo de la idea de negocio propuesta, que además de ofrecer un servicio diferenciado y singular, está íntegramente vinculado con el desarrollo sostenible.
- La tasa de crecimiento establecida para las ventas en el horizonte de tiempo presenta un incremento anual relativamente bajo; sin embargo, se considera apto para este tipo de proyecto, teniendo en cuenta que una de sus características principales consiste en supeditarse a la capacidad de carga y moderar la afluencia de visitantes en cada zona.

El fin último de la implementación del proyecto es alcanzar la sostenibilidad en los ámbitos económico, social y ambiental, a través de la sinergia entre la conservación y la producción sostenible como estrategia de desarrollo, de esta manera, tanto la planeación estratégica como los modelos de operación fueron definidos con miras a preservar tal equilibrio.

- El periodo de recuperación de la inversión se estima en 2,18 años, un periodo relativamente corto que va a reducir la incertidumbre y los 117 riesgos de generación de pérdidas, ya que permite asegurar flujos positivos y liquidez de manera rápida.
- La Tasa Interna de Retorno arroja un valor positivo, por lo que puede afirmarse que el proyecto es rentable, ya que además de reintegrar el capital invertido, otorga una ganancia adicional del 58%; así mismo, se evidencia que la TIR supera el valor de la Tasa de Descuento en ambos escenarios (TD del 14% en la financiación de la inversión a través de una línea de crédito, y TD del 15% en la financiación mediante recursos propios), este hecho evidencia un rendimiento mayor al mínimo requerido y sustenta la conveniencia de la inversión en el proyecto. Adicionalmente, el resultado del Valor Presente Neto obtenido es positivo, por consiguiente, puede afirmarse que el proyecto es rentable, factible y atractivo desde el punto de vista financiero, ya que además de producir una rentabilidad superior a la Tasa de Descuento, generaría, en valores actuales, una ganancia adicional de \$ 41.315.300.

Aporte

Este trabajo es de gran utilidad para la investigación que se está llevando a cabo, puesto que genera información de alta relevancia acerca de la creación y puesta en marcha de una idea de negocio basada en la prestación de servicios turísticos, además de reconocer e identificar las etapas de desarrollo de la idea para su posterior funcionamiento, inicialmente dando a conocer el diagnóstico del sector turístico a nivel nacional, regional y local para así reconocer las posibles ventajas y desventajas de la implementación del proyecto, seguido de esto permite conocer cómo se realiza un estudio de mercado, el perfil del consumidor, los posibles competidores, demanda y oferta.

Por otra parte, permite entender cómo se realiza el análisis técnico y operativo en los procesos de servucción, identificando las necesidades y requerimientos para poder desarrollar el proyecto como tal, a su vez se puede comprender el desarrollo de un análisis administrativo, en cuanto a su estructura organizacional y políticas de trabajo, y por último,

da a conocer y ayuda a tener una visión más clara acerca del análisis financiero, mediante la presentación e interpretación de estados financieros para así lograr concluir con la viabilidad del proyecto.

A nivel local

El trabajo de grado titulado: Determinar si la oferta turística del municipio de Sandoná, departamento de Nariño, satisface las expectativas de los turistas que lo visitan realizado en el año 2019, cuyos autores son Breiner Adolfo Carvajal Narvárez y Franco Albeiro Meza Insuasty, egresados de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de la Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas.

Como **Objetivo General** se tiene:

- Determinar si la oferta turística del municipio de Sandoná, Departamento de Nariño, satisface las expectativas de los turistas que lo visitan.

Como **Objetivos Específicos** se tiene:

- Determinar qué busca el Turista cuando visita el municipio de Sandoná, Departamento de Nariño.
- Identificar la oferta turística que brinda el municipio de Sandoná, Departamento de Nariño a los Turistas que lo visitan.
- Identificar las oportunidades de mejora o de emprendimiento que genera el Turismo para el desarrollo de los habitantes del municipio de Sandoná, Departamento de Nariño.

Entre las **Conclusiones** están:

- Según la información recolectada, las personas que visitan el municipio de Sandoná sobre el grado de satisfacción que le deja su visita al municipio, el 100% de los encuestados respondieron quedar satisfechos, lo que refleja que, a pesar de tener una industria turística incipiente, el municipio goza de gran aceptación de los turistas por lo que hay que potenciar la industria para sacar más y mejores beneficios de esta actividad.
- Los turistas aprecian y aceptan de manera positiva la oferta turística del municipio, si bien es cierto Sandoná es uno de los municipios de la zona occidente con mayor desarrollo en esta industria, aunque aún de manera incipiente, también se detectó que la preferencia hacia el municipio es porque la mayoría de los municipios del Departamento no cuentan con una oferta en diferentes sectores complementarios de la industria turística (gastronomía, hoteles, centros recreativos, vías de acceso, clima cálido, etc.), situación que realza la imagen del municipio de Sandoná ante los demás municipios del Departamento.
- Con respecto a la percepción de Desarrollo que genera el turismo en el municipio de Sandoná, los entrevistados respondieron que es una actividad que le está permitiendo a muchos habitantes del municipio emprender sus propios negocios, generar empleo, aportar al desarrollo económico del municipio, elevar el bienestar de sus familias y la posibilidad de llevar una vida tranquila, sin depender de los puestos de trabajo municipales con la zozobra de perderlos en cualquier momento, es aquí donde vemos que la percepción de desarrollo va acorde a los paradigmas del Desarrollo Humano, del de Capacidades y 46 Libertades de Amartya Sen, la cual definió que el desarrollo debe ser entendido como un estado donde las personas tienen la vida que desean y valoran vivir, pero que además no interviene negativamente en el logro del desarrollo de los demás individuos de la sociedad.

- El municipio de Sandoná cuenta con una posición geográfica privilegiada en el Departamento de Nariño, al ubicarse en el corredor de la circunvalar al Galeras que además cuenta con una vía totalmente pavimentada reduciendo los tiempos de desplazamiento con los diferentes municipios circunvecinos y teniendo un fácil acceso para las demás personas de diferentes zonas del País que lo visitan, esto hace que el municipio tenga un gran potencial turístico que puede explotar y que aportará a su desarrollo económico y social.

Aporte

El antecedente anterior es de gran utilidad para la investigación que se está realizando ya que se puede conocer de cierta manera el grado de aceptación de las personas por un nuevo sitio turístico, lo cual para los autores de la investigación es una oportunidad para emprender sus propios negocios, generar empleo, aportar al desarrollo económico del municipio, elevar el bienestar de sus familias y la posibilidad de llevar una mejor calidad de vida. También es notorio el alto grado de aceptación de los turistas en este sector.

De igual manera, esta investigación deja en claro las posibilidades que tiene un turista en el departamento de Nariño, las cuales son, una variedad de climas, sus atractivos turísticos, artesanías, su gastronomía, sus paisajes, los cuales se pueden disfrutar en un ambiente familiar, y lo mejor de todo es que la mayoría de estos sitios se encuentran cerca de la capital Pasto.

3. Metodología

3.1 Plan de actividades

Tabla 1.

Plan de actividades

Objetivos específicos	Actividades
Realizar el estudio de mercado, un análisis de la oferta y la demanda del sector turístico en el corregimiento de Remolino.	<ul style="list-style-type: none"> • Recolectar información de la competencia • Reconocer los gustos y preferencias de los clientes potenciales • Realizar la identificación del mercado • Determinar la posible cantidad de clientes potenciales
Hacer un estudio técnico de las necesidades y requerimientos para crear un centro turístico en el Corregimiento de Remolino.	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar el tamaño del negocio • Preparar un presupuesto de necesidades y requerimientos para la operación de un centro turístico. • Realizar un estudio de precios de los insumos necesarios • Identificar distribuidores
Determinar el estudio administrativo necesario para el funcionamiento del centro turístico en el corregimiento de Remolino.	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar los cargos básicos necesarios • Formar los departamentos necesarios • Programar las funciones de los cargos • Establecer políticas internas • Establecer los estatutos laborales
Elaborar un estudio económico y financiero para crear el Centro turístico en el corregimiento de Remolino	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la proyección de ingresos • Determinar la tasa interna de retorno • Determinar los costos y gastos • Realizar la fijación de precios y tarifas del servicio

3.2 Población y muestra

Para efectos de estudio de mercado de los servicios a prestar, la presente investigación establece como mercado objetivo la ciudad de San Juan de Pasto, estratos socioeconómicos 3, 4, 5, y 6.

Tabla 2.

Número de hogares por estrato en la ciudad de Pasto

ESTRATO	HOGARES	%
Estrato 1	16.493	16,33%
Estrato 2	38.524	38,14%
Estrato 3	31.927	31,61%
Estrato 4	10.378	10,27%
Estrato 5	3.665	3,63%
Estrato 6	27	0,03%
	101.014	100,00%

Fuente: Empresa metropolitana de Aseo de Pasto S.A. ESP- VEOLIA
Información con cierre a diciembre 31 de 2020

3.2.1 Población. Se tiene en cuenta para esta investigación 45.997 unidades familiares, existentes en el municipio de San Juan de Pasto, correspondientes a los estratos sociales antes citados.

Igualmente, para la determinación de la población se tendrá en cuenta a los representantes de las empresas competidoras del lugar donde se pretende implementar el centro turístico, entre ellos encontramos: Centro Vacacional La Bocana, Complejo Turístico Tierra de Sol y Parador Turístico El Remolino.

Por otra parte, se ha identificado que para el mercado de insumos se pretende contratar para la construcción de las cabañas a la empresa Innovacasas, la cual ofrece cabañas prefabricadas que permiten optimizar los tiempos de construcción y ofrecen diseños campestres muy llamativos para el proyecto que se pretende implementar.

Para la dotación del interior de las cabañas se cotizó con la empresa Muebles Rodríguez S.A.S, la cual se dedica a la elaboración y venta de productos para el hogar, juegos de sala, sofá camas, camas y más.

Además, se va a realizar la compra de materiales para la construcción de la piscina con la Ferretería Ferro Mac, la cual ofrece buenos precios y cercanía, ya que, está en el mismo lugar del proyecto.

Por último, para el mantenimiento de la piscina se requerirá de los productos ofrecidos por la empresa Tecnopiscinas, con el fin de garantizar la mejor calidad del agua y así poder brindar un excelente servicio.

3.2.2 Muestra. Para la determinación del tamaño de la muestra se identifica cierto número de familias por cada estrato social aplicando muestreo aleatorio simple estratificado.

Se estima un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, por lo tanto, para este nivel Z toma un valor de 1.96 denominado coeficiente de confianza.

Se aplicó la siguiente fórmula correspondiente al muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas.

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{(N - 1) * e^2 + z^2 * p * q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

Z = Grado de confianza 95% - coeficiente de confianza 1,96

p = Probabilidad que un suceso ocurra, generalmente un 50%

q = Probabilidad que un suceso no ocurra, generalmente un 50 %

e = Error permisible 5%

$$n = \frac{45997 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(45997 - 1) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} = 381$$

Tabla 3.*Cálculo de la muestra para la investigación*

MUESTREO		
95% G.C.	1,96 C.C	3,8416 FACTOR
ERROR	0,05	0,0025
P	0,5	
Q	0,5	
N	45.997	
N-1	45.996	
$n =$	$\frac{44.175,5188}{115,950400}$	381

Tabla 4.*Muestreo Estratificado*

ESTRATO	HOGARES	%	Muestra
Estrato 3	31.927	69,41%	264
Estrato 4	10.378	22,56%	86
Estrato 5	3.665	7,97%	30
Estrato 6	27	0,06%	0
	45.997	100,00%	381

3.3 Fuentes de recolección de información.

3.3.1 Primarias. Las fuentes primarias para esta investigación serán los futuros y potenciales clientes de los cuales se pretende sustraer la información necesaria para definir sus gustos y preferencias, las cuales contribuyan para poder definir el perfil del consumidor. De esta manera al lanzar el servicio al mercado, dichos clientes potenciales notarán que las características del servicio, se tuvo en cuenta su opinión.

Por otra parte, se encuentran los competidores, de quienes se pretende obtener la información pertinente por medio de entrevistas a los propietarios o administradores de estos establecimientos, para posteriormente realizar el análisis de la oferta, con el objetivo de poder cuantificarla y poder llevar a cabo el desarrollo del estudio de mercado.

Por último, las empresas productoras de bienes, que proporcionarán los insumos requeridos para el buen funcionamiento del centro turístico, para esto se recurre a la información disponible en cámara de comercio de Pasto, para identificar las empresas que se requieren para la dotación, funcionamiento y construcción del centro turístico.

3.3.2 Secundarias. Las fuentes secundarias seleccionadas para esta investigación fueron páginas de internet en las cuales se encontró información de manera precisa y confiable, con el fin de conocer el número de hombres y mujeres pertenecientes a ciertos rangos específicos de edad, quienes serán nuestros potenciales clientes.

Entre las páginas consultadas tenemos a la página web del DANE (departamento administrativo nacional de estadística), en la cual hay información muy valiosa de tipo socio-demográfica, así mismo, se tuvo en cuenta a la página web de la Empresa metropolitana de Aseo de Pasto S.A. ESP- VEOLIA, donde se encontró otra información relevante para tener en cuenta a la hora de definir la población y posteriormente la muestra

Adicionalmente como fuente secundaria se tienen los datos arrojados por la cámara de comercio de Pasto, para identificar los negocios o empresas de la competencia, los cuales ya fueron nombrados anteriormente.

3.4 Técnicas e instrumentos de información

Para este trabajo investigativo se decidió utilizar la técnica de muestreo aleatorio simple estratificado ya que el objetivo del total de la población se separa en segmentos exclusivos, homogéneos (estratos), y luego una muestra aleatoria simple se selecciona de cada segmento (estrato).

Para el instrumento de recolección de información se utilizará la herramienta de encuestas, las cuales van a ser dirigidas a 381 personas. Se decidió optar por dicha herramienta ya que se nos facilita más la recolección de información y el posterior análisis estadístico de la así misma.

Así mismo, se utilizará para recolectar información unas entrevistas realizadas hacia la competencia y diseño de cotizaciones dirigidas a las empresas que van a surtir los insumos para llevar a cabo este proyecto.

4. Estudio de mercado

4.1 Investigación de mercados

Para abordar el mercado se han planeado y desarrollado un estudio a través de encuestas, con el fin de evaluar tanto variables cuantitativas y cualitativas.

Estudio de mercado a través de encuestas

El objetivo de esta investigación por medio del uso de encuestas es obtener información con el fin de estudiar los gustos, preferencias de los clientes potenciales de una población específica. Esta técnica trabaja con grupos relativamente grandes de personas, y persigue en todo momento extraer datos que sean representativos estadísticamente de la población objeto de estudio.

Objetivo general:

Definir la demanda del mercado, y las variables cuantitativas que permitan definir directamente el segmento de mercado para el proyecto en estudio.

Objetivos específicos:

- Definir la demanda potencial y proyectada del centro vacacional.
- Estimar gustos y preferencias de los clientes potenciales.
- Determinar el precio del servicio del centro turístico.
- Definir los principales competidores de la localidad del Remolino.

Descripción general del estudio

Se realizó una encuesta a una muestra seleccionada de personas de la ciudad de Pasto que se encuentran dentro de los estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6 con el propósito de obtener información en cuanto a las características principales con las que debe contar la prestación de servicio de hospedaje y su disposición para visitarlo.

Definición de la muestra.

Para la determinación del tamaño de la muestra se identifica cierto número de familias por cada estrato social aplicando muestreo aleatorio simple estratificado. Se estima un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, por lo tanto, para este nivel Z toma un valor de 1.96 denominado coeficiente de confianza.

4.2 Análisis sectorial

El departamento de Nariño es considerado como uno de los más grandes potenciales turísticos de Colombia, está enclavado en la región andina y es rodeado por una cadena de volcanes próximos unos de otros, posee también una amplia llanura en el Pacífico, esto le permite ofrecer al turista una gran diversidad de paisajes y de climas, desde las playas tropicales y exóticas, selváticos manglares, pasando por cálidos y verdes valles, las frías mesetas, los páramos neblinosos, los gélidos nevados y volcanes, visibles desde distintos puntos del departamento.

A lo largo de la última década el sector turismo en Colombia ha presentado un crecimiento significativo; Cecilia Álvarez-Correa Glen, Ministra de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2015) afirma que “el turismo colombiano crece al 13,1%, mientras que el resto de Latinoamérica lo hace al 8%”; además, según publicaciones de la revista Dinero (2015), “El turismo, con una participación del 5,9% en el Producto Interno Bruto (PIB) de la nación, se convirtió en uno de los principales motores económicos de Colombia”, y, después de la exportación de minerales y combustibles, se ha posicionado como la segunda actividad económica que genera mayores divisas.

Es pertinente reconocer que la disponibilidad de hospedaje que existe en el corregimiento del Remolino es baja, y son pocas las locaciones que se prestan ser servicio de hospedaje, algunas de estas suelen ser fincas privadas, las cuales prestan sus servicios de hospedaje y recreación habitualmente los fines de semana y festivos, pero no es suficiente, ya que hay muchas personas que visitan el lugar entre semana. Esto debido a la falta de inversión que hay en el sector hotelero y de hospedaje dentro del corregimiento, de manera que la disponibilidad de lugares de estadía para todas las personas es limitada y difícilmente satisface la demanda actual que hay en el lugar en el que se va a llevar a cabo el proyecto.

Por otra parte, se ha identificado que en los pocos lugares de estadía que hay dentro del corregimiento hay deficiencias en la prestación en cuanto a servicios de hospedaje, ya que en varias de las instalaciones de hoteles y lugares de alojamiento no cuentan con las características apropiadas que cumplan estándares de comodidad para los turistas, ya que no se acoplan con el tipo de clima apropiado para este lugar, es por esto que, muchas personas optan por replantear sus planes vacacionales, por lo cual optan por encontrar un mejor destino que se acomode más a sus necesidades.

Por último, se resaltan las palabras dichas por el nuevo presidente, Gustavo Petro, quien en una reunión con los líderes de La Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO) dijo: “**desde el Gobierno van a tener un aliado**”. Lo cual es un buen indicio para poder llevar a cabo proyectos de turismo en zonas donde se cuenta con un gran potencial para hacerlo y que además las oportunidades son escasas para los habitantes de dichas regiones.

4.3 Caracterización del servicio

En primer lugar, es pertinente aclarar que para este proyecto se trata de la prestación de un servicio, específicamente, servicios turísticos de hospedaje o alojamiento, dentro de un centro idóneo para tal fin. A continuación, se presentan cuáles son las características con las que se prestará el servicio de hospedaje.

El servicio se prestará por medio de cabañas, dotadas con todo lo necesario para poder tener una excelente comodidad y una estadía agradable para los turistas, así mismo, las cabañas cumplen con los requerimientos y estándares de calidad.

También se ofrece un excelente servicio con un ambiente limpio, fresco, alejado del ruido, y familiar, que permite generar una experiencia fuera de lo cotidiano, a diferencia de algunos hoteles de la zona, los cuales están ubicados al frente de la vía panamericana, lo cual no permite un descanso agradable para los turistas. de esta manera las personas que visiten el proyecto, encontraran un espacio para relajarse durante el fin de semana.

Por otra parte, se cuenta con el servicio para que los huéspedes hagan uso de la piscina, aquí podrán disfrutar de un agua totalmente limpia y tratada que cumple con los estándares de tratamiento de agua para su uso.

Además, se brindará un excelente servicio de atención y recepción, por medio de un personal altamente capacitado y especializado en este ámbito, para que los turistas puedan sentirse a gusto y totalmente cómodos.

También dispone de varias zonas verdes para que los turistas puedan relajarse y disfrutar de la naturaleza y la tranquilidad del lugar y presenta una excelente entrada para vehículos familiares al centro turístico.

4.4 Análisis de la demanda

4.4.1 Caracterización de la demanda

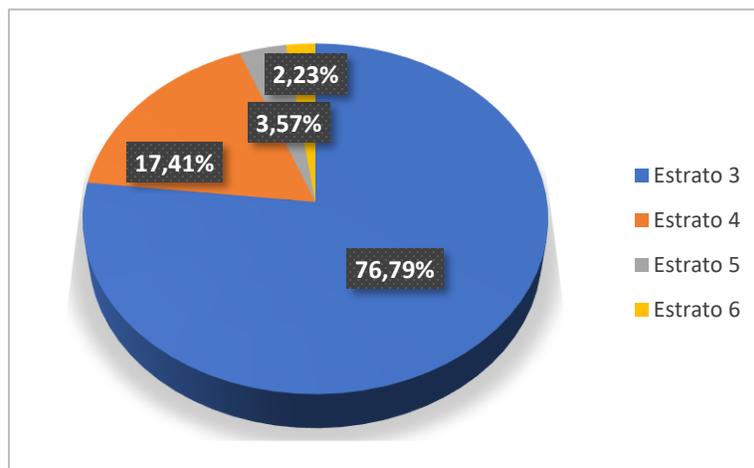
Tabla 5.

Estrato socioeconómico de los encuestados

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Estrato 3	293	76,79%
Estrato 4	66	17,41%
Estrato 5	14	3,57%
Estrato 6	8	2,23%
TOTAL	381	100%

Figura 1.

Estrato socioeconómico de los encuestados



Como se puede observar la mayoría de encuestados se encuentran dentro del estrato 3, lo que corresponde directamente a la información suministrada por la empresa Metropolitana de

aseo de Pasto, seguido por el estrato 4, lo cual indica que son los estratos que tienen mayor participación y representación y que pueden perfilarse como los posibles clientes potenciales.

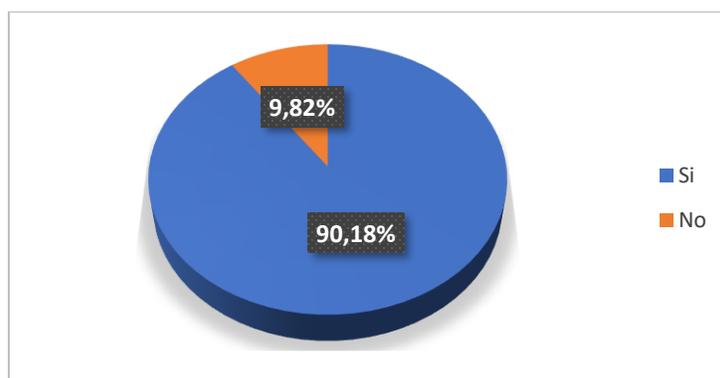
Tabla 6.

Encuestados que no han visitado el corregimiento del Remolino y que gustaría hacerlo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	344	90,18%
No	37	9,82%
TOTAL	381	100%

Figura 2.

Encuestados que no han visitado el corregimiento del Remolino y que gustaría hacerlo



A la pregunta ¿le gustaría visitar el corregimiento del Remolino, Centro turístico y veraniego del departamento?, con una abrumadora diferencia, la mayoría de los encuestados respondieron que sí, esto debido a que en los últimos años la popularidad del lugar ha venido en aumento dada las condiciones climáticas únicas en el departamento, las cuales son del agrado de muchos visitantes que buscan un lugar verdaderamente cálido.

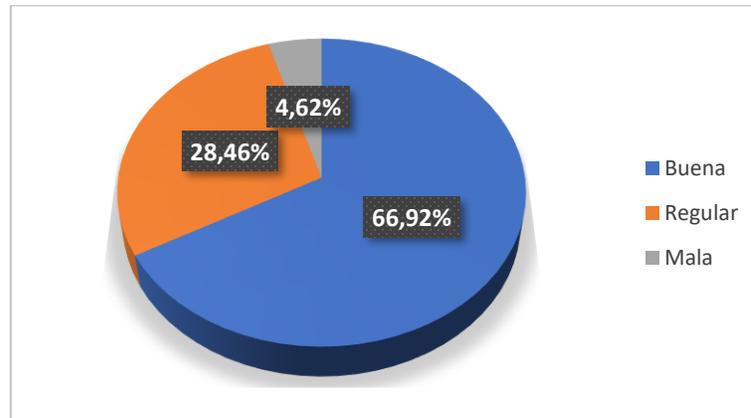
Tabla 7.

Experiencia de los encuestados visitando el corregimiento del Remolino

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Buena	149	66,92%
Regular	63	28,46%
Mala	10	4,62%
TOTAL	222	100%

Figura 3.

Experiencia de los encuestados visitando el corregimiento del Remolino.

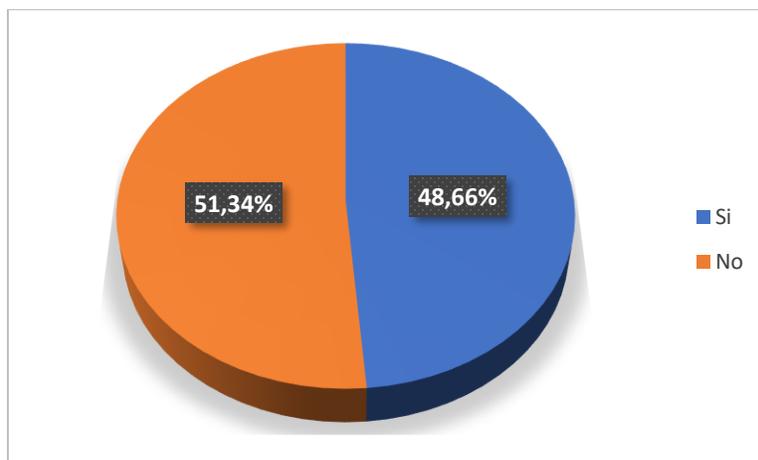


Con lo concerniente a cómo fue la experiencia de los encuestados en el lugar del proyecto la mayoría respondió que fue buena, para el proyecto esto es un factor muy favorable o positivo dado que una imagen o concepto bueno permitirá que más gente se sienta atraída a ir a visitar el lugar y si sumado a lo anterior se brinda un excelente servicio, muy seguramente se contara con gran afluencia de personas en el centro turístico.

Tabla 8.

Encuestados que visitarían el centro turístico

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	185	48,66%
No	196	51,34%
TOTAL	381	100%

Figura 4.*Encuestados que visitarían el centro turístico*

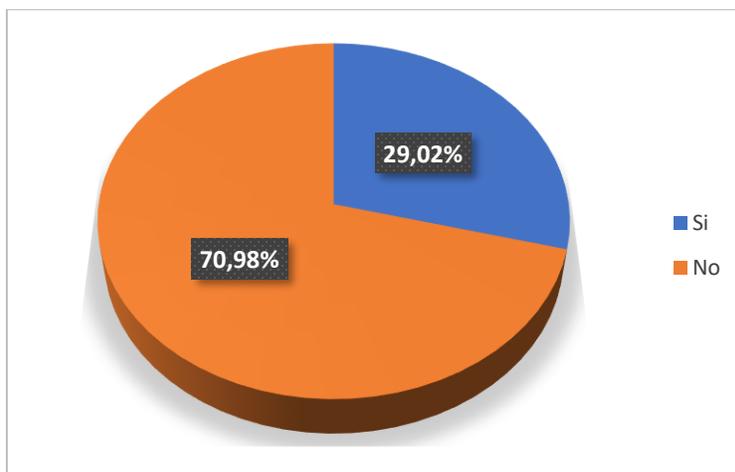
Según los resultados obtenidos se observa que las respuestas de los encuestados en cuanto a si les gustaría visitar el centro turístico en el corregimiento del Remolino, están divididas entre el sí y el no, ganando por poco la opción no, lo anterior puede ser debido a la distancia que separa la ciudad de Pasto del lugar donde se pretende llevar a cabo el proyecto, que son casi 90 kilómetros. Por esta razón prefieren lugares más cercanos como Chachagüí, Pilcuan, entre otros.

Tabla 9.*Encuestados que se han hospedado en algún lugar que preste el servicio*

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	111	29,02%
No	270	70,98%
TOTAL	381	100%

Figura 5.

Encuestados que se han hospedado en algún lugar que preste el servicio



La mayor cantidad de encuestados respondió de manera negativa a la pregunta si ha utilizado el servicio de hospedaje en el Remolino, esto también se puede tomar como una oportunidad ya que a los demandantes del servicio no les han sido satisfecho sus requerimientos o necesidades del servicio de hospedaje.

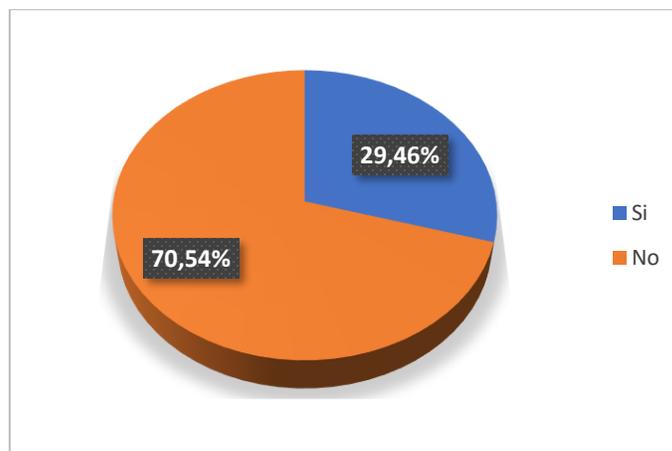
Tabla 10.

Encuestados que conocen otro lugar que ofrece servicios de hospedaje

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	112	29,46%
No	269	70,54%
TOTAL	381	100%

Figura 6.

Encuestados que conocen otro lugar que ofrece servicios de hospedaje



La mayoría de los encuestados no conocen de otro centro turístico ubicado en la región del proyecto, principalmente ya que la mayoría de establecimientos que ofrecen el servicio de hospedaje son hoteles o fincas privadas las cuales son alquiladas por cierta cantidad de días, generalmente los fines de semana y festivos. Con lo anterior este proyecto sería el pionero en ofrecer servicio de hospedaje en cabañas, lo cual permitiría tener cierto factor diferenciador del resto de competidores que ofrecen el servicio de hospedaje.

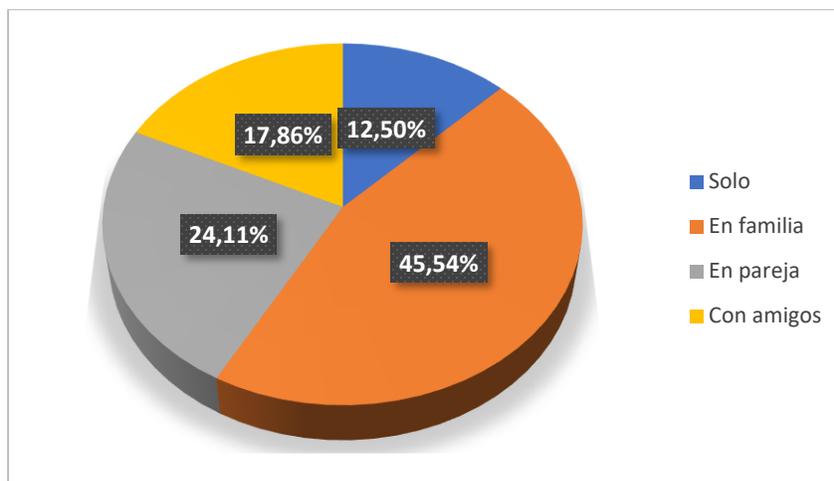
Tabla 11.

Personas o familiares con los que viajan los encuestados

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Solo	48	12,50%
En familia	174	45,54%
En pareja	92	24,11%
Con amigos	68	17,86%
TOTAL	381	100%

Figura 7.

Personas o familiares con los que viajan los encuestados



A la pregunta con quien suele viajar la mayoría de encuestados respondieron que lo hace en familia, este factor podría ser utilizado en la parte de mercadeo al promocionar planes familiares para que su estadía sea más placentera y de esta manera se brinde un mejor servicio.

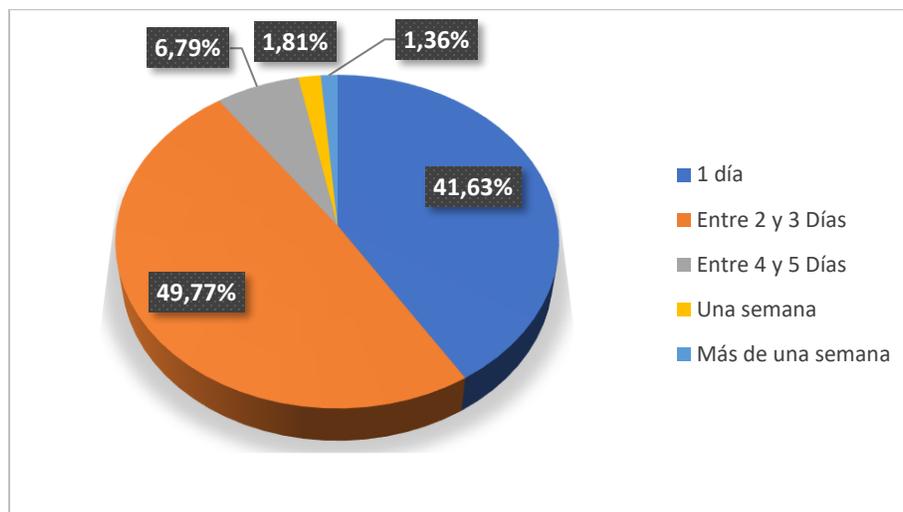
Tabla 12.

Tiempo que suelen permanecer hospedados

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 día	159	41,63%
Entre 2 y 3 Días	190	49,77%
Entre 4 y 5 Días	26	6,79%
Una semana	7	1,81%
Más de una semana	5	1,36%
TOTAL	381	100%

Figura 8.

Tiempo que suelen permanecer hospedados



De acuerdo con la información obtenida, es claro precisar que por lo general el tiempo de hospedaje que más frecuentan los encuestados, se encuentra dentro de los 2 y 3 días, seguido por 1 día, siendo esta una información muy relevante a la hora de realizar el diseño estrategias de mercadeo, proyecciones y estimaciones en cuanto a la demanda, por la prestación de los servicios vacacionales y de hospedaje, con el fin de poder cuantificar y contar con una información más precisa y detallada para así realizar cálculos más exactos y precisos.

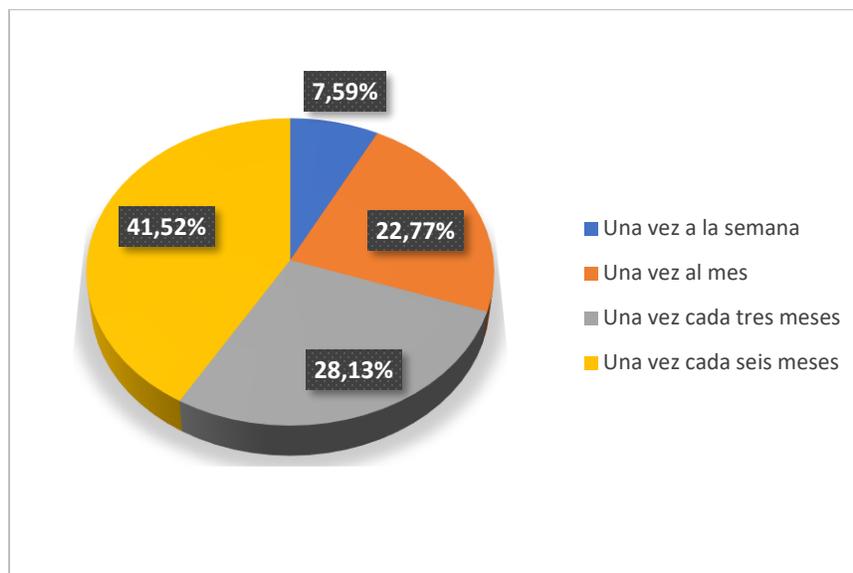
Tabla 13.

Frecuencia con la que demanda servicios turísticos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Una vez a la semana	29	7,59%
Una vez al mes	87	22,77%
Una vez cada tres meses	107	28,13%
Una vez cada seis meses	158	41,52%
TOTAL	381	100%

Figura 9.

Frecuencia con la que demanda servicios turísticos



Por medio de la información que se obtuvo del proceso de encuestas, se pudo determinar que la mayoría de los encuestados demandan servicios turísticos cada 6 meses, seguido por cada tres meses y por último cada mes, por lo cual se infiere que es un tipo de concurrencia habitual, ya que son los periodos en los que suelen presentar periodos de vacaciones o cuentan con los recursos suficientes para poder demandar este tipo de servicios, por otra parte, algunos encuestados optaron por otra alternativa que es anualmente, siendo esta información suministrada pertinente realizar cálculos y estimaciones en la demanda del servicio.

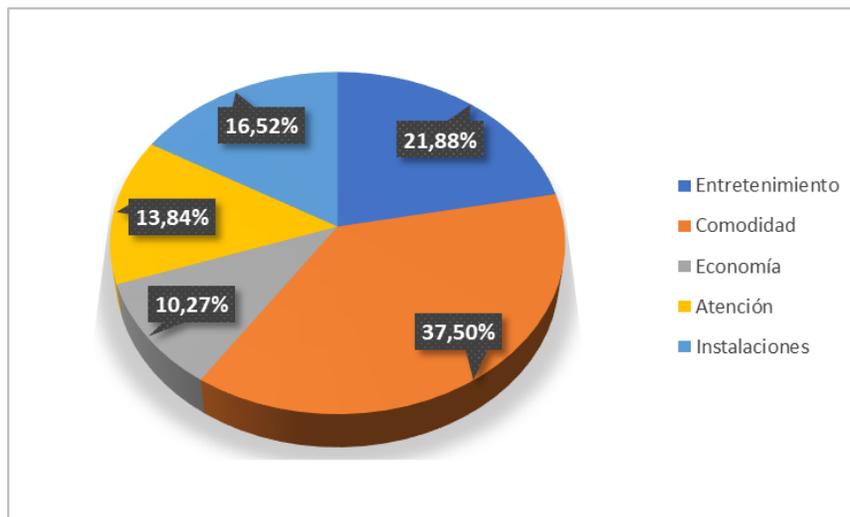
Tabla 14.

Lo que más les llama la atención a los encuestados de los lugares que visitan

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Entretenimiento	83	21,88%
Comodidad	143	37,50%
Economía	39	10,27%
Atención	53	13,84%
Instalaciones	63	16,52%
TOTAL	381	100%

Figura 10.

Lo que más les llama la atención a los encuestados de los lugares que visitan



De los datos obtenidos del proceso de encuestas, es posible determinar que el factor que más llama la atención de las personas que fueron objeto de estudio, es la comodidad, seguido por el entretenimiento, por lo cual es pertinente analizar que a la hora de poner en marcha y funcionamiento el centro turístico, se vele por el cumplimiento a cabalidad con estos aspectos ya que pueden convertirse en factores determinantes de éxito, en el caso de recomendaciones y como parte de la experiencia de los futuros clientes.

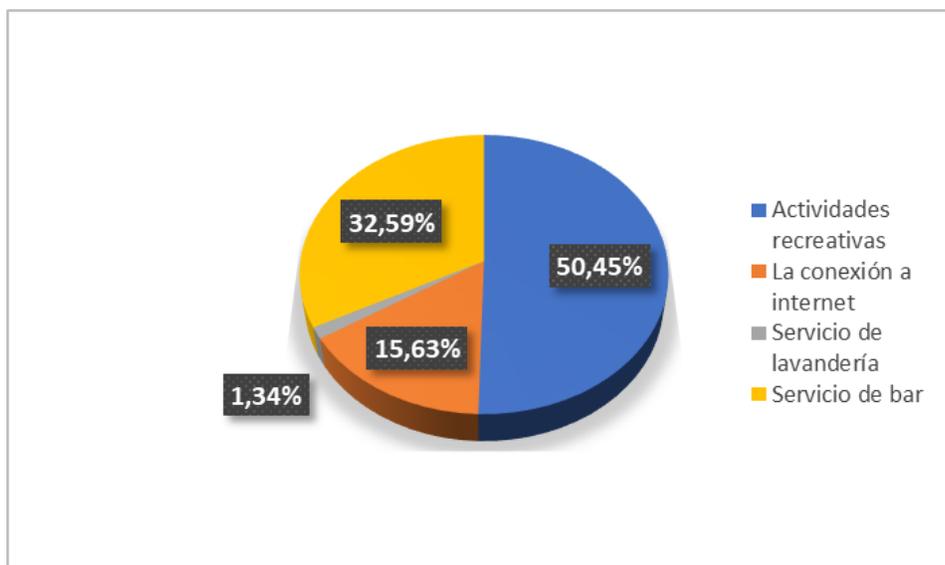
Tabla 15.

Servicios complementarios a la hora de escoger un lugar de hospedaje

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Actividades recreativas	192	50,45%
La conexión a internet	60	15,63%
Servicio de lavandería	5	1,34%
Servicio de bar	124	32,59%
TOTAL	381	100%

Figura 11.

Servicios complementarios a la hora de escoger un lugar de hospedaje



A través de la información que se sustrajo del proceso de encuestas, se pudo determinar e inferir que uno de los servicios complementarios que la mayor parte de los encuestados escogieron, fue las actividades recreativas, seguido por el servicio de bar. Siendo pertinente tenerlos en cuenta como futuras estrategias complementarias para mejorar la calidad del servicio, así como también el mejoramiento de las experiencias, para que los futuros clientes puedan optar por otros servicios adicionales aparte del hospedaje y el balneario, y sientan un mayor grado de satisfacción.

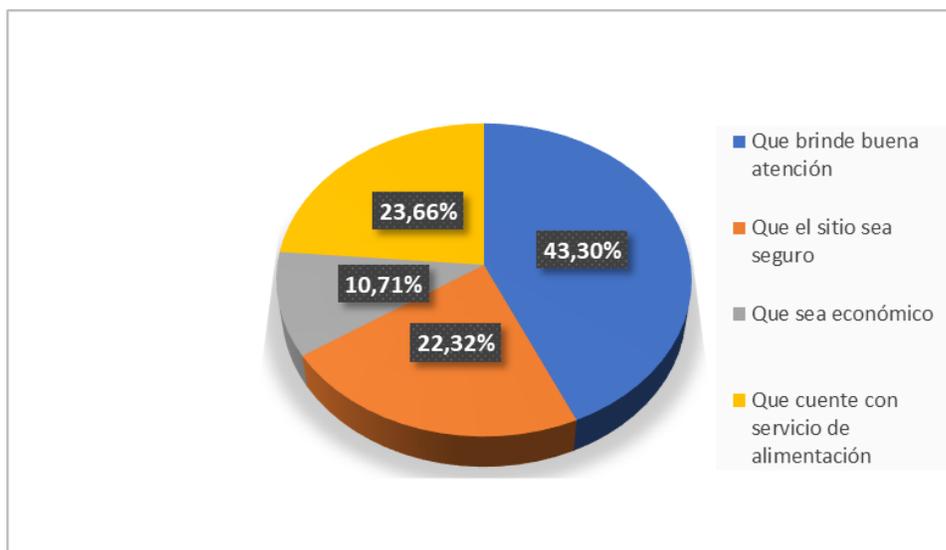
Tabla 16.

Lo más importante a la hora de escoger un sitio de hospedaje

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Que brinde buena atención	165	43,30%
Que el sitio sea seguro	85	22,32%
Que sea económico	41	10,71%
Que cuente con servicio de alimentación	90	23,66%
TOTAL	381	100%

Figura 12.

Lo más importante a la hora de escoger un sitio de hospedaje



Según la información obtenida de las personas encuestadas, se pudo detallar que, para ellos el factor más importante a la hora de escoger un lugar donde pasar sus vacaciones, es que el sitio brinde buena atención, seguido por el sitio cuente con servicio de alimentación y posteriormente que sea seguro. Con lo anterior se debe tener muy en cuenta estos factores, puesto que pueden ser determinantes a la hora de que los potenciales clientes escojan un sitio de alojamiento vacacional, es por esto, que se debe centrar bastantes esfuerzos en lograr cumplir con estos tres aspectos para que se pueda lograr satisfacer las necesidades y cumplir con las expectativas de los futuros y potenciales clientes.

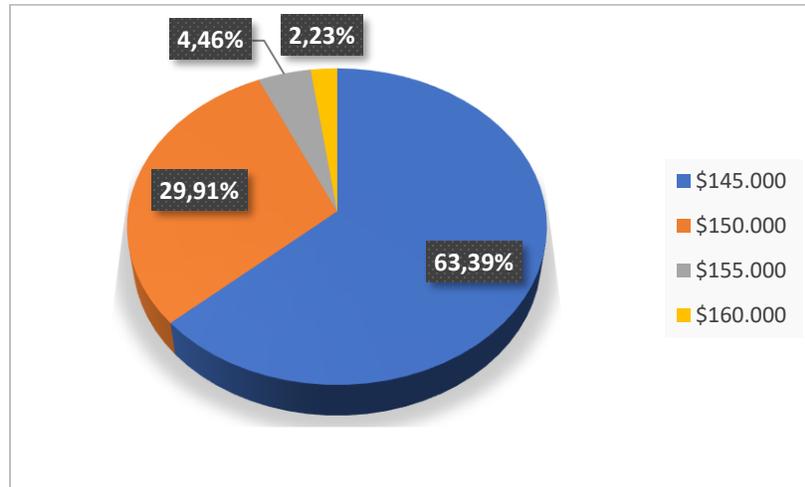
Tabla 17.

Lo que estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de una noche de una cabaña para 2 personas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
\$ 145.000	242	63,39%
\$ 150.000	114	29,91%
\$ 155.000	17	4,46%
\$ 160.000	8	2,23%
TOTAL	381	100%

Figura 13.

Lo que estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de una noche de una cabaña para 2 personas



Con los resultados arrojados por los encuestados se puede analizar que, a la hora de elegir el precio de una cabaña para dos personas, el valor de \$145.000 fue el más escogido, lo cual es importante porque es un precio de referencia que tendría aceptación en el mercado, aunque se podría generar unas variaciones con respecto a la competencia y a la hora de ofrecer el servicio se trate de redondear en ese rango, con el fin de incentivar el consumo y que sea accesible para la economía de los futuros clientes.

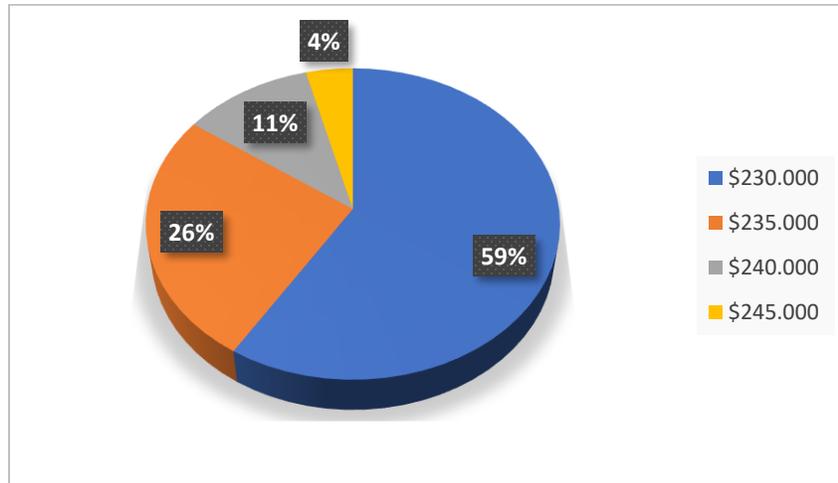
Tabla 18.

Lo que estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de una noche en una cabaña para 3 personas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
\$ 230.000	225	58,93%
\$ 235.000	99	25,89%
\$ 240.000	43	11,16%
\$ 245.000	15	4,02%
TOTAL	381	100%

Figura 14.

Lo que estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de una noche en una cabaña para 3 personas



Según los datos arrojados por los encuestados, se puede determinar que al igual que la pregunta anterior, se prefirió escoger el valor más económico, el cual es de \$230.000 para el hospedaje de una noche en una cabaña para tres personas, el cual es un dato que se debe tener en cuenta al momento de implementar y tratar de que no sea tan fuerte su variación. para que no afecte económicamente a los futuros clientes ni al centro vacacional.

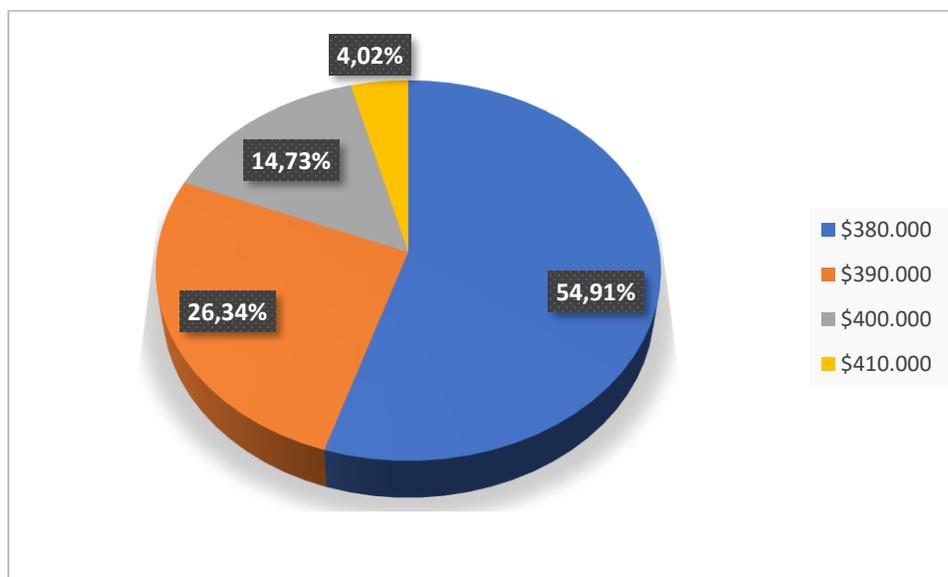
Tabla 19.

Lo que estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de una noche en una cabaña para 5 personas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
\$ 380.000	209	54,91%
\$ 390.000	100	26,34%
\$ 400.000	56	14,73%
\$ 410.000	15	4,02%
TOTAL	381	100%

Figura 15.

Lo que estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de una noche en una cabaña para 5 personas



De igual forma que las anteriores preguntas, se observa que las personas encuestadas optaron nuevamente por el valor de \$380.000 para el hospedaje de una noche en una cabaña para 5 personas, donde nuevamente sigue eligiendo el valor más económico y accesible para el bolsillo de los futuros clientes, por lo que se debe tener en cuenta este valor como punto de referencia al momento de implementarlo y que este ajustado con relación al precio del mercado.

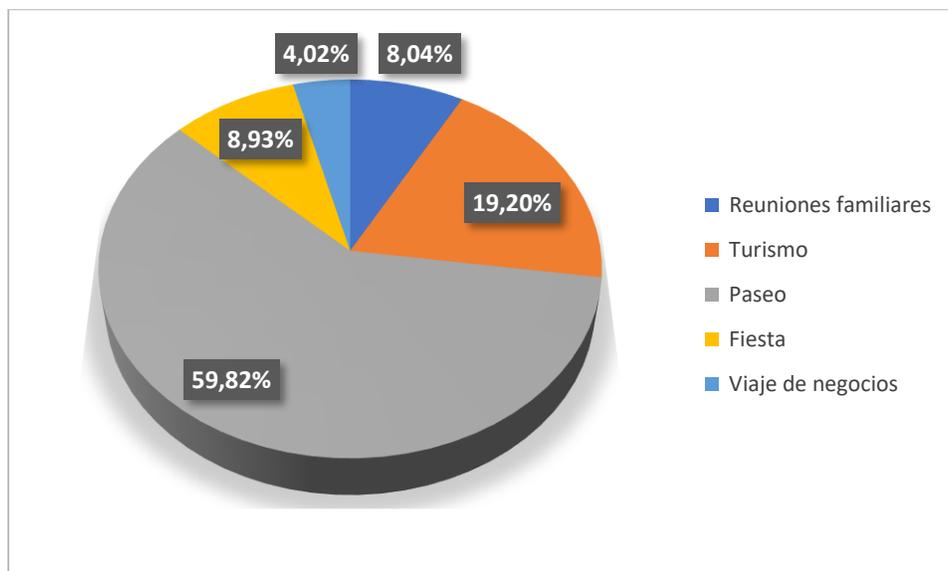
Tabla 20.

Motivo por el cual los encuestados visitarían el corregimiento del Remolino

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Reuniones familiares	31	8,04%
Turismo	73	19,20%
Paseo	228	59,82%
Fiesta	34	8,93%
Viaje de negocios	15	4,02%
TOTAL	381	100%

Figura 16.

Motivo por el cual los encuestados visitarían el corregimiento del Remolino



Analizando la información sobre cuál era el motivo por el que visitarían el corregimiento de El Remolino, donde se interrogó cuatro factores y el que más tuvo mayor elección por las personas encuestadas, fue la opción de paseo, para lo cual se infiere que en su mayoría las personas prefieren un lugar para pasear, pasar tiempo de ocio, salir con amigos o familiares, siendo este dato muy importante para poder brindar excelente servicio de calidad, y que a futuro sea una de sus principales opciones a la hora de escoger un lugar para poder disfrutar de sus paseos.

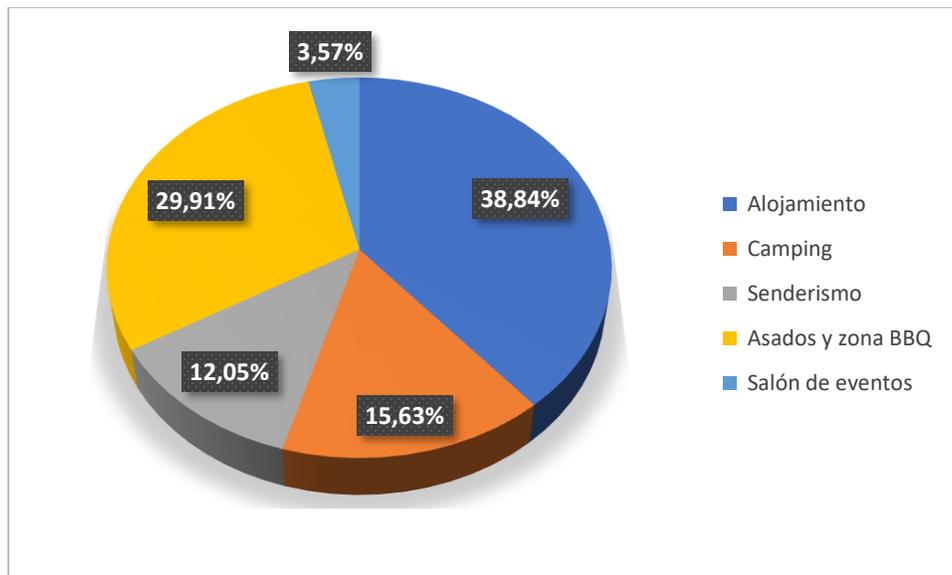
Tabla 21.

Servicios complementarios que los encuestados demandan aparte del hospedaje

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Alojamiento	148	38,84%
Camping	60	15,63%
Senderismo	46	12,05%
Asados y zona BBQ	114	29,91%
Salón de eventos	14	3,57%
TOTAL	381	100%

Figura 17.

Servicios complementarios que los encuestados demandan aparte del hospedaje



De la información arrojada por las personas encuestadas, se puede conocer que su preferencia en la pregunta sobre que si existiría un centro vacacional y qué tipo de servicios le gustaría que le ofrezcan, dio como resultado el alojamiento, por lo cual se debe enfocar en prestar el debido servicio para que los futuros clientes tengan una gran experiencia, por consiguiente se tendrá en cuenta a futuro brindar el servicio de asados y zona BBQ, aumentando el portafolio de servicios lo cual dará como resultado una mayor satisfacción para los futuros clientes.

4.4.2 Área de mercado

Las zonas o áreas de mercado en las que tendrá impacto la elaboración del proyecto en primer lugar serán el corregimiento del Remolino, ya que es el lugar donde se va a desarrollar el proyecto, posteriormente se ha estipulado otras áreas de influencia geográficas que se encuentran cerca al lugar del proyecto, principalmente la ciudad de Pasto, en la cual el turismo principalmente se basa en el de tipo religioso debido a su gran cantidad de iglesias y templos dispersos en un área relativamente pequeña, así mismo, se tiene gran cantidad de turistas y visitantes en la temporada de carnavales a inicio de año, cuando los grandiosos artesanos hacen despliegue de todo su talento que plasman en las hermosas carrozas, de igual

manera, destacan otros lugares como la Laguna de La Cocha, en donde propios y visitantes la visitan debido a su hermoso paisaje natural y su gastronomía variada.

En cuanto al municipio de Taminango donde está ubicado el proyecto posee un gran potencial turístico, que en los últimos años se está explotando, especialmente en el corregimiento de Remolino, lugar proyectado como una fortaleza para el desarrollo ecoturístico sostenible. Se reconoce su privilegiada posición geográfica y su ubicación sobre la vía Panamericana, con destino particular para la recreación aprovechando la naturaleza, permitiendo realizar propuestas agroturísticas (dada la alta variedad de frutas tropicales que se producen aquí), de aprovechamiento del sol (paradores y medio natural), deportivas (pesca deportiva, ciclo montañismo, caminatas, paseos a caballo, natación en medio natural), de aventura (parapente, escalada y canotaje), cultural, religioso y natural por la diversidad de sitios de interés histórico y lugares sacrosantos y de valor natural y paisajístico, además de disfrutar de vivienda campestre y vacacional.

Cuenta el Municipio con sitios estratégicos para implantar otro tipo de proyectos ecoturísticos utilizando los recursos naturales existentes como es el caso del Cerro Majuando, las playas de Río Juanambú y El Tablón Panamericano, entre los principales atractivos. El cerro Majuando tiene una fortaleza por ser el sitio más elevado del municipio y la presencia de corrientes de aire caliente, se puede utilizar en el parapentismo, por la altura se facilita una amplia visibilidad a otras localidades de la región tales como los municipios de Chachagüí, El Rosario, Policarpa, El Peñol, Leiva, El Patía, Mercaderes, San Lorenzo, volcán Galeras, aeropuerto Antonio Nariño, y lo más importante la intersección de los ríos Juanambú y Patía,

El municipio de Chachagüí, que también está dentro del área de mercado, cuenta con una variada oferta de lugares para visitar, como balnearios recreativos y sitios para realizar ecoturismo, dada su proximidad a la ciudad de Pasto, es un lugar muy visitado por los habitantes de la ciudad durante los fines de semana y festivos, sin embargo, no cuenta con la ventaja competitiva del clima, el cual muchas personas lo ven como un factor clave a la hora de escoger entre este municipio y el Remolino.

4.4.3 Cuantificación de la demanda

Para iniciar con esta cuantificación se empezó analizando las preguntas que se realizó en las encuestas que permitieran tal fin, es el caso de la pregunta número 4 que les dice a los encuestados, que, si les gustaría visitar el centro turístico, de los cuales un 48,66% respondieron que sí.

Para la determinación del tiempo promedio que estarían los visitantes en el centro turístico se utilizó la pregunta número 8 que dice, cuánto tiempo suele estar hospedado cuando salen a este tipo de establecimientos, teniendo como resultado a 1 día (41,63%) y entre 2 y 3 días (49,77%) como las respuestas que más votaron los encuestados. Para efectos prácticos se decidió tomar que en promedio las familias permanecían 2 días hospedados.

Para poder determinar con quien suelen viajar los encuestados se elaboró la pregunta 7, la cual menciona que generalmente cuando viajan con quién suelen hacerlo, arrojando como resultado que la mayoría viaja en familia con (45.54%)

Teniendo en cuenta que en promedio las familias se componen de 4 personas se multiplicó el número total de familias encuestadas por dicho valor así:

$$381 \text{ familias encuestadas} * 4 \text{ personas por familia} = 1.524 \text{ personas}$$

Posteriormente el valor obtenido que fue de 1.524 personas, que serían el total de personas que conforman las 381 familias que componen la muestra en este trabajo de investigación.

Luego se lo multiplico el por el valor obtenido de 45,54% para obtener:

$$1.524 \text{ personas totales} * 45,54\% = 694 \text{ personas.}$$

Ahora bien, de estas 694 personas obtenidas del cálculo, se multiplico por el 48, 66% que dijeron que si estarían dispuestos a visitar el centro turístico obteniendo como resultado:

$$694 \text{ personas} * 48,66\% = 338 \text{ personas}$$

Por ende, esas 338 personas corresponden a la demanda potencial, pudiendo inferir que si existe demanda aprovechable para el centro turístico.

Se pudo identificar que la oferta que existe en cuanto al sector hotelero equivale a 20.928 ya que es la capacidad máxima con la que cuentan en total estos establecimientos para solventar la demanda turística que existe en el corregimiento del Remolino.

Análisis de la competencia

Para el análisis de la competencia se elaboró la matriz de perfil competitivo, en donde se evaluó los siguientes factores:

Calidad del servicio con (0,35) como el de mayor importancia de la matriz, debido a que la exigencia del consumidor hoy en día es muy elevada y por lo general tienden a escoger los mejores lugares.

Por su parte, se determinó el precio como el segundo factor más relevante con (0,20), debido a que muchos clientes potenciales en el mercado tienden a inclinarse por este factor a la hora de tomar su decisión de un lugar y una mínima diferencia puede hacer que sea de su escogencia o no.

Seguido de esto y en un rango menor se asignó al factor de capacidad de hospedaje con (0,15), por motivo que es una característica para dar abasto a la demanda de turistas, Por otra parte, le sigue el factor es el de las instalaciones con (0,15), debido a que casi todos los demás lugares de competencia cuentan con instalaciones de buena calidad. Y por último se encuentra el factor de la accesibilidad con (0,15) el cual es importante como todos los factores, porque se habla acerca de la facilidad en que se puede llegar a al lugar como ta

Tabla 23.*Matriz de perfil competitivo*

	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD			HOTEL EL BALCÓN		HOTEL EL PARAÍSO		PARADOR TURÍSTICO	
FACTORES CLAVE	PESO RELATIVO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
CALIDAD DEL SERVICIO	0,35	3	1,05	4	1,4	4	1,4	3	1,05
PRECIO	0,2	1	0,2	3	0,6	2	0,4	2	0,4
CAPACIDAD DE HOSPEDAJE	0,15	2	0,3	3	0,45	4	0,6	3	0,45
INSTALACIONES	0,15	2	0,3	2	0,3	3	0,45	2	0,3
ACCESIBILIDAD DEL LUGAR	0,15	3	0,45	4	0,6	4	0,6	4	0,6
	1		2,3		3,35		3,45		2,8

Análisis de la matriz de perfil competitivo

Es pertinente comprender que el proyecto es un estudio de factibilidad, y por tal razón no se ha puesto en marcha y es preciso comprender que iba a obtener la menor puntuación en la matriz de perfil competitivo y en la mayoría de factores que se postularon para hacer las respectivas comparativas.

Primero que todo se puede observar que el competidor más fuerte en el sector es el Hotel el Paraíso, puesto que este lleva bastante tiempo dentro del mercado y tiene bastante afluencia y resalta en varios factores, a excepción del precio ya que es un poco elevado y no se encuentra en el rango de mercado, o precios competitivos.

En segundo lugar, se ubica el Hotel el Balcón, que es otra de las fuertes competencias en el sector, el cual cuenta con buena ubicación según la información que se investigó. Por otra parte, manejan precios de mercados bastante accesibles y tiene bastante fortaleza en cuanto a la calidad de los servicios que ofrece.

Por último, se encuentra el Parador turístico, el cual no cuenta con una alta fuerza de competencia en el sector, pero si tiene bastante afluencia de clientes y como los anteriores lugares, se encuentra consolidado en el mercado debido al tiempo que lleva dentro de este ofreciendo sus servicios de hospedaje.

Para concluir, se afirma que la competencia es altamente elevada en este sector, y habría que desarrollar estrategias que permitan poder entrar a tener participación en el mercado, y lograr posicionar a futuro el centro vacacional, se sugiere, aplicar estrategias relacionadas con publicidad intensiva, y manejar precios de mercado accesibles para los potenciales clientes, y siempre buscar ofrecer un servicio de alta calidad.

4.6 Análisis de precios

En las encuestas realizadas a las 381 personas con respecto a las preguntas concernientes al precio que estarían dispuestos a pagar por una noche, en todas ellas ganaron las respuestas con la opción más económica, teniendo como promedio que cada persona estaría dispuesta a pagar \$ 75.000 por el servicio de alojamiento en una cabaña, que puede albergar hasta 5 personas como máximo, incluyendo el uso de la piscina, los espacios de esparcimiento, recreación y parqueadero con los que contará el centro turístico.

Por otra parte, según un análisis que se realizó a los precios que manejan la competencia, éstos oscilan más o menos por el mismo rango, por lo cual se pudo determinar que el precio que se obtuvo en la investigación es el adecuado para empezar a competir inicialmente dentro del mercado, ya que es un precio razonable y accesible para los futuros clientes, y pues al ser una empresa que apenas estaría ingresando a competir en el mercado, no puede ingresar con un precio elevado, puesto que no obtendría ni captaría la atención de los turistas, quienes optarían por elegir una opción más económica su se acomode a sus necesidades.

4.7 Canales de distribución

En cuanto al canal de distribución que se va a utilizar será el canal directo, puesto que el servicio se ofrece en el centro vacacional directamente al cliente interesado, por ende, este tendrá que desplazarse hasta el lugar para poder adquirir el servicio de hospedaje. Además, se determinó este canal principalmente para evitar el uso de intermediarios, debido a que el costo del servicio tendría un aumento al usar algún tipo de agencia, ya que se tendría que pagar un extra para que promocionen el lugar, además es un costo en el que no se desea incurrir en un inicio y también se incrementaría el valor a cobrar por noche, haciendo que el centro turístico sea menos competitivo y accesible a los turistas.

4.8 Determinación del mercado insatisfecho

Tabla 24.

Cálculo de la demanda insatisfecha

Establecimiento	Cap. Sin atender mensual	Cap. Sin atender anual
H. Paraíso	540	6.480
H. Balcón	580	6.960
H. Parador turístico	460	5520
Total		18.960

Para poder realizar el análisis para la determinación del mercado insatisfecho, es importante resaltar que la información que se presentó anteriormente fue obtenida de la entrevista realizada a los dueños o administradores de los hoteles competidores, quienes manifestaron que si hay personas que se dejan de atender debido a que la capacidad total no da abasto, después de que los entrevistados determinaran un número aproximado por mes, se

procedió a calcular un estimado de personas que se dejan de atender por año, para así poder tener un dato de la demanda anual de servicios turísticos en el corregimiento la cual se obtuvo al sumar la demanda insatisfecha más la oferta obteniendo como resultado 39.888 personas que visitan anualmente el Remolino.

Proyección de la oferta a 5 años

Para realizar la proyección de la oferta para los 5 años de evaluación del proyecto, se tomó la tasa de crecimiento poblacional de Colombia que equivale 1,1%, de acuerdo con el Banco mundial.

Tabla 25.

Proyección de la oferta a 5 años

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
20.928	21.158	21.391	21.626	21.864

Proyección de la demanda a 5 años

Para realizar la proyección de la demanda para los 5 años de evaluación del proyecto, se tomó la tasa de crecimiento poblacional de Colombia que equivale a 1,1%, de acuerdo con el Banco mundial.

Tabla 26.

Proyección de la demanda a 5 años

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
39.888	40.327	40.770	41.219	41.672

Cálculo de la demanda insatisfecha aprovechable.

Para determinar el mercado insatisfecho (Di) se utiliza la siguiente formula:

$$Di = Demanda - Oferta$$

Tabla 27.

Cálculo de la demanda insatisfecha aprovechable para el proyecto

Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
39.888	20.928	18.960
Capacidad instalada		3.360

Para conocer el número de la demanda insatisfecha que se va a aprovechar para el proyecto en estudio, se determinó por medio de la capacidad instalada con la que cuenta el centro turístico, la cual corresponde a 3.360, de las 18.960 personas que corresponden a la demanda insatisfecha anual que se estimó para el proyecto.

Además de esto también la capacidad de instalada que se presenta anteriormente se ve justificada en dos puntos de vista muy importantes, el primero de ellos es el punto de vista financiero, ya que, para poder aumentar la capacidad instalada para la atención de personas, se necesitaría un mayor capital de inversión que permita ampliar dicha capacidad, esto debido a que únicamente se dispone con un capital para la construcción de 7 cabañas, y en segundo lugar, va justificado al hecho de que por el momento no se cuenta con un mayor espacio (terreno), que permita aumentar el número de cabañas y a su vez la atención de personas de manera diaria, mensual y anual.

5. Estudio técnico

5.1 Tamaño del proyecto

El tamaño de este proyecto debe responder a la demanda de los servicios turísticos que se van a prestar en el centro turístico Cabañales del Sol S.A.S, conociendo los datos de oferta y demanda del servicio, a través el estudio de mercado, se determinó cual era la capacidad con la cual iba a contar cada cabaña y a su vez la capacidad máxima de éstas, así como también cuál sería el número de personas que se pretende atender mensual y anualmente.

Tabla 28.

Capacidad de atención del centro turístico

Capacidad por cabaña	Cantidad de cabañas	Atención diaria	Atención fines de semana	Atención mensual	Atención anual
5	7	35	70	280	3.360

Como se puede apreciar en la tabla anterior se muestra la capacidad máxima de personas que puede albergar una cabaña en el centro turístico, y la cantidad de cabañas con las que se contará para el desarrollo del proyecto como tal, posteriormente se calculó cual era la capacidad de atención diaria que equivale a 70 personas como máximo, al igual la atención mensual que corresponde a 280 personas, y, por último, la atención anual que equivale a 3.360 personas.

La capacidad de atención anual se justifica principalmente por medio de dos factores muy importantes, el primero es que el punto de vista financiero de los inversionistas, el cual se ve limitado a esta capacidad, debido al monto de capital previsto para la inversión con el cual se dispone, el cual corresponde únicamente para la construcción de 7 cabañas, y por lo cual no podría llegar a atenderse a un mayor número personas.

Por otra parte también se justifica, debido a aspectos técnicos, es decir la limitación del espacio con el que se cuenta para el desarrollo del proyecto, ya que no se dispone de un mayor espacio para ampliar el número de cabañas y por ende el número de personas que se podrían llegar a atender, complementándose así con el punto de vista financiero anteriormente mencionado, puesto que se necesitaría de un mayor capital para invertir en un mayor espacio y así poder construir una mayor cantidad de cabañas.

5.2 Localización del proyecto

Para determinar la ubicación del proyecto del centro turístico se elaboró una matriz de localización, para poder determinar el mejor lugar de instalación, junto con otras alternativas que se evalúan por medio de factores clave para su determinación, entre las cuales se escogía en primera instancia al corregimiento del Remolino, después al municipio del Tablón, que es otro lugar que se encuentra ubicado en la vía panamericana y en el cual también se desarrollan actividades turísticas, y por último el municipio de Taminango, es decir su casco urbano, que se encuentra ubicado un poco retirado de la vía panamericana.

Tabla 29.*Matriz de macro localización*

FACTORES CLAVE	PESO RELATIVO	EI REMOLINO		EL TABLÓN		TAMINANGO	
		CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN N	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
CLIMA	0,3	9	2,7	6	1,8	6	1,8
DESTINO TURÍSTICO	0,25	8	2	3	0,75	3	0,75
COSTO DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS	0,2	8	1,6	6	1,2	7	1,4
ACCESIBILIDAD AL PROYECTO	0,15	8	1,2	7	1,05	4	0,6
MERCADO DE PROVEEDORES	0,1	8	0,8	7	0,7	3	0,3
	1		8,3		5,5		4,85

Análisis de la matriz de macro localización

Para determinar la mejor ubicación en la cual se va a localizar el proyecto se realizó una matriz de localización, en la cual se evaluaron los factores más determinantes para compararlos con otros lugares cercanos al proyecto, dando como claro ganador al corregimiento del Remolino ya que en cuanto al factor clima, esta localidad es la que cuenta con el clima más agradable para la mayoría de personas que buscan un lugar cálido para pasar un fin de semana de descanso

En cuanto al factor de destino turístico vemos que el corregimiento ha venido tomando una importancia en este aspecto durante los últimos años, y en comparación con las otras poblaciones este cuenta con un clima especial, más cálido, así como también otras actividades de interés como parapente, canotaje, senderismo etc. que hace que sea escogido por los turistas, en vez de las otras poblaciones tomadas como referencia.

Para el caso del factor del costo de los servicios públicos se cuenta con una gran ventaja ya que en el corregimiento del Remolino se paga una tarifa fija mensual bastante económica la cual no depende del consumo, en el caso de la energía eléctrica también cuenta con una tarifa cobrada más baja ya que se factura como sector rural, haciendo que el costo de la misma sea más bajo que en la zona urbana.

La accesibilidad esta población está localizada en plena vía panamericana, haciendo que su acceso sea muy fácil en comparación con los demás lugares de referencia. En cuanto al factor competidores también gana el Remolino, debido a que en los lugares de comparación existen hoteles que únicamente prestan el servicio de alojamiento, mas no están especializados en un servicio al cliente de tipo turístico o recreacional.

Para terminar con el factor de mercado de proveedores vemos que este también gana debido a que guarda una estrecha relación con el primer factor de accesibilidad, es muy fácil dada la ubicación del corregimiento que los proveedores que requiere el proyecto hagan llegar sus productos, a diferencia de las poblaciones de referencia donde la ubicación se dificulta un poco más dado que las cabeceras municipales están alejadas de la vía panamericana.

Macro localización

El Departamento de Nariño está situado en el extremo suroeste del país, en la frontera con la República del Ecuador; Limita por el Norte con el departamento del Cauca, por el Este con el departamento del Putumayo, por el Sur con la República del Ecuador y por el Oeste con

el océano Pacífico. Es bastante reconocido en el sector turístico debido a la gran afluencia de turistas que visitan el departamento, debido a bastantes de sus lugares turísticos con los que cuenta, así como también la climatología de la región que favorece la entrada de turistas de otras regiones del país, por su parte también de destacar las costumbres y la buena atención con la que cuenta la mayoría de la población nariñense. El estudio de factibilidad tiene como finalidad, promover la oferta turística con la respectiva instalación de un centro turístico en el departamento de Nariño.

Micro localización

El corregimiento de Remolino se encuentra ubicado en frontera con el departamento del Cauca. Cuenta con un paisaje agreste tropical, cuya característica principal es la de un clima seco no húmedo, con pocas precipitaciones, lo que hace que sea visitado por muchas personas de todas partes, cuenta con el Rio Patía y Rio Mayo, lugares que son frecuentados por las familias para realizar paseos. A pesar de pertenecer geográficamente al municipio de Taminango, es más conocido por el nombre de Remolino. Además, la cercanía con la capital de Nariño, favorece el turismo vacacional en temporadas de vacaciones.

Debido a esto se escogió al corregimiento como el lugar para desarrollar el centro turístico, además de ser un lugar bastante trascurrido y donde el turismo es favorable a su ubicación en una vía principal que comunica el departamento de Nariño con el Cauca, la cual es la vía Panamericana.

A continuación, se presenta una matriz de micro localización para determinar la mejor ubicación para el desarrollo del proyecto, por medio de la evaluación de estos mismos, y en la cual se identificó tres posibles zonas para su desarrollo.

Tabla 30.*Matriz de micro localización*

FACTORES CLAVE	ENTRADA PASTO – REMOLINO		ZONA CENTRO ALTA		SALIDA REMOLINO - CAUCA	
	PESO RELATIVO	CALIFICACIÓN PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN PESO PONDERADO	
NIVEL DE CONCURRENCIA DE PERSONAS	0,3	4 1,2	9 2,7	4 1,2		
ACCESIBILIDAD	0,25	7 2,1	7 2,1	7 2,1		
TRANQUILIDAD DEL LUGAR	0,2	3 0,9	7 2,1	4 1,2		
COMPETENCIA	0,15	4 1,2	6 1,8	6 1,8		
DISPONIBILIDAD DE ESPACIO	0,1	5 1,5	5 1,5	5 1,5		
	1	6,9	10,2	7,8		

Análisis de la matriz de micro localización

Para determinar la ubicación en la cual se va a implementar el proyecto se realizó una matriz de micro localización, en la cual se escogieron los factores más determinantes como lo son el nivel de concurrencia, accesibilidad del lugar, tranquilidad del lugar, competencia y disponibilidad de espacio. Así como también se eligió las tres zonas en las cuales está distribuido el corregimiento.

Al hacer la comparación con las otras zonas del corregimiento, da como ganadora la zona centro alta, en la cual se va a desarrollar el proyecto, en primer lugar, debido a que en esta zona es donde se encuentra la mayor parte del comercio, a diferencia de la entrada y salida del corregimiento donde solo fincas y áreas residenciales.

En primer lugar, con respecto al factor del nivel de concurrencia de personas, en la zona centro alta, es donde hay más afluencia y concentración de personas, lo cual se justifica ya que en esta parte es donde se encuentra ubicada la terminal de transporte y donde la mayor parte de turistas que visitan el corregimiento bajan de sus medios de transporte, por razones comerciales y turísticas.

En cuanto a la accesibilidad, es una zona en la cual es muy sencillo llegar, lo cual favorece para que los visitantes o potenciales clientes puedan llegar de una manera fácil, sólo se debe señalar bien o explicar bien por medio de publicidad el lugar de la ubicación exacta.

En cuanto al factor de la tranquilidad del lugar, este quizás sea uno de los factores más a favor con los que cuenta el proyecto ya que al no estar sobre la vía panamericana se reduce mucho el ruido que proviene de la carretera y de las discotecas que hay en esta zona, lo cual hace un lugar ideal para las personas que buscan un ambiente sin ruido y tranquilo.

Con respecto al factor de competencia, en esta zona existen varios competidores, y talvez no sea el factor que favorezca mayormente al proyecto, pero el factor tranquilidad como se mencionó anteriormente tiende a tener mayor favorabilidad, puesto que la mayoría de los competidores se encuentran ubicados en la vía Panamericana, y por esta razón se generan muchas incomodidades por el ruido y las discotecas que hay en este lugar, y muchas personas que buscan un lugar donde descansar o pasar unos días de vacaciones optan por otras alternativas ya que les suele incomodar estos aspectos.

Finalmente, y en cuanto a la disponibilidad de espacio, también es un factor que favorece al proyecto ya que la zona donde se va a desarrollar, es un lugar donde hay mucho

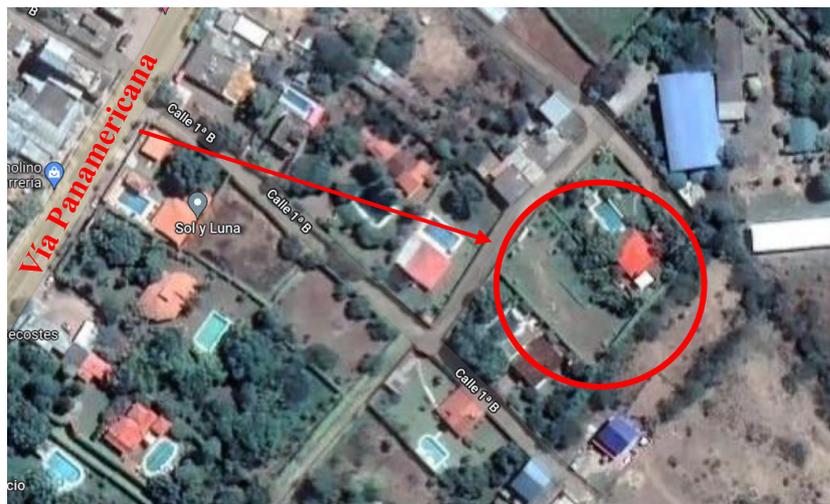
espacio disponible para que el proyecto pueda desarrollarse, además de ser un espacio abierto al aire libre, lo que da un ambiente más campestre y más agradable para los visitantes

Ubicación exacta

La elaboración del proyecto se va a llevar a cabo en el corregimiento del Remolino, porque es el lugar donde se encuentra ubicado el terreno donde se va a construir el centro turístico, por lo cual, no es conveniente seguir buscando más sitios, debido a que la ubicación de este se encuentra distante de la zona de ruido generada por la vía panamericana, y a diferencia de los demás competidores, los cuales se encuentran ubicados muy cerca de esta vía y de varias discotecas, esto en repetidas ocasiones, ha causado molestias a los huéspedes que buscan un lugar tranquilo para su descanso. Por los anteriores motivos es conveniente el lugar donde se planea llevar a cabo este proyecto.

Figura 18.

Ubicación exacta del proyecto



5.3 Ingeniería del proyecto

Descripción del proceso de prestación de servicio de hospedaje

Al inicio del proceso de prestación de servicios de hospedaje que ofrece el centro turístico, comienza con la llegada del cliente al establecimiento, donde se realiza su entrada y es recibido por el conserje y es asesorado para que ingrese al área de recepción donde se le brindara la información pertinente con respecto a la empresa, posteriormente la persona

encargada de la recepción realizaría la respectiva validación de información acerca de si existe disponibilidad en materia de cabañas para poder prestar el servicio a los clientes.

Una vez validada la información y verificando de la disponibilidad de una cabaña para su hospedaje, se realizará el registro de los clientes en la base de datos del centro turístico, donde se solicitará información personal, contacto, días de estancia y medios de pago, posterior a esto se procederá a hacer la entrega de las llaves de la cabaña asignada, donde el auxiliar en servicios generales trasladara junto con el equipaje de los clientes a su zona de estadía, poniendo en primera instancia la comodidad de estos y brindando la respectiva información del lugar y todo lo relacionado con la atención y servicios de aseo general.

Seguido de esto el cliente puede disfrutar de su estadía en el centro turístico, donde se le brindara la mayor comodidad y la respectiva atención que los clientes necesiten, de manera puntual y oportuna, donde se le brinde un clima de satisfacción y siempre este enfocado en su satisfacción. Una vez los clientes culminen con los días de estadía que hayan solicitado, podrán escoger si desean optar por continuar otro periodo adicional de estadía en el centro turístico donde se informara con antelación a la persona encargada de recepción para informar de la decisión tomada por los clientes, de lo contrario simplemente culminara con su salida, la cual estará encargada por parte de la persona de servicios generales, quien trasladara todo el equipaje a la zona de recepción y brindara las respectivas atenciones que los clientes soliciten para mayor comodidad de estos. Luego se realizará el respectivo aseo y mantenimiento y adecuación de la cabaña para estar lista para recibir a nuevos clientes.

El proceso culmina con el registro de salida del cliente en recepción, y se pedirá la opinión sobre de la prestación de servicio, de manera voluntaria a los clientes, para buscar el mejoramiento continuo, siendo despachados en la entrada por el conserje.

Ficha técnica del servicio

Tabla 31.

Ficha técnica del servicio

<p>Nombre de la empresa</p>	<p>Centro turístico Cabañales del Sol S.A.S</p> 
<p>Tipo de servicio</p>	<p>Centro vacacional</p>
<p>Características del servicio</p>	<p>Hospedaje y recreación</p>
<p>Ubicación</p>	<p>El Remolino Taminango</p>
<p>Modo de uso</p>	<p>La utilización del servicio va encaminada a la prestación de servicios de alojamiento por medio de cabañas en óptimas condiciones dotadas con mueblería de alta calidad y confort, además de espacios de recreación, zonas verdes y esparcimiento que cuentan con una piscina y un quisco, adicionando que cada cabaña cuenta con un parqueadero para cada una donde cabe un vehículo de tamaño medio como automóvil o hasta 3 motocicletas.</p> <p>Nota: inicialmente no se prestará el servicio de alimentación o de restaurante, debido a los altos costos que esto implicaría en el proyecto.</p>

Necesidades y requerimientos

A continuación, está un listado de las dotaciones y equipos necesarios para para el funcionamiento el centro turístico, tanto como para amoblar las cabañas, y dotar la zona de recepción con todo el equipo necesario para poder llevar a cabo el proceso de la prestación de los servicios de hospedaje.

Tabla 32.

Requerimientos de muebles, enseres, equipos, edificaciones y talento humano

MUEBLES Y ENSERES PARA CABAÑAS		CANTIDAD
Camas y tendidos	Unidad	35
Baños y lavamanos	Unidad	10
Mesas	Unidad	7
Sillas	Unidad	50
Ventiladores	Unidad	18
Closet	Unidad	7
Televisor	Unidad	1
Ducha	Unidad	7
Sillas para tomar el sol	Unidad	20
Parasoles	Unidad	20
EQUIPO DE OFICINA		
Computador, teclado y mouse	Unidad	1
Impresora	Unidad	1
Teléfono fijo	Unidad	1
Escritorio de oficina	Unidad	1
Silla de oficina	Unidad	1
Documentación y Carpetas	Unidad	5
Estantes	Unidad	2
EDIFICACIONES		
Cabañas prefabricadas	Unidad	7
Quiosco	Unidad	1
Piscina	Unidad	1
Terreno	Unidad	1
TALENTO HUMANO		
Gerente	Cantidad	1
Recepcionista	Cantidad	1
Auxiliar servicios generales	Cantidad	1
Conserje	Cantidad	1
Contador (staff)	Cantidad	1

Distribución de la planta

A continuación, se presenta el esquema del interior y distribución de una cabaña del centro turístico además de un plano general del lote en el que se planea realizar la construcción del centro turístico, con su respectiva distribución de la planta y dimensiones.

Figura 20.

Distribución del espacio de una cabaña



Figura 21.

Diseño de una cabaña prefabricada



Figura 22.

Distribución de la planta del centro turístico



5.4 Descripción del mercado de proveedores

Es pertinente aclarar que para el desarrollo del proyecto y al tratarse de la prestación de servicios de hospedaje, y al no contar con insumos ni matea prima para la elaboración de ningún tipo de producto, no hay proveedores de los cuales se pueda mencionar ya que no son necesarios para la prestación del servicio, y no se necesita la disposición de estos para las

operaciones del centro turístico, por otra parte si se destaca otro tipo de proveedores los cuales estarán enfocados en la distribución de los materias para la construcción del centro turístico, como lo son la empresa que se va a encargar de suministrar la cabañas prefabricadas, las ferreterías que existen dentro del corregimiento del Remolino, de las cuales surtirán todos los materias para la construcción de las instalaciones del centro turístico, así como también las empresas que dotaran de todo lo que corresponde a muebles, enceres y el equipo de oficina necesario para que el centro turístico pueda operar sin dificultades.

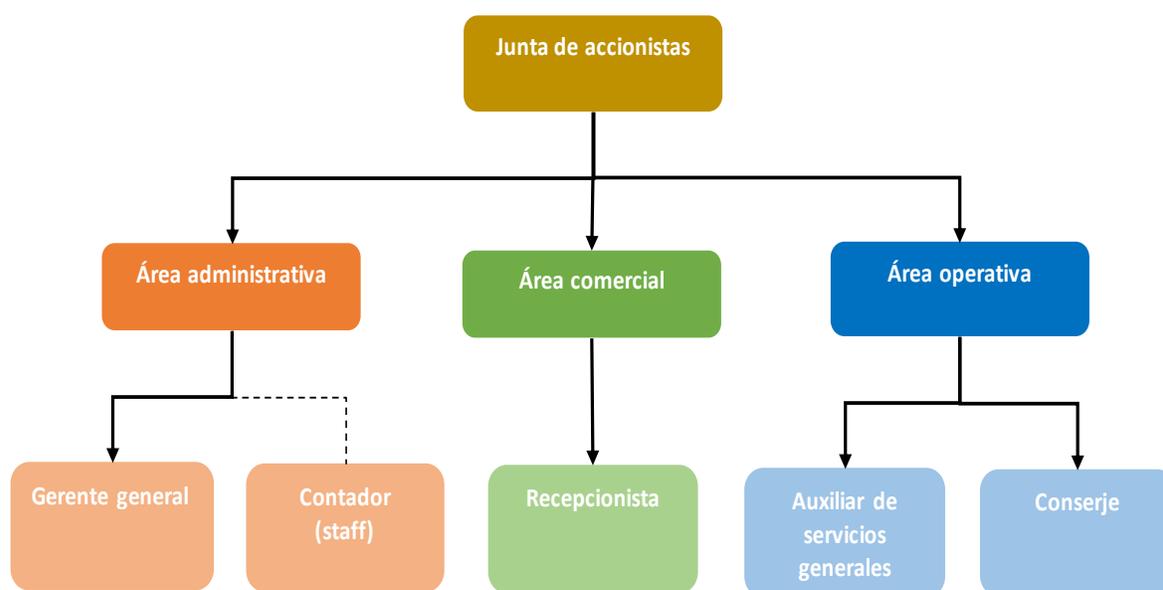
6. Estudio organizacional y legal

6.1 Organigrama

A continuación, se presenta la estructura organizacional de cabañales del sol, en la cual se plasma los cargos necesarios y que estarán en funcionamiento para cumplir con el objeto social de la empresa.

Figura 23.

Organigrama del centro turístico Cabañales del Sol S.A.S



6.2 Perfil de cargos y funciones

A continuación, se presenta una descripción de las funciones que van a desempeñar los cargos presentados en el organigrama, así también como los requerimientos con los cuales se debe contar para poder desempeñar las respectivas labores.

Tabla 33.*Diseño de cargo de gerente general*

EMPRESA: Cabañales del Sol S.A.S	
DISEÑO DE CARGO DE: Gerente general	
ASPECTOS	CONTENIDO
Nombre del cargo	Gerente general
Departamento	Administrativo
Reportar a	Propietarios y accionistas
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	<p>Encargado de realizar la planificación los objetivos de la organización y llevar el rumbo de la empresa, en el corto, mediano y largo plazo, por otra parte, debe estar al margen y controlar que se estén cumpliendo y desarrollando los objetivos propuestos.</p> <p>Realizar la contratación del personal y asignar el pago y registro de la nómina a cabalidad.</p> <p>Realizar el control pertinente de la organización en el ámbito operacional y estratégico, por medio de la toma de decisiones y evaluación constante.</p>
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la planeación empresarial • Realizar diagnósticos estratégicos • Elaborar los objetivos y las metas de la organización • Realizar una evaluación y controles constantes del funcionamiento de la organización • Analizar e interpretar información contable para la toma de decisiones • Propiciar un ambiente laboral y estilos de liderazgo que generen motivación en los colaboradores • Desarrollar procesos de mercadeo y marketing digital. 	
RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Elabora diagnósticos estratégicos. • Implementar un sistema de liderazgo motivacional más conveniente para la empresa • controla y regula los procesos organizacionales. • Interpreta y analiza sistemas de información • Velar por el cumplimiento pleno d ellos objetivos organizacionales

ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
Formación académica	Profesional en administración de empresas
Experiencia previa exigida	1 año mínimo de Experiencia (cuenta las prácticas)
Sueldo	\$ 2.000.000
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • liderazgo • Compromiso • Responsabilidad • Habilidades de negociación. • Manejo de talento humano • Conocimientos financieros • Creatividad
NIVEL DE ESFUERZO	
Mental	<p>Alto nivel de concentración y destreza mental, numérica e interpretativa</p> <p>Se pueden presentar situaciones de trabajo bajo presión generando tensión y estrés</p>
Físico	El cargo exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y caminando periódicamente y requiere de un grado de precisión manual bajo y un grado de precisión visual medio.
CONDICIONES DE TRABAJO	
Condiciones del lugar del trabajo	El cargo se ubica en un sitio cerrado, generalmente agradable y no mantiene contacto con agentes contaminantes.
Equipamiento de puesto de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Libros gerenciales • Software empresarial • Equipo de computo • Escritorio • Equipo de ventilación • Conexión a internet • Silla giratoria • Documentación legal • Acceso a Spotify • Parlante de sonido (Xiaomi)
Riesgos	El cargo está sometido a un riesgo bajo, con posibilidad de ocurrencia baja. Según el rango de la ARL se encuentra en el nivel 1 con 0,522%.

Tabla 34.*Diseño de cargo de contador publico*

EMPRESA: Cabañales del Sol S.A.S	
DISEÑO DE CARGO DE: Contador público	
ASPECTOS	CONTENIDO
Nombre del cargo	Contador público
Departamento	Administrativo (Staff)
Reportar a	Gerente general
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	Es el encargado de llevar realizar todos los informes y análisis contables de la empresa. Además de presentar los informes mensuales de todas las transacciones y movimientos contables que se realicen durante el periodo de 30 días, así como también realizar y elaborar los prepuestos dentro de la planeación organizacional, la declaración de impuestos y todos asuntos legales de la empresa.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Preparar y presentar estados financieros de las operaciones de la empresa • Registrar y verificar en el sistema los movimientos y transacciones contables realizadas en la empresa • Generar la información y asegurar el correcto cálculo de la planilla • Registrar y balancear las entradas contables y las transacciones de intercambio semanal de pago a los bancos • Generar el pago a proveedores. • Preparar y efectuar pagos de impuestos al estado de acuerdo a las regulaciones establecidas. • Elaborar reportes de gestión de cobros. • Actualizar los reportes de activos fijos y depreciación. 	
RESPONSABILIDADES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elabora, analiza e interpreta los estados financieros. 2. Implanta el sistema contable más conveniente para la empresa 3. Verifica la exactitud de las operaciones registradas en libros y registros auxiliares. 4. Vigila el cabal cumplimiento de las obligaciones fiscales

ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
Formación académica	Profesional en contaduría pública
Experiencia previa exigida	1 año mínimo de Experiencia (cuenta las prácticas)
Sueldo	Se realiza el pago de honorarios semestralmente por la auditoria y elaboración de estados financieros por valor de \$ 1´160.000.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Puntualidad • Compromiso • Responsabilidad • capacidad de negociación. • Análisis e interpretación • Conocimientos técnicos (contables)
NIVEL DE ESFUERZO	
Mental	<p>Alto nivel de concentración y destreza mental y numérica</p> <p>Capacidad analítica e interpretativa</p> <p>Se pueden presentar situaciones de trabajo bajo presión generando tensión y estrés</p>
Físico	El cargo exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y caminando periódicamente y requiere de un grado de precisión manual bajo y un grado de precisión visual medio.
CONDICIONES DE TRABAJO	
Condiciones del lugar del trabajo	El cargo se ubica en un sitio cerrado, generalmente agradable y no mantiene contacto con agentes contaminantes.
Equipamiento de puesto de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Libros contables • Software contable • Equipo de computo • Escritorio • Equipo de ventilación • Conexión a internet • Silla giratoria • Documentación empresarial • Acceso a Spotify • Parlante de sonido (Xiaomi)
Riesgos	El cargo está sometido a un riesgo bajo, con posibilidad de ocurrencia baja.

	Según el rango de la ARL se encuentra en el nivel 1 con 0,522%.
--	---

Tabla 35.*Diseño de cargo de recepcionista*

EMPRESA: Cabañales del Sol S.A.S	
DISEÑO DE CARGO DE: Recepcionista	
ASPECTOS	CONTENIDO
Nombre del cargo	Recepcionista
Departamento	Comercial
Reportar a	Gerente general
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	Será el encargado todos los procesos de recepción y atención del cliente, así como también informar de los servicios que la empresa presta, registrar información de los clientes y verificar las transacciones realizadas por los servicios prestados, así como también asesorar a quienes estén interesados en solicitar el servicio, realizar la bienvenida a los clientes y la entrega de las respectivas llaves de la cabaña solicitada.
FUNCIONES	
	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la recepción de los clientes • Atender llamadas telefónicas • Elaborar informes de los registros mensuales • Informar al cliente acerca de los servicios prestados • Validar y verificar la información de los clientes • Registrar el ingreso de los clientes • Elaborar publicidad • Elaborar bases de datos para análisis de mercado • Realizar las bienvenidas
RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar informes y registros de ingreso y salida de clientes • Coordinar todo el proceso de entrada y salida de los clientes • Estar pendiente de brindar toda la información pertinente de la empresa. • Interpretar y analizar sistemas de información • Mantener la cordialidad, amabilidad y buen trato con los clientes y el personal de la empresa.
ESPECIFICACIONES DEL CARGO	

Formación académica	Técnico en administración turística, administrador de empresas, tecnólogos en recepción.
Experiencia previa exigida	1 año mínimo de Experiencia (cuenta las prácticas)
Sueldo	\$ 1.250.000
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso • Responsabilidad • Habilidades de comunicación. • Buen trato y amabilidad • Conocimientos de usos de software • Manejo adecuado de atención al usuario
NIVEL DE ESFUERZO	
Mental	<p>Alto nivel de concentración y de permanencia en el lugar de trabajo, además de mantener un buen comportamiento y paciencia.</p> <p>Se pueden presentar situaciones de trabajo bajo presión generando tensión y estrés</p>
Físico	El cargo exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y caminando periódicamente y requiere de un grado de precisión manual bajo y un grado de precisión visual medio.
CONDICIONES DE TRABAJO	
Condiciones del lugar del trabajo	El cargo se ubica en un sitio cerrado, generalmente agradable y no mantiene contacto con agentes contaminantes.
Equipamiento de puesto de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Software de registro y validación de datos • Equipo de computo • Escritorio • Equipo de ventilación • Conexión a internet • Silla giratoria • Acceso a Spotify • Parlante de sonido (Xiaomi) • Teléfono empresarial (WhatsApp, y línea fija)
Riesgos	El cargo está sometido a un riesgo bajo, con posibilidad de ocurrencia baja. Según el rango de la ARL se encuentra en el nivel 1 con 0,522%.

Tabla 36.*Diseño de cargo de auxiliar en servicios generales*

EMPRESA: Cabañales del Sol S.A.S	
DISEÑO DE CARGO DE: Auxiliar en servicios generales	
ASPECTOS	CONTENIDO
Nombre del cargo	Auxiliar en servicios generales
Departamento	Operacional (atención y servicios generales)
Reportar a	Recepcionista
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	Realizar el orden y aseo del centro turístico, dentro de las cabañas y en las partes externas del lugar, preparar las instalaciones para la llegada de la llegada de los clientes y turistas, también llevar a cabo el cambio y lavado de sabanas y toallas, aseo y orden en general y asistir y entender alguna necesidad que los clientes puedan solicitar. legales de la empresa.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el aseo constante de las instalaciones • Realizar la limpieza y desinfección de las cabañas • Dirigir a los clientes a las respectivas cabañas • Atender cualquier necesidad en que incurran los clientes • Llevar el equipaje de los clientes 	
RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener buen trato y amabilidad con el personal • Honestidad y amabilidad con los clientes • Estar al pendiente de cualquier situación que necite de su trabajo • Mantener los espacios limpios y ordenados
ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
Formación académica	No necesita
Experiencia previa exigida	1 mes mínimo de experiencia en aseo y servicios generales
Sueldo	\$ 1.160.000

Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Puntualidad • amabilidad • disposición y buena atención • buen trato y honestidad • manejo de residuos solidos • facilidad en trabajos de limpieza
NIVEL DE ESFUERZO	
Mental	<p>Altas cargas de trabajo y limpieza</p> <p>Capacidades de limpieza</p> <p>Se pueden presentar situaciones de trabajo bajo presión generando tensión y estrés</p>
Físico	<p>El cargo exige un esfuerzo físico de estar parado constantemente y caminando periódicamente, además de esfuerzo físico y carga de equipajes y proceso de limpieza.</p>
CONDICIONES DE TRABAJO	
Condiciones del lugar del trabajo	<p>El cargo se ubica en un sitio cerrado, generalmente agradable puede mantener contacto con agentes contaminantes.</p>
Equipamiento de puesto de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Guantes • Equipamiento de protección respiratoria • Equipo de limpieza • Productos de limpieza y desinfección • Silla y muebles de descanso
Riesgos	<p>El cargo está sometido a un riesgo bajo, con posibilidad de ocurrencia baja.</p> <p>Según el rango de la ARL se encuentra en el nivel 1 con 0,522%.</p>

Tabla 37.*Diseño de cargo de conserje*

EMPRESA: Cabañales del Sol S.A.S	
DISEÑO DE CARGO DE: conserje	
ASPECTOS	CONTENIDO
Nombre del cargo	Conserje
Departamento	Operacional (atención y servicios generales)
Reportar a	Recepcionista
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
	Realizar mantenimiento de las zonas comunes, mantener podadas las zonas verdes y árboles que haya dentro del centro turístico, así mismo, deberá mantener el cuidado y limpieza de la piscina, asegurándose de realizar el respectivo mantenimiento diario de la misma. Por último, prestará el servicio de vigilancia, pero será de manera esporádica, mas no constante, únicamente cuando se requiera de dicho servicio.
FUNCIONES	
	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar proceso de limpieza y de podar • Realizar la limpieza de la piscina • Ayudar en el proceso de carga de equipaje • Atender cualquier necesidad de la organización y reparaciones • Vigilancia de las instalaciones cuando se requiera
RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener buen trato y amabilidad con el personal • Honestidad y amabilidad con los clientes • Estar al pendiente de cualquier situación que necesite de su trabajo • Mantener los espacios limpios y ordenados
ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
Formación académica	No necesita
Experiencia previa exigida	1 mes mínimo de experiencia en aseo y servicios generales
Sueldo	\$ 1.160.000

Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Puntualidad • amabilidad • disposición y buena atención • buen trato y honestidad • manejo de químicos y tratamiento de piscina • facilidad en trabajos de poda de césped y recolección de hojas de arboles
NIVEL DE ESFUERZO	
Mental	<ul style="list-style-type: none"> • Altas cargas de trabajo y limpieza • Capacidades de limpieza • Se pueden presentar situaciones de trabajo bajo presión generando tensión y estrés
Físico	El cargo exige un esfuerzo físico de estar parado constantemente y caminando periódicamente, además de esfuerzo físico y carga de equipajes y proceso de limpieza.
CONDICIONES DE TRABAJO	
Condiciones del lugar del trabajo	El cargo se ubica en un sitio cerrado, generalmente agradable puede mantener contacto con agentes contaminantes y químicos de tratamiento de agua.
Equipamiento de puesto de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Guantes • Equipamiento de protección respiratoria • Equipo de limpieza • Productos de limpieza y desinfección • Herramientas de trabajo • Silla y muebles de descanso • Herramientas de corte y podado
Riesgos	El cargo está sometido a un riesgo bajo, con posibilidad de ocurrencia baja. Según el rango de la ARL se encuentra en el nivel 1 con 0,522%.

6.3 Reglamentos

Reglamento interno de trabajo del centro turístico cabañales del sol

Este es un documento normativo administrativo interno, que está basado en el conjunto de normas, así se permite la buena administración entre los empleados, jefes y los clientes de la empresa. Dichas normas se sujetan a la legislación laboral vigente.

El Reglamento Interno de Trabajo, como instrumento de administración de una empresa, requiere ser actualizado cada determinado tiempo y de acuerdo a los derechos de los empleados.

Generalidades

Objetivo:

El siguiente reglamento contiene las disposiciones internas, para establecer las relaciones laborales en el centro turístico y el personal trabajador siguiendo sus derechos, obligaciones, permanencia, y puntualidad, por lo que este reglamento Interno de trabajo podrá ser modificado cada determinado tiempo, y cuando sea conveniente. Todas las modificaciones del reglamento interno de trabajo serán puestas a conocimiento de los trabajadores.

Finalidad:

Este reglamento fue elaborado con la finalidad de mantener y fomentar la armonía en las relaciones laborales en el centro turístico y el personal trabajador, así como la disciplina dentro del centro turístico para mayor satisfacción del huésped.

Alcance:

El siguiente reglamento es de aplicación a los trabajadores y colaboradores del centro turístico.

Aprobación del reglamento a los empleados:

La empresa denominada centro turístico “Cabañales del sol” está obligada a hacer entrega a los trabajadores de un ejemplar del reglamento interno de Trabajo. Se ha creído conveniente presentarles este modelo de reglamento interno de trabajo, teniendo en cuenta la información necesaria para una buena y excelente función laboral. Los empleados serán sancionados si es que éste viola disposiciones legales del Reglamento Interno de Trabajo.

Capítulo I “Admisión y Contratación del Personal”

Artículo 1º. La Selección y Contratación de personal, es tarea del administrador del centro turístico “cabañales del sol”

Artículo 2°. La selección de personal se realizará de acuerdo a las necesidades de los cargos y demás requisitos establecidos por la empresa.

Artículo 3°. Ninguna persona podrá ingresar a prestar servicios, si no está contratado formalmente por el centro turístico.

Artículo 4°. Los postulantes a algún puesto del centro turístico, deberán llenar y firmar la “Solicitud de Empleo” y demás documentos que requiera el encargado de contratar personal.

Artículo 5°. El tipo de contratación que realizará la empresa será por prestación de servicios y por contrato a término fijo.

Artículo 6°. Admitido el nuevo colaborador a la empresa, queda sujeto a un período de prueba por un determinado tiempo y de acuerdo a las condiciones de la misma.

Capítulo II “Derechos de los trabajadores”

Artículo 7°. Los colaboradores del centro turístico “Cabañales del sol” gozan entre otros los siguientes derechos:

- Recibir el pago quincenal y mensual, de acuerdo al cargo que desempeñan en el centro turístico.
- Los empleados tienen derecho al descanso vacacional de acuerdo al tiempo que lleva desempeñando dentro del centro turístico.
- Los empleados tienen derecho a justificar las faltas por problemas de salud, o por motivo familiar, según sea el caso.
- Los empleados deberán estar afiliados a EPS y riesgos laborales.
- Los empleados tienen la posibilidad de expresar sus sugerencias, observaciones y reclamos que tengan en cuanto a su labor.

Capítulo III “Obligaciones de los trabajadores”:

Artículo 8°. Todos los trabajadores del centro turístico “cabañales del sol” tienen las siguientes obligaciones:

- Los empleados deberán guardar un comportamiento acorde con las normas de cortesía y buen trato hacia sus superiores, compañeros de trabajo y huéspedes.

- Los empleados deberán ejercer con eficiencia las funciones que les sean encomendadas.
- Los empleados deberán cumplir puntualmente con el horario de trabajo.
- Los empleados deberán guardar en todo momento reserva y discreción sobre las actividades, documentos, procesos y demás información del centro turístico.
- Los empleados deberán proponer iniciativas que contribuyan al mejoramiento del centro turístico.
- Los empleados deberán cumplir con las disposiciones internas en materia de seguridad e higiene que imparta el centro turístico.
- Los empleados deberán permanecer en su centro laboral dentro del horario de trabajo establecido.

Capítulo IV “Jornada y Horario de Trabajo”

“La Jornada de Trabajo es el tiempo durante el cual el trabajador está a disposición del patrón para prestar su trabajo”

Artículo 9º. Como máximo cada trabajador laborará 8 horas al día.

Artículo 10º. Ningún trabajador realizará otro tipo de labores del que fue contratado.

Artículo 11º Ningún trabajador será explotado en el trabajo que realice.

Artículo 12º Cada trabajador recibirá durante su labor en el centro turístico, un descanso como mínimo de media hora al día.

Capítulo V “Asistencia y puntualidad”

Artículo 13º Los empleados deberán de asistir a laborar durante sus días establecidos.

Artículo 14º. Cuando cada trabajador salga del centro turístico en la hora de descanso que tiene por día, deberá regresar a la hora establecida, sin excederse por mucho tiempo.

Capítulo VI “Sistema de pago (sueldo)”

Artículo 15º. Los jefes deberán disponer el pago a los trabajadores como quincena y mes, sin sobre pasarse de las fechas de pago.

Artículo 16°. El pago deberá ser con moneda colombiana y en efectivo.

Artículo 17°. No se aceptará como pago los vales y mercancías.

Artículo 18°. El sueldo de cada empleado variará de acuerdo a los puestos que ejerzan en el centro turístico.

Artículo 19°. Los empleados deberán recibir su sueldo íntegro cuando se presenten casos de embarazo, incapacidad y vacaciones.

Capítulo VII “Fallas y sanciones”

Artículo 20°. Todas las faltas que impliquen incumplimiento de este Reglamento al trabajo, serán sancionados por los superiores del centro turístico.

Artículo 21°. Los empleados serán sanciones cuando presenten más de 2 faltas sin previo aviso, y al presentar 3 faltas el trabajador será despedido automáticamente.

Artículo 22°. El tiempo que el trabajador no labore se le descontará de su sueldo.

Artículo 23°.- Los trabajadores que abandonen injustificadamente su trabajo antes de la hora de salida, se les descontará ese día de su sueldo.

Artículo 24°.- El trabajador que no lleve a cabo las disposiciones de Seguridad e Higiene, podrá ser sancionado con un oficio en su expediente curricular de acuerdo a la gravedad de la falta de higiene o seguridad en el centro turístico.

Artículo 25°.- Cualquier otra infracción que el empleado realice será sancionada de acuerdo al tipo de fracción según sea el caso.

Capítulo VIII “Medidas de Seguridad e Higiene”

Artículo 26°. El centro turístico deberá establecer las medidas de higiene y seguridad que determinen las normas de trabajo y las normas oficiales colombianas referidas a la actividad de servicios de turismo y hoteleros.

Artículo 27°.- Los trabajadores no deberán realizar todo acto que pueda poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros o la de los huéspedes.

Artículo 28°. Cuando el trabajador sufra un accidente de trabajo dentro del centro turístico se deberá dar aviso a su superior y este adopte con toda urgencia las medidas que deban ser llevadas.

Artículo 29°. El centro turístico deberá contener los botiquines que se consideren necesarios con todas las urgencias que se requieran en caso de accidente o enfermedad, o de un auxilio inmediato.

Artículo 30°. Para evitar accidentes de trabajo, los trabajadores deberán seguir las medidas de prevención del centro turístico.

Política de seguridad y salud en el trabajo

Nuestra Empresa busca ser la más competitiva en el Sector de servicios de hospedaje, por lo cual estamos comprometidos en propiciar el mejoramiento de las condiciones de trabajo, salud y seguridad de todos los niveles de nuestra organización; trabajadores, contratistas y partes interesadas. Mediante el desarrollo del sistema de seguridad y salud en el trabajo.

Este sistema, está orientado al desarrollo de un proceso lógico y por etapas, basado en la mejora continua, que incluye la política, la planificación, la organización, la aplicación, la evaluación, la auditoría y las acciones de mejora con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que pueden afectar la seguridad y salud en el trabajo en toda nuestra cadena de valor.

La Empresa asume la responsabilidad de proteger la salud y la seguridad de todos los trabajadores independientemente de su vinculación laboral en los diferentes ambientes de trabajo, por tanto, mantiene unas condiciones seguras y saludables en los lugares de trabajo.

El responsable asignado por la empresa para liderar el desarrollo del sistema de seguridad y salud en el trabajo, cuenta con el apoyo de la alta gerencia, el Vigía y trabajadores en general, mediante el compromiso de los mismos con las actividades de seguridad y salud en el trabajo.

Hay un firme Compromiso para cumplir con la Legislación Colombiana en seguridad y salud ocupacional establecidas por el Ministerio de la Protección Social (Actual Ministerio del Trabajo) y de otra índole que haya suscrito la Compañía.

Para el cumplimiento de esta Política y el logro de los objetivos propuestos de la alta dirección, permanentemente orientarán sus esfuerzos y destinarán los recursos físicos, económicos y talento humano requeridos para la oportuna identificación, valoración e intervención de los peligros que puedan generar accidentes de trabajo, enfermedades laborales y emergencias, así como los que se requieren para el desarrollo efectivo de actividades y programas que contribuyen a fortalecer la eficiencia de los trabajadores, la competitividad y buena imagen organizacional.

El centro turístico cabañales del sol, según la normativa del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo se plantea un objetivo general y unos objetivos específicos que encaminan a que las acciones a corto plazo se cumplan y se mantenga en constante actualización y desarrollo dicho sistema.

Objetivo General

Promover el desarrollo de programas, actividades y planes del sistema de gestión para fortalecer, preservar y fomentar las buenas prácticas de salud y seguridad de los trabajadores en el centro turístico Cabañales del Sol.

Objetivos Específicos

- Desarrollar un plan de acción para disminuir y prevenir los riesgos y peligros en el entorno laboral.
- Fomentar las buenas prácticas de higiene y vida saludable en los trabajadores del Centro turístico cabañales del sol.
- Implementar el desarrollo colectivo y continuo sobre el sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo por parte de los vinculados a el centro turístico cabañales del sol.

Política de prevención de consumo de tabaco, alcohol y drogas.

La empresa ha definido y establecido una política de no alcohol, tabaco y drogas, esto con el fin de promover, prevenir y fomentar el bienestar de los trabajadores, contratistas, usuarios y familias que visitan las instalaciones físicas de la empresa, ya que esto genera impactos negativos sobre la sociedad, el ambiente de trabajo y en las personas en su seguridad y condiciones de trabajo, debido a sus factores de riesgo asociado.

Por lo tanto, con el ánimo en el mejoramiento del desempeño laboral y el fomento de los hábitos y estilos de vida saludable, teniendo en cuenta lo establecido en la resolución 1075 de marzo 24 de 1992 y la resolución 4225 de mayo 29 de 1992, resolución 2646 de 2008 Se establece los siguientes parámetros:

- Prohíbe presentarse al cumplimiento de sus actividades, funciones y/o tareas bajo el efecto de sustancias psicoactivas incluidas bebidas alcohólicas o energizantes u otras que afecten el funcionamiento adecuado del desempeño laboral.
- Prohíbe el consumo de tabaco, sustancias psicoactivas, bebidas alcohólicas o energizantes, durante el desarrollo de actividades y/o funciones dentro de las instalaciones físicas de la empresa.
- Promueve actividades de sensibilización y de capacitación para los trabajadores, contratistas y temporales que buscan la creación de hábitos y estilos de vida saludables en relación al daño que causa el cigarrillo, bebidas alcohólicas y/o energizantes y sustancias psicoactivas que afectan la salud del individuo y su entorno.

Política medio ambiental

De conformidad con nuestro compromiso hacia el Medio Ambiente, parte de la premisa de absoluto respeto al medio ambiente, en el desarrollo de todas sus actividades. Para llevar a cabo su política medioambiental, atiende no sólo a las necesidades del presente, sino que prevé, en la medida de lo posible, las que en el futuro el medio ambiente y la sociedad en su conjunto van a requerir a la Industria. En consecuencia, tanto la Política como las estrategias y los objetivos derivados de ella son revisados anualmente a fin de adaptarlos

a los nuevos requerimientos. Los principios básicos que rigen dicha política medioambiental son los siguientes:

- Optimizar el consumo de los recursos naturales.
- Prevenir y minimizar la generación de cargas contaminantes.
- Prevenir, mitigar, corregir y compensar los impactos ambientales sobre la población y los ecosistemas.
- Adoptar tecnologías más limpias y prácticas de mejoramiento continuo de la gestión ambiental.
- Minimizar y aprovechar los residuos.

Los trabajadores deberán tener una conducta responsable y participativa en las acciones de sensibilización que promuevan el cumplimiento de estas políticas. Deberán tener una conducta responsable y participativa en las acciones de sensibilización que promuevan su cumplimiento.

El incumplimiento de esta política y de las reglas o normas que se deriven de ella se tomará como falta y se acogerá según el reglamento interno de trabajo y los procedimientos disciplinarios que en este se establecen.

Todos los trabajadores y visitantes tendrán la responsabilidad de cumplir con las normas y procedimientos de seguridad, igualmente deben notificar oportunamente todas aquellas condiciones que puedan generar accidentes o incidentes para los usuarios, trabajadores y los equipos.

6.4 Aspectos legales y de constitución de la empresa

Constitución de la empresa bajo una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S)

Es el modelo empresarial más conveniente cuando se quiere emprender por primera vez, permitiendo crear una junta de socios cuyo objetivo se enfoca en la simplicidad de sus responsabilidades, lo cual se complementa en este proyecto de tal forma que dará más tiempo en enfocarse en los objetivos propuestos en el proyecto.

Se decidió constituir una SAS por que se acopla a los ideales que se quiere establecer en este proyecto para trabajar por sí mismos y brinda tanto beneficios como facilidades que esta proporciona además de ser una alternativa más flexible y accesible.

Las condiciones que esta SAS ofrece se relacionar mucho con la misión y visión que proporciona el proyecto para su desarrollo a futuro convirtiéndose en un proyecto que se acopla alas requerimientos de esta sociedad, de igual forma ayuda a rápida forma de constituir la mediante un documento privado sin la necesidad de generar grandes costos y en un periodo de tiempo corto.

Procedimiento de creación de la empresa y trámites legales

El proceso de creación de una SAS se realiza mediante un documento privado que se autentica por quienes participan en su constitución y que se inscribe en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. En primer lugar, es necesario verificar que el nombre o la sigla que se va a utilizar para la sociedad no se encuentre registrada en la Cámara de Comercio de Pasto.

En segundo lugar, se presenta el documento de constitución debidamente reconocido por los socios o accionistas ante un funcionario competente, o en su defecto, todos ellos deberán realizar diligencia de presentación personal ante la Secretaría de la Cámara de Comercio.

iniciando con el registro y siguiendo los pasos de consulta, diligencia de formularios y formalización de trámites.

Adicionalmente se deben diligenciar los formularios de Registro Único Empresarial y Social (RUES) y de inscripción del Registro Único Tributario (RUT), así como el pago de la matrícula mercantil, el impuesto de registro y los derechos de inscripción.

Considerando que el domicilio principal de la sociedad es la ciudad de Pasto, en el Centro de Atención Empresarial de la Cámara de Comercio brindan asistencia en el diligenciamiento de los documentos necesarios a través de internet para matricular la sociedad en el Registro de Industria y Comercio; así mismo, se crea el reporte de la apertura de la empresa ante las diferentes entidades municipales de control. Además, un asesor especializado del CAE realiza la verificación de Uso de Suelo, dependiendo de la actividad

económica a desarrollar y de la ubicación del establecimiento de la sociedad, y brinda orientación acerca de las medidas de seguridad a tener en cuenta.

Finalmente debe diligenciarse en Registro Nacional de Turismo (RNT) que se lleva a cabo únicamente de manera virtual. Este registro es obligatorio para el funcionamiento de la empresa y debe actualizarse anualmente.

Misión

Cabañales del Sol S.A.S, es una empresa turística nariñense dedicada a la prestación de servicios de alojamiento y balneario, comprometida en prestar un óptimo servicio, con calidad humana y excelente atención, amabilidad y preocupados por el cuidado del medio ambiente, para así generar nuevas experiencias en aquellas personas que gustan de disfrutar de un clima agradable y la calidez de nuestros servicios.

Visión

Dentro de 5 años, lograr el reconocimiento a nivel local como un centro turístico de alta calidad y excelentes servicios de hospedaje, buscando siempre el posicionamiento empresarial, la satisfacción en nuestros clientes, y enfocados siempre en la mejora continua para el crecimiento empresarial.

Objetivos

- Generar satisfacción por la prestación de servicios por medio de la creación de nuevas experiencias.
- Promover el trabajo colaborativo como estrategia interna, para dar cumplimiento del objeto social de la empresa.
- Promover la protección y conciencia ambiental por medio de actividades que concienticen y sensibilicen a clientes y trabajadores.
- Gestionar procesos de alta calidad en la prestación del servicio que incentiven al crecimiento empresarial y el reconocimiento corporativo.

Objeto social de la empresa

La empresa Cabañales del Sol S.A.S, es una empresa que se encuentra ubicada dentro del sector de servicios, directamente dentro de la categoría turística y hotelera, debido a que

se encargará de prestar los respectivos servicios de hospedaje y centro vacacional con excelente atención y comodidad, que brindará nuevas experiencias a las personas que estén interesadas en demandar nuevas experiencias, y quieran disfrutar de un descanso o vacaciones agradables.

Valores empresariales

A continuación, se presenta los valores que fueron destacados principalmente por la organización y ya que estos contribuirán al logro de los objetivos organizacionales, además de fomentar una buena cultura, reputación e imagen corporativa.

- **Respeto:** siendo una de las bases más importantes entre el trato mutuos y las buenas relaciones tanto internas como externas de la empresa.
- **Sinceridad:** lleva el grado de compromiso con e la verdad y transparencia, que es fundamental para establecer buenas relaciones entre empelados y con los clientes
- **Lealtad:** haciendo alusión a la fidelidad y compromiso con los clientes, así también como con los colaboradores de la organización.
- **Honestidad:** siendo la generación de una alta calidad humana que engloba el alto grado el compromiso en la generación de un bien colaborativo para la organización.
- **Colaboración:** formaliza el compromiso con el trabajo en equipo con el fin de poder obtener resultados óptimos que beneficien a la organización y a los clientes.
- **Trabajo en equipo:** el cual promete desarrollar el compañerismos y trabajo en equipo d ellos colaboradores de la organización, con el fin de tomar las mejores decisiones y opciones para la empresa.

7. Plan financiero

7.1 Estudio económico

7.1.1 Determinación de inversiones

A continuación, se presenta la siguiente tabla con la respectiva información de todos los requerimientos ya suscitados dentro del estudio técnico, puesto que estos bienes representan un pilar clave en las operaciones del centro turístico y son indispensables a la hora de que el proyecto inicie sus actividades, además de esto, se realiza una aclaración con respecto a los precios que se tomó para cada bien, ya que estos fueron consultados previamente en algunos almacenes del corregimiento del Remolino y también se realizó algunas búsquedas en páginas de internet para poder tener un promedio más seguro de estos y colocar sus respectivos valores y plasmarlos dentro del presupuesto de inversiones.

Tabla 38.

Determinación de inversiones fijas y diferidas

MUEBLES Y ENSERES PARA CABAÑAS		CANTIDAD	COSTO/UND	COSTO TOTAL
Camas y tendidos	Unidad	35	450.000	15.750.000
Baños y lavamanos	Unidad	10	400.000	4.000.000
Mesas comedor	Unidad	7	120.000	840.000
Sillas	Unidad	50	70.000	3.500.000
Ventiladores	Unidad	18	250.000	4.500.000
Closet	Unidad	7	300.000	2.100.000
Televisor	Unidad	1	800.000	800.000
Duchas	Unidad	7	55.000	385.000
Sillas para tomar el sol	Unidad	20	100.000	2.000.000
Parasoles	Unidad	14	90.000	1.260.000
SUBTOTAL				35.135.000
EQUIPO DE OFICINA				
Computador, teclado y mouse	Unidad	1	1.400.000	1.400.000
Impresora	Unidad	1	530.000	530.000
Teléfono fijo	Unidad	1	250.000	250.000
Escritorio de oficina	Unidad	1	250.000	250.000
Silla de oficina	Unidad	1	200.000	200.000
Documentación y Carpetas	Unidad	5	20.000	100.000
Estantes	Unidad	2	200.000	400.000
SUBTOTAL				3.130.000
CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES				
Cabañas prefabricadas		7	15.000.000	105.000.000
Kiosco		1	15.000.000	15.000.000
Piscina		1	40.000.000	40.000.000
Terreno		1	10.000.000	10.000.000
SUBTOTAL				170.000.000
TOTAL INVERSIÓN FIJA				208.265.000

Tabla 39.*Inversión en diferidos*

DIFERIDOS	INVERCION
Gastos de Montaje	10.000.000
Estudios	1.741.850
TOTAL INVERSION DIFERIDA	11.741.850
TOTAL INVERSION INICIAL	220.006.850

En cuanto a los diferidos, se hace la aclaración que el valor consignado dentro de los estudios, proviene directamente del primer presupuesto que se elaboró de los materiales e insumos necesarios para elaborar el presente trabajo, y los gastos de montaje se consolidaron debido a que corresponde a un promedio de gastos diversos que se presupuestaron para el desarrollo del proyecto. Ya para finalizar, el total de las inversiones en cuanto activos fijos y diferidos arrojan un total de \$220.006.850.

Inversión en capital de trabajo

Para el respectivo cálculo del capital de trabajo, requerido para el funcionamiento del centro turístico, se lo calculó utilizando la siguiente fórmula y con los datos del consolidado de gastos que se pueden encontrar más adelante.

$$\left(\frac{\text{Total costos y gastos} - \text{depreciación} - \text{amortización}}{365 \text{ días del año}} \right) \cdot 30 \text{ días del mes}$$

Por lo que, se presentaría de la siguiente manera:

$$\left(\frac{177.936.168 - 46.265.000 - 2.348.370}{365} \right) \cdot 30$$

Capital de trabajo= \$10.629.271.

Ajuste al capital de trabajo

Para realizar el ajuste anual del capital de trabajo se utilizó una tasa de incremento anual del 5,47%, que corresponde a la inflación promedio de Colombia de los últimos cinco años, que mas adelante se presentará consolidada de manera clara.

Tabla 40.

Ajuste a capital de trabajo

AJUSTE DE CAPITAL DE TRABAJO	0	1	2	3	4
KWO	10.629.271	454.933	474.404	494.708	515.882

Una vez presentada la información relacionada con las inversiones en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, se aclara que el valor del terreno donde se va desarrollar el proyecto, tiene ese valor tan bajo, debido a que este ya era de propiedad de uno de los socios, por ende, se vendió a ese precio tan bajo, que ya había sido pactado dadas las circunstancias pactadas por los demás accionistas.

7.1.2 Cálculo de costos y gastos

De igual manera se presenta la siguiente información relacionada con los costos y gastos en los que incurre las operaciones del proyecto en desarrollo, y es pertinente mencionar que al ser una empresa que se encuentra dentro del sector servicios turísticos, no presenta costos tales como materia prima o materiales para la fabricación de un producto, ya que esto no es el objeto social del centro turístico, por lo cual sólo presentan gastos de operación relacionados hacia la nómina, servicios públicos y mantenimiento de las instalaciones y los gastos legales de constitución de la empresa.

Gastos legales de constitución de la empresa

En este cuadro se plasma el valor de los gastos en que se incurre para poder constituir la empresa y los valores que se estaría pagando por cada, ítem.

Tabla 41.*Gastos legales de constitución de la empresa*

DESCRIPCION	VALOR
Registro mercantil	53.000
Libros y actas	18.000
Certificado de matricula mercantil	3.600
Certificado de existencia y representación legal	7.200
SUBTOTAL GASTOS LEGALES	81.800

Nómina y apropiaciones legales del centro turístico

Aquí se presenta la respectiva información de cuánto asciende el valor de la nómina, correspondiente a los cargos previamente establecidos dentro del estudio organizacional, los cuales son de suma importancia para las operaciones del centro turístico, ajustados a los valores vigentes del año en curso, así como también el valor causado por las respectivas prestaciones legales en las que incurre la empresa, se recalca que los valores totales presentados a continuación constituyen a la suma anual tanto de la nómina del centro turístico, y por su parte las prestaciones legales fueron calculadas en base al total anual de la nómina.

Tabla 42.*Nómina del centro turístico*

NOMINA	SALARIO
Gerente	2.000.000
Recepcionista	1.250.000
Auxiliar servivios generales	1.160.000
Conserje	1.160.000
NOMINA MENSUAL	5.570.000
VALOR NOMINA ANUAL	66.840.000

Tabla 43.*Apropiaciones legales*

APROPIACIONES LEGALES		
DETALLE	%	SUBTOTAL
Auxilio de transporte	140.606	703.030
Salud	8,5%	5.681.400
Pensión	12%	8.020.800
ARL	0,52%	347.568
Cesantías	8,33%	5.567.772
Interés a la cesantía	1%	668.400
Prima	8%	5.347.200
Vacaciones	4,17%	2.787.228
Dotación	5%	3.342.000
Parafiscales	9%	6.015.600
TOTAL AÑO		38.480.998

Es importante mencionar que para poder realizar el cálculo de la proyección a cinco años de la nómina y prestaciones sociales del centro turístico, se tomó la media aritmética de la inflación de Colombia de los últimos cinco años, la cual se presenta de la siguiente manera, y es con la que se va trabajar para los respectivos cálculos que se van a ir presentando dentro del estudio económico.

Tabla 44.*Media aritmética de la inflación de los últimos 5 años en Colombia*

AÑO	TASA
2018	3,18%
2019	3,80%
2020	1,61%
2021	5,62%
2022	13,12%
PROMEDIO	5,47%

Una vez determinada la media aritmética de la inflación, se procede a calcular la proyección del valor de la nómina a cinco años del centro turístico, donde se multiplica dicho factor por el valor anual de la siguiente manera: nómina anual*(1+5,47%)= incremento anual, y así respectivamente para los siguientes años, y de la misma manera para conocer el incremento de las prestaciones sociales: prestaciones anuales*(1+5,47%)= incremento anual,

y ya por último se suman estos dos resultados y se obtiene el valor total de la nómina causado para cada año.

Tabla 45.

Valor anual de la nómina y prestaciones sociales

AÑO	NOMINA	PRESTACIONES	TOTAL
1	66.840.000	38.480.998	105.320.998
2	70.493.474	40.584.369	111.077.844
3	74.346.648	42.802.711	117.149.359
4	78.410.435	45.142.307	123.552.743
5	82.696.350	47.609.786	130.306.136

Adicionalmente a la nómina fija del centro turístico, se determinó en el estudio organizacional y técnico, que se requería de un contador para la elaboración de estados financieros y revisión de información contable, por lo cual se muestra el pago de los respectivos honorarios de manera semestral por la prestación de sus servicios.

Tabla 46.

Honorarios del contador público (staff)

ACTIVIDAD	HONORARIOS	CANTIDAD DE PERIODOS AL AÑO	TOTAL AÑO
REVISION FISCAL Y ELABORACION DE ESTADOS FINANCIEROS	1.160.000	2	2.320.000

Gastos operativos en servicios públicos, mantenimiento y reparaciones

Ahora bien, dentro del siguiente cuadro se muestra cuáles son los gastos de los servicios públicos y el valor mensual, tanto como en acueducto, energía eléctrica y servicios de telefonía e internet, que son necesarios e indispensables para las actividades y funcionamiento constante del centro turístico.

Tabla 47.*Gastos en servicios públicos*

SERVICIOS PUBLICOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Acueducto	500.000	6.000.000
Energía eléctrica	400.000	4.800.000
Internet y telefonía	300.000	3.600.000
SUBTOTAL		14.400.000

También se menciona que se han determinado unos gastos de mantenimientos para las instalaciones del centro turístico y que son necesarios para su respectivo funcionamiento, los cuales corresponden a elementos de aseo y limpieza y herramientas para realizar mantenimiento de las instalaciones.

Tabla 48.*Gastos de mantenimiento de instalaciones*

MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Elementos de aseo	100.000	1.200.000
Elementos de limpieza	200.000	2.400.000
Elementos de mantenimiento	300.000	3.600.000
TOTAL		7.200.000

Depreciación de activos fijos y amortización de diferidos

Posteriormente se presenta la siguiente información acorde a la depreciación de los activos fijos, cuyo valor se contempla dentro del presupuesto de inversiones expuesto anteriormente, es pertinente mencionar que para este caso ya se tomaron los valores totales y no los unitarios de cada bien, ya que fueron agrupados dentro de los distintos grupos de activos que se requieren para el funcionamiento y operación del centro turístico, tales como, muebles y enseres, equipo de oficina, construcciones y edificaciones.

Por otra parte, también se menciona que bajo los lineamientos del decreto 1625 del año 2016, específicamente dentro del artículo 1.2.1.18.5, el cual menciona que los activos fijos que tengan un valor inferior a cincuenta (50) UVT (unidad de valor tributario), pueden ser depreciados dentro del mismo año de adquisición, sin considerar la vida útil de los mismos. Correspondiendo a esta normatividad, se considera que para el año 2023, año en que

se está realizando dicho estudio, el valor de una UVT en Colombia, es de \$42,412 pesos, que al multiplicarlo por cincuenta se obtiene un valor \$2,120.600 pesos, es decir que los activos que estén por debajo de este monto, se les aplicara dicha normatividad ya mencionada.

Es por esto que todos los activos fijos ya mostrados en el presupuesto de inversiones, unitariamente no superan este monto, razón por la que son depreciados en el primer año de operación, de los cuales correspondería al grupo de muebles y enseres en su totalidad y también el equipo de oficina, a excepción de las construcciones y edificaciones que son depreciados por medio del método de línea recta a 20 años de vida útil.

También se presenta el valor de salvamento de los activos al final el periodo operativo correspondiente a 5 años y la amortización de los diferidos que corresponde al valor de los estudios y los gastos de montaje presentados en el presupuesto de inversiones, que se amortiza dentro del periodo en que se está evaluando el estudio, que es 5 años de vida útil.

Tabla 49.

Depreciación de activos fijos y valor de salvamento

TIPO DE ACTIVO FIJO	INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR DE SALVAMENTO
Muebles y enseres	35.135.000	35.135.000	-	-	-	-	-
Equipo de oficina	3.130.000	3.130.000	-	-	-	-	-
Terrenos	10.000.000	-	-	-	-	-	10.000.000
Construcciones y edificaciones	160.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	120.000.000
TOTAL	208.265.000	46.265.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	130.000.000

Tabla 50.

Amortización de diferidos

DIFERIDOS	INVERSION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Montaje	10.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Estudios	1.741.850	348.370	348.370	348.370	348.370	348.370
TOTAL	11.741.850	2.348.370	2.348.370	2.348.370	2.348.370	2.348.370

Consolidado de costos y gastos

A continuación, se presenta el siguiente cuadro donde se presenta toda la información consolidada del total de los gastos en los que se incurre el proyecto, debido a que sólo se presentan gastos y no costos, por las razones mencionadas al principio del estudio económico, además ya se encuentra realizada la proyección para los cinco años de evaluación del proyecto, a una tasa de inflación equivalente a 5,47% anual.

Tabla 51.*Consolidado de costos y gastos*

AÑO	1	2	3	4	5
GASTOS ADMINISTRATIVOS	177.936.168	146.739.952	154.195.116	162.057.779	170.350.215
Sueldos, prestaciones Apropiaaciones	105.320.998	111.077.844	117.149.359	123.552.743	130.306.136
Depreciación	46.265.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000
Mantenimiento y reparaciones	7.200.000	7.593.552	8.008.616	8.446.366	8.908.045
Gastos legales	81.800	86.271	90.987	95.960	101.205
Servicios Públicos	14.400.000	15.187.104	16.017.231	16.892.733	17.816.090
Amortización	2.348.370	2.348.370	2.348.370	2.348.370	2.348.370
Honorarios	2.320.000	2.446.811	2.580.554	2.721.607	2.870.370
TOTAL COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN	177.936.168	146.739.952	154.195.116	162.057.779	170.350.215

7.1.3 Cálculo y proyección de los ingresos

Para realizar la proyección y estimación de los ingresos del centro turístico, se tomó como punto de partida el precio que se fijó anteriormente en cuanto al valor de atención por persona que fue de \$75.000 pesos, y la capacidad instalada de atención anual que corresponde a 3.360 personas, también se menciona que para realizar dicha proyección se tuvo en cuenta dos indicadores económicos, los cuales fueron la tasa de crecimiento poblacional que corresponde al 1,1% para así poder proyectar la atención anual de personas, y por otra parte, la tasa de inflación equivalente a 5,47%, con la que podremos calcular el incremento anual de los precios por la prestación del servicio, dando como resultado la siguiente información.

Tabla 52.*Ingresos proyectados*

AÑOS	CAP. ATENCION ANUAL	PRECIO/PERSONA	INGRESOS PROYECTADOS
1	3.360	75.000	252.000.000
2	3.397	79.100	268.697.838
3	3.434	83.423	286.502.095
4	3.472	87.983	305.486.085
5	3.510	92.792	325.727.977

7.1.4 Punto de equilibrio

Para la presentación del punto de equilibrio, como se mencionó anteriormente, al ser un servicio el que se está ofreciendo, no se tomaría en cuenta las unidades a vender, debido a que esto no representa la actividad económica del centro turístico, y por este motivo el cálculo del punto de equilibrio fue dado hacia un enfoque en la cantidad de personas de equilibrio que se necesitaría recibir anualmente para que no existan pérdidas, ni tampoco se generen utilidades. De acuerdo con lo anterior se presenta la siguiente información con respecto a los costos fijos, variables, precio de venta y la capacidad de atención anual para su respectivo cálculo.

Así pues, para los costos fijos, se está tomando el valor total de los gastos operativos, que ascienden a 177.936.168, restado el valor total anual de los gastos de mantenimiento de las operaciones, para obtener un valor de 170.736.168, que serían los costos fijos anuales. En cuanto a los costos variables anuales, se tomó el valor de los gastos de mantenimiento de las instalaciones que equivalen a 7.200.000, la capacidad de atención anual que es de 3.360 personas y el precio unitario por persona fijado que fue de 75.000, ya con esta información clara se procede a realizar el cálculo mediante la siguiente fórmula.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

Por lo que se tendría la siguiente información para ser remplazada dentro de la fórmula:

Costos fijos= \$170.736.168

Costos variables= \$7.200.000

Precio por persona= \$75.000

Capacidad de atención anual= 3.360 personas.

Sin embargo, es necesario conocer cuáles son los costos variables unitarios, ya que el valor que se presenta es anual, por lo que se realiza la siguiente operación para conocer el valor unitario de la siguiente manera.

$$CVU = \frac{\text{costos variables}}{\text{capacidad de atencion anual}}$$

$$CVU = \frac{\$ 7.200.000}{3.360 \text{ personas}} = \$ 2.143 \text{ por persona}$$

Entonces, los costos variables unitarios ascenderían a \$ 2.143, y ya con toda la información necesario se procede a remplazar en la formula del punto de equilibrio para obtener, en primer lugar, este mismo, y los ingresos de equilibrio.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\$ 170.136.168}{(\$75.000 - \$2.143)} = 2.343 \text{ Personas}$$

El resultado que se obtuvo luego de aplicar la fórmula es de 2.343 personas, lo que indica que ésta es la cantidad de personas que se deben atender anualmente, para no generar perdidas, ni tampoco utilidades, por su parte los ingresos de equilibrio ascenderían al valor dado por la siguiente operación.

$$\text{Ingresos de equilibrio} = \text{precio por persona} * \text{cantidades de equilibrio}$$

$$\text{Ingresos de equilibrio} = \$75.000 * 2.343 \text{ personas} = \$175.757.820$$

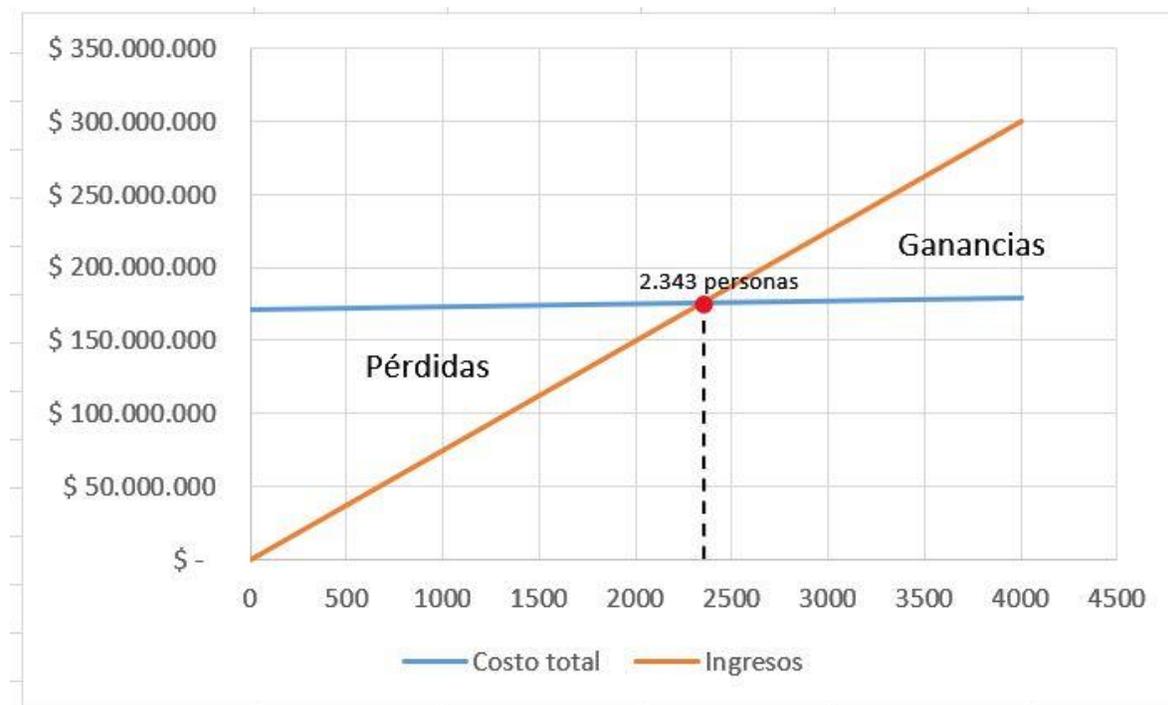
Obteniendo como resultado unos ingresos de equilibrio por valor de \$175.757.820 anuales.

Tabla 53.

Tabulación punto de equilibrio

PERSONAS	INGRESOS	COSTOS TOTALES	UTILIDADES
1.500	112.500.000	173.950.454	- 61.450.454
2.000	150.000.000	175.021.882	- 25.021.882
2.343	175.757.820	175.757.820	-
2.500	187.500.000	176.093.311	11.406.689
3.000	225.000.000	177.164.739	47.835.261
3.500	262.500.000	178.236.168	84.263.832

Como se puede evidenciar dentro de la tabla de tabulación, se está tomando las cantidades de personas a atender, que se encuentran por debajo de las 2.343 personas que es el punto de equilibrio, lo que indica que dichas cantidades generarían perdidas, y por su parte las cantidades de personas atendidas por encima de este mismo, reflejarían utilidades.

Figura 24.*Punto de equilibrio*

De acuerdo con la información presentada en la gráfica del punto de equilibrio, se evidencia que la línea que representa los costos totales, no tiene un crecimiento tan elevado, a diferencia de la de los ingresos percibidos, debido a que el costo total a medida que se incrementa el número de personas atendidas no tiene un cambio tan considerable y su variación no es muy representativa, y dentro del gráfico parece que fuera casi constante, pero en realidad sí va en aumento, puesto que los costos variables unitarios son muy bajos y no tienen mucha representación como los costos fijos.

7.1.5 Estados financieros

7.1.5.1 Estado de situación financiera

Una vez se presentaron los respectivos cálculos de las proyecciones de ingresos, costos y gastos se puede realizar la presentación de estados financieros, con el fin de plasmar dicha información de manera organizada y discriminada dentro de los distintos grupos que se presentan en los estados financieros, siendo así, y en primera instancia el estado situación financiera, conformado por tres grupos principales, activos, pasivos y el patrimonio, aquí se hace una pequeña aclaración debido a que el proyecto en estudio al no ser financiado por créditos de entidades bancarias, no se cuenta con obligaciones financieras de corto y largo plazo, ya que se realizará con recursos totalmente propios.

Tabla 54.

Estado de situación financiera

ACTIVO		
DISPONIBLE		10.629.271
Caja	\$ 10.629.271	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		208.265.000
Maquinaria y equipo	\$ -	
Muebles y enseres	\$ 35.135.000	
Equipo de oficina	\$ 3.130.000	
Construcciones y edificaciones	\$ 160.000.000	
Terrenos	\$ 10.000.000	
DIFERIDOS E INTANGIBLES		11.741.850
Gastos de montaje	\$ 10.000.000	
Estudios	\$ 1.741.850	
TOTAL ACTIVOS		230.636.121
PASIVO		
Obligaciones financieras		
	-	
TOTAL PASIVOS		-
PATRIMONIO		
Aportes sociales	230.636.121	
TOTAL PATRIMONIO		230.636.121
ACTIVO= PASIVO + PATRIMONIO		230.636.121

7.1.5.2 Estado de resultados

Al igual que con el estado situación financiera, para la presentación del estado de resultados del centro turístico, se omitió los costos de ventas, debido a que no se está ofreciendo un producto como tal, sino un servicio, por lo que no se generan costos como materiales, materias primas, o mercancías no fabricadas por la empresa, por lo que solo existe causación de gastos que ya fueron mencionados dentro de su estimación previa, por su parte, y en cuestión de impuestos, específicamente el de renta, se tomó el del año en curso (2023), que actualmente en el territorio colombiano equivale al 40% decretado por el gobierno nacional. Además, se presenta su respectiva proyección a los cinco años de evaluación del proyecto.

Tabla 55.

Estado de resultados

AÑOS	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales	252.000.000	268.697.838	286.502.095	305.486.085	325.727.977
Costo de ventas	-	-	-	-	-
Utilidad bruta en ventas	252.000.000	268.697.838	286.502.095	305.486.085	325.727.977
Gastos operacionales	177.936.168	146.739.952	154.195.116	162.057.779	170.350.215
Utilidad operacional	74.063.832	121.957.885	132.306.979	143.428.305	155.377.762
Gastos financieros	-	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos	74.063.832	121.957.885	132.306.979	143.428.305	155.377.762
Impuesto de renta 40%	29.625.533	48.783.154	52.922.792	57.371.322	62.151.105
Utilidad líquida	44.438.299	73.174.731	79.384.187	86.056.983	93.226.657
Reserva legal 10%	4.443.830	7.317.473	7.938.419	8.605.698	9.322.666
Utilidad neta proyectada	39.994.469	65.857.258	71.445.769	77.451.285	83.903.991

7.1.5.3 flujo de fondos

Con el fin de poder determinar el flujo de caja para los cinco años de evaluación del proyecto, es necesario realizar el cálculo de los distintos flujos, como el de inversiones, donde se plasma toda la información de las salidas de capital necesarias, como las de activos fijos, diferidos, capital de trabajo y su respectivo ajuste anual, además del flujo de producción financiera que indica la suma de la utilidad neta, más las depreciaciones, amortizaciones y reserva legal, tomados del estado de resultados presentado anteriormente. Para así poder

finalmente realizar la diferencia entre el valor total obtenido del flujo de producción y el valor total del flujo de inversiones, lo que genera como resultado el flujo de caja original.

Tabla 56.

Flujo de inversiones

CONCEPTO	INSTATACIÓN	1	2	3	4
Activos fijos	208.265.000				
Diferidos	11.741.850				
Capital de trabajo	10.629.271	454.933	474.404	494.708	515.882
FLUJO DE INVERSIÓN	- 230.636.121	- 454.933	- 474.404	- 494.708	- 515.882

Dentro de este flujo se plasma la información relacionada a las salidas de capital, que están destinadas principalmente a el total de las inversiones en activos fijos, diferidos capital de trabajo y su respectivo ajuste anual.

Tabla 57.

Flujo de producción financiero

AÑOS	1	2	3	4	5
Utilidad neta proyectada	39.994.469	65.857.258	71.445.769	77.451.285	83.903.991
(+) Depreciación	46.265.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000
(+) Amortización	2.348.370	2.348.370	2.348.370	2.348.370	2.348.370
(+) Reserva legal 10%	4.443.830	7.317.473	7.938.419	8.605.698	9.322.666
FLUJO DE PRODUCCION	93.051.669	83.523.101	89.732.557	96.405.353	103.575.027

Nuevamente se vuelve a realizar una aclaración con respecto a las depreciaciones, que para este caso y dentro del flujo de producción se está haciendo adición a la utilidad proyectada, ya que en el año uno se presenta un valor más elevado que en el resto de años de evaluación, debido a que como se mencionó anteriormente la mayor parte de los activos fijos y por cumplimiento de la normatividad, se deprecian en el mismo año, y para los siguientes años se está sumando el valor de la depreciación que corresponde al grupo de construcciones y edificaciones.

Tabla 58.*Flujo de caja original*

	INSTALACION	1	2	3	4	5
Flujo de producción	-	93.051.669	83.523.101	89.732.557	96.405.353	103.575.027
Fujo de inversión	- 230.636.121	- 454.933	- 474.404	- 494.708	- 515.882	-
FLUJO DE CAJA ORIGINAL	- 230.636.121	92.596.736	83.048.697	89.237.849	95.889.471	103.575.027

Una vez realizado el procedimiento de obtener la diferencia entre el flujo de producción proyectado a cinco años y el flujo de inversión, también proyectado, se obtiene los valores de los flujos de caja netos, para cada año de evaluación, los cuales equivalen para el año uno por valor de 92.596.236, para el año dos son de 83.523.101, para el año 3 ascienden a 89.732.557, a su vez para el año cuatro totalizan en 96.405.353 y por ultimo para el año cinco equivalen a 103.575.027, asumiendo que todos los flujos son positivos, lo que es un buen indicio de que se presentaría factibilidad económica, puesto que no se están generando perdidas en ningún año de evaluación, además de que a partir del año dos se presenta un incremento hasta el año cinco.

7.2 Evaluación financiera*7.2.1 indicadores de rentabilidad financiera*

Una vez presentada toda la información financiera, comprendida por costos, gastos, ingresos y los estados financieros, se procede a realizar una valuación financiera de estos mismos, con el fin de poder conocer la factibilidad financiera del proyecto y poder tener una mayor seguridad a la hora de desarrollarse.

7.2.1.1 Valor presente neto (VPN)

En primer lugar, se menciona que para poder realizar el cálculo del valor presente para el proyecto se muestra el flujo de caja del proyecto, seguido de la Tasa interna de oportunidad (TIO), la cual resulta de la suma del indicador de DTF, fijado por el banco de la república, que para el caso de esta evaluación se toma el valor de las fechas comprendidas entre 26/02/2023 - 05/03/2023, equivalente a 14,30%, más el porcentaje del premio al riesgo fijado por los inversionistas, que para el caso se ha decidido optar por cinco puntos porcentuales, obteniendo una TIO de 19,30%, necesaria para calcular el valor presente neto del proyecto,

de manera que se descuenta al presente los flujos de caja de los cinco años de evaluación del proyecto utilizando la siguiente fórmula.

$$\text{Descuento} = \text{Flujo de caja año } n * (1 + TIO)^{-n}$$

Este procedimiento se realiza para los cinco años de evaluación, y al final se realiza una sumatoria de los valores obtenidos por cada año para así obtener el VPN.

Figura 59. Flujo de caja

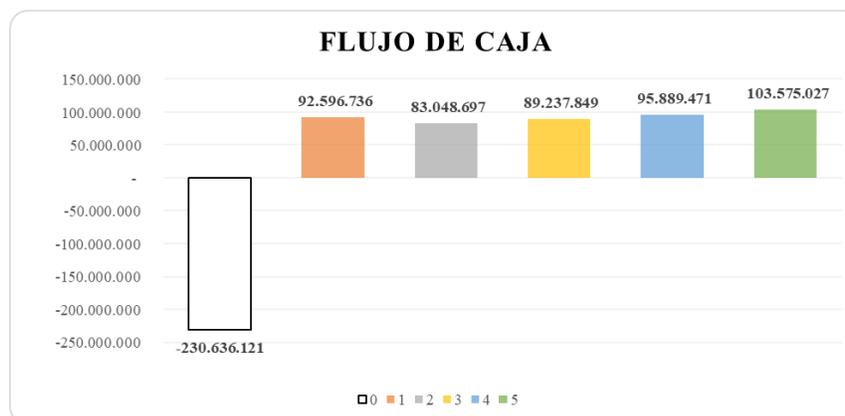


Tabla 59.

Cálculo del VPN sobre flujos de caja

FLUJOS DE CAJA	%	VPN
92.596.736	$(1 + 19,30\%)^{-1} =$	77.616.711
83.048.697	$(1 + 19,30\%)^{-2} =$	58.351.488
89.237.849	$(1 + 19,30\%)^{-3} =$	52.556.660
95.889.471	$(1 + 19,30\%)^{-4} =$	47.337.918
103.575.027	$(1 + 19,30\%)^{-5} =$	42.860.066
TOTAL, VPN		278.722.844

$$\text{VPN} = \sum \text{VPN} - \text{Inversión inicial}$$

$$\text{VPN} = 278.722.844 - 230.636.121 = \mathbf{48.086.723}$$

Por lo que, al realizar la operación para obtener la diferencia entre la sumatoria de los flujos de caja de los cinco años de evaluación del proyecto, se obtiene como resultado un valor presente neto de \$ 278.722.844 menos la inversión inicial que equivale a \$ 230.636.121, se obtiene un VPN igual a \$ 48.086.723, lo que indica que dichos flujos descontados al

presente, si generan una ganancia bastante representativa, dando una clara señal que si existe una factibilidad económica preliminar, debido a que el VPN es mayor que cero ($VPN > 0$).

7.2.1.2 Tasa interna de retorno (TIR)

Para poder calcular la tasa interna de retorno se va a utilizar el método de aproximaciones sucesivas con el fin de encontrar el punto donde el VPN es igual a 0, por lo que a continuación se presenta la siguiente información, con los flujos de caja, descontados con distintas tasas y realizada la respectiva diferencia entre la sumatoria del VPN menos la inversión inicial equivalente a \$230.626.121, hasta llegar a un VPN con resultado negativo y un VPN con resultado positivo muy bajo, y ya con estos datos poder interpolar esa información mediante una fórmula así y poder calcular la TIR.

Tabla 60.

Aproximación de VPN a una tasa del 25%

FLUJOS DE CAJA	%	VPN
92.596.736	$(1 + 25\%)^{-1} =$	74.077.389
83.048.697	$(1 + 25\%)^{-2} =$	53.151.166
89.237.849	$(1 + 25\%)^{-3} =$	45.689.779
95.889.471	$(1 + 25\%)^{-4} =$	39.276.327
103.575.027	$(1 + 25\%)^{-5} =$	33.939.465
TOTAL		246.134.126
VPN		15.498.005

Tabla 61.

Aproximación a VPN a una tasa del 27%

FLUJOS DE CAJA	%	VPN
92.596.736	$(1 + 27\%)^{-1} =$	72.910.816
83.048.697	$(1 + 27\%)^{-2} =$	51.490.295
89.237.849	$(1 + 27\%)^{-3} =$	43.565.021
95.889.471	$(1 + 27\%)^{-4} =$	36.860.060
103.575.027	$(1 + 27\%)^{-5} =$	31.349.921
TOTAL		236.176.114
VPN		5.539.993

Tabla 62.*Aproximación VPN a una tasa del 30%*

FLUJOS DE CAJA	%	VPN
92.596.736	$(1 + 30\%)^{-1} =$	71.228.259
83.048.697	$(1 + 30\%)^{-2} =$	49.141.241
89.237.849	$(1 + 30\%)^{-3} =$	40.618.047
95.889.471	$(1 + 30\%)^{-4} =$	33.573.569
103.575.027	$(1 + 30\%)^{-5} =$	27.895.766
TOTAL		222.456.882
VPN		- 8.179.239

Posteriormente, ya obtenidos los valores del VPN, de las tasas mostradas anteriormente, se toma de referencia el VPN positivo a una tasa del 27% que equivale a 5.539.993 y el VPN es negativo a una tasa del 30% que equivale a -8.179.239, para ser interpolados con la siguiente formula.

$$TIR = W_o + (W_s - W_o) \left[\frac{VPN W_o}{VPN W_o - VPN W_s} \right]$$

$$W_o = \text{tasa menor: } 27\% \quad W_s = \text{tasa mayor: } 30\%$$

$$TIR = 0,27 + (0,30 - 0,27) \left[\frac{5.539.993}{5.539.993 - (-8.179.239)} \right] = 0,2818$$

$$TIR = 28,18\%$$

Una vez obtenida la tasa interna de retorno, por medio del procedimiento anterior se obtiene como resultado una TIR del 28,18%, valor que supera a la tasa interna de oportunidad fijada por los inversionistas que equivale al 19,30%, existiendo una diferencia porcentual positiva 8,88 puntos porcentuales, lo que representa que, si existe rentabilidad tras realizar la inversión de este proyecto, generando mayor certeza de la existencia de factibilidad a la hora de poner en marcha el centro turístico.

7.2.1.3 Relación beneficio costo (RBC)

En el caso de este indicador, se menciona que es de gran utilidad ya que ayuda a determinar si los beneficios obtenidos de la inversión son mayores que los costos, de esta manera, si este indicador supera a 1 es tenido en cuenta ya que los beneficios están superando el costo de la inversión, si es igual a 1 , representa un punto de equilibrio donde no hay beneficios pero tampoco perdidas y su caso contrario si es inferior a 1 se descarta ya que no se genera beneficios, ayudando así a determinar con mayor seguridad la factibilidad del proyecto en estudio, teniendo en cuenta que se usan dos datos, los cuales son el valor presente de los ingresos que equivale a 278.722.844 y el valor presente de los egresos que equivale a 230.626.121 (inversión inicial), ahora bien para obtener su resultado se calcula de la siguiente manera.

$$RBC = \frac{\text{Valor presente de los ingresos}}{\text{Valor presente de los egresos}}$$

$$RBC = \frac{278.722.844}{230.626.121}$$

$$RBC = 1,21$$

Una vez realizado el procedimiento, se obtiene una relación beneficio costo de 1,21, lo que representa en primera instancia, que se está generando un beneficio sobre el valor del costo, es decir sobre la inversión inicial, entonces, se afirma que por cada peso que se invierta dentro este proyecto se está generando una rentabilidad 0,21 centavos de ganancia, por lo que sigue consolidando la existencia de factibilidad financiera dentro del proyecto.

8. Identificación de posibles incidencias

8.1 Incidencias económicas

En cuanto a las incidencias, de tipo económico, se encontró que para el proyecto en estudio, se destacan principalmente, la generación de nuevos empleos, aumento en el nivel de ingresos, fortalecimiento del sector turístico y comercial dentro del corregimiento de Remolino, ahora bien la hablar en primera instancia sobre la generación de empleo, se afirma que debido al estudio organizacional que se realizó dentro del proyecto, se determinó que se requerían cinco cargos para su óptimo funcionamiento, por lo que estas vacantes serán tomadas por las personas que cuenten con el perfil determinado para dichos cargos dentro del corregimiento, dando lugar al aprovechamiento del talento humano de la región y contribuyendo a la generación de empleos dignos y fortalecimiento del empleo formal.

Por su parte, se analizó que con la implementación del centro turístico, fomentaría el nivel de ingresos dentro del corregimiento, debido a que se espera que haya un crecimiento del aumento de visitantes que concurren el corregimiento, ya que tanto el fortalecimiento del comercio como el aumento del nivel de ingreso, van de la mano y se espera que se fortalezca la zona comercial y los micro empresarios que se encuentran en la zona se vean beneficiados por esto, y lo tomen como una oportunidad para generar mayores ingresos en sus establecimientos comerciales y así su calidad de vida se vea mejorada considerablemente.

Por último, también se resalta que si el centro turístico, llegase a un posicionamiento empresarial bastante elevado, podría generar o representar perdidas de clientela para los otros establecimientos que prestan los servicios de hospedaje dentro de la zona, lo cual no sería muy favorable para estos, ni tampoco para el centro turístico, debido a que no podría darse abasto para atender más de su capacidad instalada actual.

8.2 Incidencias ambientales

La capacidad de atracción que ejercen los espacios rurales para el turista varía según sus atributos ambientales, lo que es valorado de acuerdo a su percepción e imagen de cada sitio. De acuerdo a las características y distribución de los recursos que determinan la potencialidad turística del territorio clima, vegetación, fauna entre otras.

La zona en donde se va a realizar el proyecto cuenta con un potencial de recursos naturales que ha estimulado la creación de una oferta turística por parte de la comunidad y empresarios locales donde la intervención productiva generan impactos, sin embargo, este proyecto al planearse construir dentro de la zona habitada del corregimiento, en donde ya existen lotes destinados para este fin, los impactos serán mucho menores que al hacerlos en zonas con vegetación y fauna silvestre.

Como principal incidencia ambiental que podría generar el proyecto, se puede destacar la generación de residuos debido a que turistas con el consumo de alimentos y otros productos pueden generar una gran cantidad de residuos sólidos y líquidos que pueden ser difíciles de manejar adecuadamente. Esto puede tener un impacto negativo ya que el corregimiento no cuenta con una disposición final adecuada de residuos, únicamente se hace recolección de basuras dos días por semana, sumado a lo anterior, no existe la cultura de la separación de la misma para

8.3 Incidencias sociales

La incidencia social de un centro turístico se aplica en el impacto que tiene a la sociedad local y en la región donde se encuentra ubicado. Esta puede ser de forma positiva o negativa, además puede manifestarse en diferentes aspectos como la economía, la cultura, el medio ambiente y la calidad de vida de los habitantes locales.

También se destaca una incidencia social positiva en este centro turístico sobre la cual es la generación de empleo y oportunidades económicas para la comunidad local. Teniendo en cuenta que el turismo puede crear empleos directos e indirectos en áreas como el hotelería, la restauración del sector, el transporte y las actividades turísticas, lo que puede contribuir a mejorar la economía local.

De igual forma se puede generar una incidencia social negativa si el turismo no se gestiona de manera sostenible y responsable es decir que, el turismo masivo puede causar problemas como la sobrecarga de infraestructuras, el aumento de los precios de la vivienda, la congestión del tráfico y la pérdida de identidad cultural de la región, por lo cual esto puede generar como una consecuencia el resentimiento y conflicto en la comunidad local.

Por ello, es importante que el centro turístico tome en cuenta la incidencia social reflejado en sus actividades y que trabajen en colaboración con la comunidad local para minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios del turismo en la región. Esto puede lograr a través de una planificación cuidadosa y la adopción de prácticas sostenibles y responsables donde se promueva la protección del medio ambiente, la preservación de la cultura local y sobre todo el desarrollo económico sostenible de la comunidad.

Conclusiones

En primer lugar, y haciendo referencia al objetivo general de este estudio, se puede concluir que luego de realizar los respectivos estudios que conforman el estudio de factibilidad, en especial el estudio y análisis financiero, se pudo determinar que es factible implementar un centro turístico en el corregimiento del Remolino Taminango, ya que gracias a los resultados obtenidos de los indicadores de rentabilidad y financieros, además de la estructuración de la parte organizacional y técnica del proyecto, existe un grado bastante considerable y atractivo de invertir en el proyecto como tal.

Después de determinar una muestra representativa a la cual realizar las respectivas encuestas, se pudo determinar el perfil del cliente que estaría dispuesto a visitar el centro turístico, el cual corresponde a habitantes de la ciudad de Pasto, pertenecientes al estrato 3 y que buscan nuevos lugares diferentes a los tradicionales (Chachagüí, Buesaco, etc.) en los cuales pasar un fin de semana. Así mismo gracias al estudio de mercado se pudo conocer la cantidad que estarían dispuestos a pagar por el servicio de hospedaje. Además, gracias a este estudio se pudo determinar que, si existe demanda potencial insatisfecha, así mismo se conoció los principales competidores existentes en la zona del proyecto.

En cuanto al estudio técnico se concluye que por medio de este se pudo conocer de manera más detallada las necesidades y requerimientos para el funcionamiento del centro turístico, de igual forma, se pudo evidenciar el tamaño del proyecto estimado por la capacidad de la planta actual para albergar a los clientes potenciales, también se determinó la ubicación idónea del proyecto, la cual se considera estratégica al estar cerca a la vía panamericana y de la zona centro del corregimiento. Por otra parte, se determinó el procedimiento más óptimo para realizar la oportuna atención y prestación del servicio de hospedaje del centro turístico a los futuros clientes y finalmente se pudo consolidar un diseño bastante aprovechable de las instalaciones.

Para el caso del estudio organizacional y administrativo, se puede concluir que, se conoció las necesidades correspondientes a la parte laboral de la empresa, así como también las distintas áreas que conforman la estructura organizacional del centro turístico, ya que se pudo determinar los cargos necesarios de carácter indispensable para las operaciones del proyecto, y también poder tener una mayor organización de tipo administrativa, puesto que se realizó el diseño los cargos con las funciones necesarias y el perfil necesario para las personas que puedan llegar a participar en convocatorias para optar por dichos cargos. De igual manera, se instauró políticas de tipo ambiental y laboral que contribuyan al buen funcionamiento del centro turístico.

Por último, se puede concluir que gracias al estudio económico que se elaboró en este proyecto, se pudo determinar cuáles eran las inversiones necesarias para que el centro turístico pueda operar sin complicaciones a la hora iniciar su operaciones, además, se pudo conocer cuáles eran los gastos en los que se tenía que incurrir para su funcionamiento constante, por otra parte, se identificó que proyecto genera utilidades dentro de los cinco años de evaluación, tras elaborar los estados financieros. Por otra parte, a través de los indicadores de evaluación financiera, se logró obtener información más detallada acerca de la rentabilidad del proyecto, debido a que en primera instancia el valor presente neto obtenido fue mayor a cero, posteriormente la tasa interna de retorno que arrojó la evaluación superó a la tasa fijada por los inversionistas por 8,8%, al igual que la relación beneficio costo que fue de 1,21, demostrando la cantidad de rentabilidad obtenida por cada peso que se invierte en el proyecto, la cual es aceptable y ratifica la factibilidad económica tras dicha evaluación.

Recomendaciones

Se recomienda al área administrativa y comercial del proyecto, que una vez este puesto en marcha el proyecto, se elaboren estrategias de mercado enfocadas en la atracción, retención y satisfacción de clientes potenciales, así como también en la parte publicitaria, que se ajusten directamente a las necesidades de la empresa y que contribuyan y ayuden a potenciar el crecimiento del proyecto como tal.

Se recomienda al área administrativa aplicar criterios gerenciales adquiridos durante la carrera, puesto que, de esta forma se pretende lograr eficiencia operativa, tomar decisiones fundamentadas, gestionar las finanzas de manera efectiva, desarrollar estrategias competitivas, gestionar el talento humano y liderar un buen equipo de trabajo altamente calificado, y realizar una buena planeación estratégica que conduzca al éxito y crecimiento del centro turístico.

Se recomienda a la gerencia del proyecto implementar a futuro habilidades blandas, ya que son fundamentales para brindar una experiencia excepcional a los clientes, y creando valor diferencial frente a la competencia, construyendo una buena reputación y generando recomendaciones positivas, además, promover la satisfacción y la fidelidad de los empleados, potenciando el trabajo en equipo, la colaboración, y preparación para adaptarse a los cambios y desafíos que se presenten.

Se recomienda a la gerencia del proyecto que una vez puesto en marcha el centro turístico, se realice una evaluación ex-post, con el fin de poder evaluar lo ejecutado con respecto a lo planeado dentro del proyecto, para medir el cumplimiento de los objetivos planteados y obtener información necesaria que conlleve a realizar procesos de mejora continua dentro de la empresa

Referencias

- Arroyave, J. y López, L. (2016). *Plan de negocio para la creación de un proyecto de turismo especializado en dos fincas ubicadas en la ciudad de Pereira*. [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica de Pereira]. <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/7421/6581186132A779.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Asociación hotelera y turística de Colombia. (2018). Turismo – Ecoturismo en Nariño. <https://www.cotelconarino.org/turismo-ecoturismo.html>
- Barnuevo, C. (2013). Elaboración de un plan de negocio turístico de hacienda Yangana Lodge en la parroquia Yangana, cantón Loja. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Loja]. <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1076/1/TESIS%20TURISMO%2017%20-06-13.pdf>
- Carvajal, B y Meza, F. (2019). Determinar si la oferta turística del Municipio de Sandoná, Departamento de Nariño, satisface las expectativas de los turistas que lo visitan. [Tesis de pregrado, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano] <http://hdl.handle.net/20.500.12010/7705>

ANEXOS

Encuesta dirigida a los clientes potenciales de la ciudad de Pasto de los estratos 3, 4, 5 y 6

UNIVERSIDAD CESMAG**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES****PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

OBJETIVO: Conocer el grado de aceptación de las personas de la ciudad de Pasto para el funcionamiento de un centro turístico vacacional en el corregimiento de El Remolino.

INSTRUCCIONES: Por favor responda las siguientes preguntas con la mayor precisión y sinceridad. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por los estudiantes.

CUESTIONARIO

1. Estrato Socioeconómico
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6

2. ¿Alguna vez ha visitado el corregimiento del Remolino?
 - Si
 - No

3. Si ha visitado el corregimiento de Remolino ¿Cuál fue su experiencia?
 - Buena
 - Regular
 - Mala

4. ¿Le gustaría visitar el centro turístico en el corregimiento del Remolino?
 - Si

- No
5. ¿Usted se ha hospedado en algún lugar que preste el servicio de hospedaje en la localidad?
- Si
 - No
6. ¿Conoce usted algún otro centro vacacional que ofrezca el mismo servicio en el corregimiento de El Remolino?
- Si
 - No
7. Generalmente cuando usted viaja ¿con quién suele hacerlo?
- Solo
 - En familia
 - En Pareja
 - Con amigos
8. Por lo general ¿Cuánto tiempo suele quedarse hospedado?
- 1 día
 - Entre 2 y 3 Días
 - Entre 4 y 5 Días
 - Una semana
 - Más de una semana
9. ¿Cada cuánto tiempo demanda servicios de turismo?
- Una vez a la semana
 - Una vez al mes
 - Una vez cada tres meses
 - Una vez cada seis meses
 - Otro ¿Cuál? _____
10. De los lugares que visita y permanece más de un día ¿Qué le llama la atención?
- Ubicación
 - Entretenimiento
 - Comodidad
 - Economía
 - Atención
 - Instalaciones
 - Otro ¿Cuál? _____
11. ¿Qué servicios complementarios usted toma en cuenta a la hora de escoger un sitio de hospedaje?
- Actividades recreativas
 - La conexión a internet
 - Servicio Lavandería
 - Servicio de bar

12. ¿Qué es lo más importante para usted a la hora de escoger un sitio de hospedaje para pasar sus vacaciones?
- Que brinde buena atención
 - Que el sitio sea seguro
 - Que sea económico
 - Que cuente con servicio de alimentación
13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de una noche en una cabaña para 2 personas?
- \$140.000
 - \$145.000
 - \$150.000
 - \$155.000
14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de una noche en una cabaña para 3 personas?
- \$200.000
 - \$210.000
 - \$220.000
 - \$230.000
15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de una noche en una cabaña para 5 personas?
- \$300.000
 - \$310.000
 - \$320.000
 - \$330.000
16. ¿Cuál es el motivo por el cual visitaría el corregimiento de Remolino?
- Reuniones familiares
 - Turismo
 - Paseo
 - Fiesta
 - Viaje de negocios
17. Si existiera un centro vacacional ¿Qué tipo de servicios le gustaría que le ofrezcan?
- Alojamiento
 - Camping
 - Senderismo
 - Salón de eventos
 - Asados y zona BBQ



UNIVERSIDAD CESMAG

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA DIRIGIDA AL SEÑOR CORREGIDOR

OBJETIVO: Conocer la opinión del señor corregidor de la localidad de Remolino sobre el estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico.

GUÍA DE ENTREVISTA

1. Pensando en el desarrollo turístico del corregimiento de Remolino (Nariño), ¿Qué piensa usted sobre la creación de un centro turístico dirigido a satisfacer la demanda insatisfecha de los habitantes de la ciudad de Pasto?
2. ¿Qué servicios cree usted se pueden ofrecer a los turistas que visiten el establecimiento?
3. ¿Cuál cree usted que se al impacto social y económico para el corregimiento?
4. ¿Qué recomendaría usted para que el centro turístico preste un adecuado servicio y sea la imagen del corregimiento?



UNIVERSIDAD CESMAG

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SOLICITUD DE COTIZACION PARA LOS PROVEEDORES DE INSUMOS

San Juan de Pasto, 04 de abril de 2022



Señores:

A quien le compete

Asunto:

Solicitud de cotización para casas prefabricadas.

Cordial saludo.

Solicitamos muy comedidamente se nos haga una cotización de las casas prefabricadas que ofrece su empresa, para implementarlas en el corregimiento del Remolino- Nariño, destacando el valor de éstas y el tiempo que se demorará en instalarlas.

De ante mano agradecemos su atención y esperamos recibir pronta respuesta.

Atentamente:



CABAÑALES DEL SOL

San Juan de Pasto, 04 de abril de 2022



Señores:

A quien le compete

Asunto:

Solicitud de cotización de materiales de construcción

Cordial saludo.

Solicitamos muy comedidamente una cotización de materiales para la construcción de una piscina, la cual va a ser construida en el centro turístico cabañales del sol, en El Remolino, Nariño destacando los valores de los materiales necesarios y el tiempo de envío.

De ante mano les agradecemos su atención y esperamos recibir pronta respuesta.

Atentamente:



CABAÑALES DEL SOL



San Juan de Pasto, 04 de abril del 2022

Señores:

A quien le compete

Asunto:

Solicitud de cotización de mueblería y estantería

Cordial saludo.

Solicitamos muy comedidamente una cotización de muebles y estantes que su empresa ofrece para un centro turístico ubicado en el corregimiento del Remolino, destacando el valor de cada mueble, su instalación y el tiempo de envío.

De ante mano agradecemos su atención y esperamos recibir pronta respuesta.

Atentamente:



CABAÑALES DEL SOL



UNIVERSIDAD CESMAG

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA DIRIGIDA A COMPETIDORES

1. ¿Cuál es el nombre del establecimiento?
2. ¿Cuáles son los servicios que ofrece el establecimiento?
3. Por lo general ¿A cuántas personas atiende mensualmente en su establecimiento?
4. ¿Cuáles son los rangos de precios que manejan dentro de su establecimiento por la prestación de los servicios que ofrece?
5. ¿Cuál es la capacidad de hospedaje con la que cuenta su establecimiento?
6. ¿En su establecimiento suelen faltar habitaciones para satisfacer la demanda de turistas?

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</p>	CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)	CÓDIGO: AAC-BL-FR-032
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

San Juan de Pasto, 29 de junio de 2023

Biblioteca
REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.
Universidad CESMAG
Pasto

Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado / Trabajo de Aplicación denominado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO EN EL CORREGIMIENTO DE REMOLINO, MUNICIPIO DE TAMINANGO, NARIÑO, presentado por el (los) autor(es) Diego Armando Zamora Sarasty, Jesús Alberto Brand Castillo, y Briam Matews Bucheli Merchancano del Programa Académico Administración de Empresas al correo electrónico biblioteca.trabajosdegrado@unicesmag.edu.co. Manifiesto como asesor(a), que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,



(Firma del Asesor)

NOMBRE Y APELLIDOS DEL ASESOR(A) Guillermo Hidalgo Martínez

Número de documento 12972224

Programa académico: Administración de empresas

Teléfono de contacto: 3177131898

Correo electrónico: ghdocente@gmail.com

 UNIVERSIDAD CESMAG <small>NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</small>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: Diego Armando Zamora Sarasty	Documento de identidad: 1.085.252.998 de Pasto
Correo electrónico: Zamsar972@gmail.com	Número de contacto: 3154554698
Nombres y apellidos del autor: Jesús Alberto Brand Castillo	Documento de identidad: 1.004.541.078 de Sandoná
Correo electrónico: brandcastilloea@gmail.com	Número de contacto: 3107852739
Nombres y apellidos del autor: Briam Matews Bucheli Merchancano	Documento de identidad: 1.085.323.254 de Pasto
Correo electrónico: brayanmatiiws@gmail.com	Número de contacto: 315 427 9681
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del asesor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Título del trabajo de grado: Estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en el corregimiento de Remolino, municipio de Taminango, Nariño.	
Facultad y Programa Académico: Facultad de Ciencias Administrativas y Contables Programa de Administración de Empresas	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- a) La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el término en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve (mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje (mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</p>	<p>AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL</p>	<p>CÓDIGO: AAC-BL-FR-031</p>
		<p>VERSIÓN: 1</p>
		<p>FECHA: 09/JUN/2022</p>

petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.

- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndose indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permiso(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</p>	<p>AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL</p>	<p>CÓDIGO: AAC-BL-FR-031</p>
		<p>VERSIÓN: 1</p>
		<p>FECHA: 09/JUN/2022</p>

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 29 días del mes de junio del año 2023

 Firma del autor	 Firma del autor
Nombre del autor: Diego Armando Zamora Sarasty	Nombre del autor: Briam Matews Bucheli Merchancano
 Firma del autor	Firma del autor
Nombre del autor: Jesús Alberto Brand Castillo	Nombre del autor:
 Firma del asesor <hr/> Nombre del asesor: Guillermo Hidalgo Martínez	