

PLAN DE NEGOCIO



ANA CRISTINA SOLANO ATUESTA

CÓDIGO: 2248757

ASESOR:

DR. JUAN CARLOS OLAYA MOLANO

PROYECTO DE GRADO PARA ASPIRAR AL TÍTULO DE
ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA
BOGOTÁ
MAYO DE 2024

Agradecimientos

Quiero agradecer a mi esposo, Samuel Memoli, mi mayor apoyo desde el inicio de mi formación académica, y en especial durante la realización de este proyecto de grado, gracias por ayudarme a pensar siempre en grande, creer en mí, visualizarme a futuro y a buscar siempre soluciones a los obstáculos que nos presenta la vida. A mi hija, Ana Sofía, gracias por entender y respetar los momentos que debía dedicar a estudiar aunque eso significara pasar menos tiempo contigo. A mis padres, Jose y Ana, gracias por su apoyo incondicional. Este logro tan importante en mi vida es gracias a todos ustedes.

A la Universidad Santo Tomás y a todos los docentes que han compartido su conocimiento y experiencia conmigo a lo largo de estos años, les estoy eternamente agradecida. Cada encuentro académico, cada consejo y cada momento de orientación han contribuido significativamente a mi desarrollo como estudiante y como profesional. Agradezco también los comentarios negativos que me impulsaron a luchar con más ganas para no rendirme en mi camino hacia el éxito académico. Al profesor Juan Carlos Olaya, quien me ha acompañado durante todo el desarrollo del trabajo, agradezco su actitud siempre positiva y motivadora, su tiempo incondicional, siempre dispuesto a darme la guía necesaria para terminar con éxito el proyecto de Casa Chicalá. También aprovecho para expresar un agradecimiento especial al profesor Miguel Ángel Cortés, su pasión por el emprendimiento y la innovación me impulsaron a crear este proyecto.

Gracias a todas las personas que de alguna forma u otra me apoyaron, motivaron e incentivaron durante el proceso de formación académica.



Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a mi esposo y a mi hija, gracias por su apoyo y paciencia durante estos años para ayudarme a cumplir mi sueño de ser Administradora de Empresas. Ustedes han sido mis principales motivadores y la realización de este plan de negocio, es también parte de su esfuerzo, es por eso que este proyecto, es también de ustedes.

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE IMÁGENES	10
ÍNDICE DE ANEXOS	12
INTRODUCCIÓN	13
.JUSTIFICACIÓN	15
METODOLOGÍA	19
1. ANÁLISIS DEL ENTORNO / SECTOR	26
1.1. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO	26
1.2. ANÁLISIS DEL MESO ENTORNO	29
1.2.1. Rivalidad de los competidores	30
1.2.2. Poder de negociación de los proveedores:	31
Nota: Fuente: Elaboración propia.	32
1.2.3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos:	32
NOTA: FUENTE: PÁGINAS DE RESERVAS BOOKING Y KAYAK.	34
1.2.4. Poder de negociación de los clientes:	34
1.2.5. Amenaza de ingreso de nuevos entrantes	36
NOTA: FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
2. ESTUDIO DE MERCADOS	38
2.1. ANÁLISIS DEL MERCADO	38

2.1.1. Oferta cultural	38
2.1.2. Oferta de Turismo Aventura	39
2.1.3. Parques Naturales.....	41
NOTA: FUENTE: (PARQUE NACIONAL DEL CHICAMOCHA, 2023)	42
2.1.4 Oferta culinaria	43
2.1.5. Oferta de festivales Eventos y ferias.....	43
2.1.6. Vías de acceso.....	45
2.2. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PRODUCTO	48
2.2.1. Análisis de la Demanda – Consumidor o Cliente	52
2.2.2. Segmentación objetivo del Proyecto.....	57
2.2.3. Tamaño del Mercado - Participación en el Mercado	58
2.2.4. Demanda Potencial	62
2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DE LA COMPETENCIA	62
2.3.1. Análisis de los precios	67
2.3.2. Clientes - Competencia – Costos	69
2.4. ESTRATEGIAS DE MERCADEO.....	70
2.4.1. Primera etapa: Posicionamiento de la marca Casa Chicalá	70
2.4.2. Segunda Etapa: Consolidación de los clientes.....	71
2.4.3.Tercera etapa: Venta Directa	71
2.5. PRESUPUESTO DE COSTOS DE VENTAS	71
2.6. PROYECCIÓN DE VENTAS	73
3. ESTUDIO TÉCNICO/OPERACIONAL.....	76
3.1. FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	76

3.2. ANÁLISIS DE PROCESOS DE SERVICCIÓN	85
3.3. PLAN DE SERVICCIÓN - PLAN DE COMPRAS	88
3.4. ANÁLISIS DE COSTOS	89
4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL, LEGAL Y AMBIENTAL	92
4.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	92
4.2. ANÁLISIS DE CARGOS	92
4.4. TIPOS DE SOCIEDADES	99
4.5. NORMATIVIDAD, PERMISOS E IMPUESTOS	102
NOTA: FUENTE: (CÁMARA DE COMERCIO BUCARAMANGA , S.F.)	104
5. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN FINANCIERA	107
5.1. PRESUPUESTOS	107
5.1.1 Presupuestos de ingresos operacionales	107
5.1.2 Presupuesto de egresos operacionales	108
5.2. PUNTO DE EQUILIBRIO	109
5.3. FLUJO DE CAJA	111
5.4. ESTADOS FINANCIEROS	111
5.5. T.I.R., V.P.N., T.I.O.	112
6. MARCO REFERENCIAL	114
6.1. TURISMO	114
6.1.2. Proceso de desarrollo histórico del turismo	116
6.1.3. Clases de turismo	117
6.1.4 Tipos de turismo de aventura	121

6.1.5. Turismo de aventura en Colombia	122
6.1.6 El turismo internacional	123
6.1.7. Turismo en Colombia	124
6.1.8. Los retos del turismo en Colombia	125
6.2. ECOTURISMO	126
6.2.1. Evolución el Ecoturismo	127
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	129
BIBLIOGRAFÍA, CIBERGRAFÍA O REFERENCIAS	131

Índice de Tablas

Tabla 1 Ingreso de turistas 2022.....	21
Tabla 2. Formula Cálculo de la Muestra.....	21
Tabla 3. Formula cálculo de la muestra.....	22
Tabla 4. Ficha técnica Encuesta.....	23
Tabla 5. Matriz PESTEL.....	26
Tabla 6. Servicios más populares de los alojamientos en Villanueva.....	31
Tabla 7. Poder de negociación proveedores.....	32
Tabla 8. Hospedajes Sustitutos.....	33
Tabla 9. Barreras de entrada.....	36
Tabla 10. Días de temporada alta.....	53
Tabla 11. Días entre semana importantes.....	54
Tabla 12. Mercado Objetivo Casa Chicalá.....	57
Tabla 13. Mercado Objetivo Casa Chicalá.....	57
Tabla 14. Mercado Objetivo Casa Chicalá.....	58
Tabla 15. Ingreso de turistas nacionales 2022.....	60
Tabla 16. Ingreso de turistas internacionales 2022.....	61
Tabla 17. Análisis de los precios temporada alta y baja.....	67
Tabla 18: Características Visitantes Nacionales y Extranjeros.....	69
Tabla 19: Precio de las habitaciones por temporada.....	73
Tabla 20: Temporada alta, media y baja.....	74
Tabla 21: Proyecciones de ventas.....	74
Tabla 22: Proyecciones de ventas a 5 años.....	75

Tabla 23: Capacidad diaria y mensual Casa Chicalá.....	88
Tabla 24: Plan de compras mensual Casa Chicalá.....	89
Tabla 25: Costos de adecuación Casa Chicalá.....	89
Tabla 26: Costos Fijos anuales Casa Chicalá	90
Tabla 27: Costos Variables Anuales Casa Chicalá.....	90
Tabla 28: Descripción del Cargo Administrador.....	93
Tabla 29: Descripción del Cargo Auxiliar Admón./Recepción.....	94
Tabla 30: Descripción del cargo cocinero.	95
Tabla 31: Descripción del cargo Auxiliar de Servicios Generales.	97
Tabla 32: Descripción del cargo Jardinero/Todero.....	98
Tabla 33: Características Sociedad Anónima.	99
Tabla 34: Características Sociedad por Acciones Simplificadas.....	100
Tabla 35: Características de Sociedad Limitada.....	100
Tabla 36: Permisos de apertura Casa Chicalá.....	102
Tabla 37: Registros Casa Chicalá.	103
Tabla 38: Certificados Casa Chicalá.	104
Tabla 39: Impuestos Casa Chicalá.....	105
Tabla 40: Normas de Seguridad, Salud y Ambientales.	106
Tabla 41: Contribuciones Seguridad Social y Parafiscales.....	106
Tabla 42: Presupuesto Ingresos Casa Chicalá.	107
Tabla 43: Punto de Equilibrio	110
Tabla 44: Cálculo TIO, TIR y VPN.....	113

Índice de Imágenes

Imagen 1: Municipios Santander.	15
Imagen 2: Modelo de las cinco fuerzas de Porter	29
Imagen 3: Buscadores de alojamientos.....	35
Imagen 4: Mapa Parque Nacional del Chicamocha	42
Imagen 5: Oferta de actividades.	44
Imagen 6: Tipo de turismo.....	45
Imagen 7: Principales Vías de Santander.....	46
Imagen 8: Aeropuerto Los Pozos San Gil.....	47
Imagen 9: Medios de Transporte.	48
Imagen 10: Planos Casa Chicalá, áreas comunes y habitaciones.	49
Imagen 11: Servicios Casa Chicalá.....	51
Imagen 12: Con quién sale de viaje.	52
Imagen 13: Temporada que prefiere para viajar.	55
Imagen 14: Duración de los viajes.....	56
Imagen 15: Cantidad de viajes en el año.	57
Imagen 16: Motivo de viaje.	62
Imagen 17: Casa Barichara Boutique.	63
Imagen 18: Casa Barichara Boutique.	63
Imagen 19: Casa Achiotte by Massaya.....	64
Imagen 20: Casa Achiotte by Massaya.....	64
Imagen 21: Hotel Boutique Venturi.....	65
Imagen 22: Hotel Boutique Venturi.....	65

Imagen 23: Hotel Nativo Glamping.....	66
Imagen 24: Hotel Nativo Glamping.....	66
Imagen 25. Tipos de hospedaje.....	67
Imagen 26: Precio por noche alojamiento.	68
Imagen 27: Costos de Mensuales Casa Chicalá.....	72
Imagen 29: Organigrama Casa Chicalá.	92
Imagen 31: Presupuesto Egresos.	109
Imagen 33: Punto de Equilibrio Ingresos vs Egresos	110
Imagen 34: Estado de Flujo de Efectivo.....	111
Imagen 35: Estado de Resultados	112
Imagen 36: Estado de Situación Financiera.....	112

Índice de Anexos

Anexo 1 Plan de Compras Casa Chicalá.....	89
Anexo 2 Costos de Adecuación Casa Chicalá	89

Introducción

Colombia, es un país que cuenta con una riqueza natural extraordinariamente amplia, así como con una posición geográfica clave. En cada una de sus cinco regiones se puede encontrar diversos paisajes, fauna, flora, climas, gastronomía, cultura, patrimonios históricos y recursos naturales magníficos, lo que permite contar con una ventaja competitiva para que Colombia sea considerada un destino turístico único a nivel mundial.

De acuerdo con las proyecciones presentadas por World Travel & Tourism Council (2022), el panorama es prometedor para los siguientes 10 años, se espera que para 2033 los ingresos mundiales que se generen por turismo alcancen la cifra de \$15.5 trillones de dólares lo que representaría un 11.6% del PIB mundial. (World Travel & Tourism Council , 2022). En Colombia, las cifras preliminares presentadas en el informe del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, durante el mes de Julio 2023 el ingreso de extranjeros no residentes correspondió a 400.711, lo que representó un crecimiento del 20,36% comparándolo con el año 2022 y del 26% con el año 2019 antes de la pandemia.

Teniendo en cuenta la información anterior, el presente trabajo es un plan de negocio sobre el proyecto turístico, Casa Chicalá. A través de este documento se pretende demostrar la viabilidad financiera, económica y social de la empresa. Así como la pertinencia del montaje de este establecimiento dada la necesidad de ampliar la oferta turística en el municipio de Villanueva, tras demostrar la riqueza natural que tiene y que aún no ha sido potencializada. También se pretende definir los objetivos, actividades detalladas y específicas que se debe trazar para empezar su funcionamiento. De igual modo sirve para conocer a fondo el potencial del proyecto a nivel interno y externo, frente a sus competidores.

La estructura del plan de negocio está organizada bajo el siguiente esquema: análisis del entorno y del sector, estudio de mercado, estudio técnico/operacional, estudio organizacional, legal y ambiental y por último formulación y evaluación financiera. Para el análisis del entorno externo se presta una matriz PESTEL y para el entorno interno se realiza un análisis de las 5 fuerzas de Porter, esto con la finalidad de analizar las diferentes variables que afectan positiva y negativamente el sector. En lo referente a la metodología utilizada para la construcción de dicho documento se utilizó el estudio de mercado del sector, para ello fue necesario valerse del instrumento de la encuesta para poder identificar las preferencias de los grupos de interés y así tomar decisiones que respondan a esas tendencias. Para el estudio técnico/operacional y organizacional se realizaron las diferentes fichas técnicas de los productos que se van a ofrecer en la Casa Chicalá, también se estructuró el organigrama y el manual de los perfiles y descripciones de las funciones. Para la parte legal y ambiental, se hizo una lista en una tabla con los permisos, licencias e impuestos con los que se debe cumplir para la apertura y funcionamiento de la empresa. Por último, en la parte financiera, se establecieron los presupuestos, proyecciones de ingresos, precio de venta y costos de apertura de la Casa Chicalá, todo esto con la finalidad de concluir la viabilidad económica y financiera del proyecto.

Cabe resaltar que el propósito de este proyecto es ofrecer una alternativa diferente a los clientes, como excelente servicio y atención, ambientes para familias y parejas, con espacios cómodos de descanso y recreación, además de actividades y experiencias con la naturaleza. Del mismo modo, se busca ser pioneros en la industria turística de este tipo en la región y convertirlo en un atractivo para los visitantes que estén en búsqueda de nuevas experiencias.

Justificación

En Colombia el departamento de Santander hace parte de la región Andina, ubicado en la cordillera oriental. Está conformado por 87 municipios y su capital es la ciudad de Bucaramanga. Se encuentra localizado en el noroeste del país. “Cuenta con una superficie de 30.753km², el cual representa el 2,7% del territorio colombiano” (Toda Colombia, 2019).

En la imagen 1 se puede observar que al norte limita con los departamentos del Cesar y Bolívar, por el este y el sur con el departamento de Norte de Santander y Boyacá y al oeste lo bordea el importante río Magdalena y el departamento de Antioquia. En Santander se pueden encontrar cuatro pisos térmicos, los cuales son: cálido, medio, frío y páramo. “El 47% aproximadamente del departamento cuenta con un piso térmico cálido, el 32% con piso medio, 14% con piso frío y el 7% con páramo” (Toda Colombia, 2019).

Imagen 1. *Municipios Santander.*



Nota: Fuente: (Toda Colombia, 2019).

Gracias a su posición geográfica, sus patrimonios históricos, su variedad de climas e impresionantes paisajes, el turismo en Santander se ha ido posicionando como un destino único, especialmente para los amantes de la naturaleza y aventura. Santander es el departamento que más ha crecido en sus estadísticas de turismo comparado con otros en Colombia (Santander para el mundo 2020-2023, 2020). Los visitantes nacionales son los que predominan, sin embargo, el crecimiento en el porcentaje de los turistas internacionales también ha ido aumentando (Sistema de Información Turístico, 2019). Para el departamento de Santander es “primordial estimular y exaltar el patrimonio histórico, religioso y cultural fomentando el turismo como eje dinamizador para la economía”, así lo mencionó el gobernador de Santander, en una rueda de prensa (Gobernación de Santander, 2022). Así mismo para Julián Borda director del Clúster Turismo de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, el objetivo principal es “reforzar la competitividad de las empresas turísticas y posicionar el turismo tanto a nivel nacional como internacional” (El Espectador, 2023). La reactivación en el turismo luego de la pandemia ha sido muy positivo para el departamento, se evidencia a través de los datos aportados por la gobernación quienes indican que en diciembre de 2022 la ocupación hotelera estuvo en un 117%. (Gobernación de Santander, 2022).

Dentro del departamento de Santander se encuentra Barichara, también conocido como “El Pueblito más lindo de Colombia”, fue declarado Monumento Nacional en el año 1975 (Barichara Vive), y en el año 1978 Patrimonio Cultural de la Nación (Fernández, 2021). En el dialecto de los Guanes el nombre Barichara, significa “lugar para el descanso” (El Espectador, 2013). La arquitectura colonial, sus calles de piedra, así como sus hermosos miradores, iglesias, cementerio, caminos reales, restaurantes y diversas festividades, hacen que Barichara sea un destino imperdible para turistas nacionales e internacionales. A su vez, al lado de Barichara se

encuentra el municipio de Villanueva, el cual tiene una superficie de 99,78 km cuadrados (El Gran Santander, 2020). De acuerdo con las proyecciones que realiza el DANE la población de Villanueva en el 2022 era de 8,625 habitantes, de los cuales el 50,8% corresponde a mujeres y el 49,2% a hombres (Telencuestas, 2022). Las dos principales actividades económicas del municipio de Villanueva son el sector agropecuario, con cultivos de frijol, piña, aguacate, frutas cítricas, maíz, yuca y ganadería, y el sector de servicios, donde sus actividades se centran en la comercialización de sus productos agropecuarios y derivados (Weekend Santander, 2023).

Cabe mencionar, que el municipio de Villanueva, aunque se encuentra situado en el corredor turístico de Santander (El Gran Santander, 2020), no ha desarrollado su potencial de la misma forma que Barichara y San Gil. En Villanueva se pueden encontrar paisajes majestuosos rodeados de naturaleza, donde se realizan diversas actividades ecológicas, como el senderismo, caminatas guiadas y paseos en bicicleta. Algunos de sus principales atractivos turísticos son: Las Juntas, El Salto del Mico, la represa El Común, La Cueva del Nitro, Senderos reales, avistamiento de aves y varios miradores desde donde se puede apreciar la inmensidad del Cañón del Chicamocho.

Es así como el desarrollo de este proyecto estará ubicado a 6,2 km del casco urbano del municipio de Villanueva y a 8,8 km de Barichara, tendrá un impacto en el turismo tanto en el municipio de Villanueva, como en el de Barichara, San Gil y alrededores. Se ofrecerá un hospedaje para familias y parejas que desean contar con comodidades, buena atención e instalaciones de primera calidad, mientras que a la vez puedan disfruten de los paisajes, senderos ecológicos, deportes extremos, gastronomía y demás actividades que la zona tiene para ofrecer. Se generarán oportunidades de empleo para los Villanuevanos directa e indirectamente. El

concepto de hospedaje que se ofrecerá será colonial-moderno, con decoraciones que evoquen la cultura Guane, así como elementos de la naturaleza que sean relajantes. La casa contará con 8 habitaciones todas con baño privado y balcón, lobby o recepción, zona de cocina y comedor, lavandería y cuarto de servicio, aparte del edificio principal se tendrá una suite privada aparte que contará con un techo vivo. Otro atractivo serán los árboles frutales, los cuales se espera poder utilizar para el consumo de los visitantes.

Metodología

Un plan de negocio para Moyano, L.E (2015) es:

Una herramienta que describe unas actividades de las cuales se espera generar una ganancia. Moyano establece que este documento sirve como un norte para la empresa, donde se definen unos objetivos, actividades que deben ser muy detalladas y específicas, y tiempos razonables para alcanzar cada uno de los objetivos. Este documento no es estático y se le deben hacer las correcciones y actualizaciones que sean necesarias.

De la misma forma, para Muñiz (2010) es:

Un instrumento clave y fundamental para promocionar un proyecto o desarrollar una iniciativa, se debe plasmar en un documento escrito. La utilidad del plan de negocio es doble, internamente: sirve a la empresa a conocer a fondo la viabilidad de la o las iniciativas o proyectos, y externamente: ya que también se utiliza para presentar a futuros inversores, socios y demás.

Asimismo, Viniegra, S. (2007) lo concibe como

Un documento descriptivo donde se encuentran plasmados los objetivos y actividades que corresponden a cada área y las funciones que estas deben desempeñar de manera individual y colectiva a corto, mediano y largo plazo. Él menciona que el plan de negocios obliga a la empresa a conocer y entender mejor el entorno o mercado en el cual

está participando y a partir de ahí fijarse metas, buscando las mejores estrategias, para así alcanzar con éxito los objetivos trazados.

Estos tres autores coinciden en la importancia que tiene para las empresas contar con un plan de negocio bien estructurado y definido. También establecen que al contar con un plan de negocio se tendrá mayor conocimiento sobre el entorno del mercado y las necesidades de este, a partir de ahí se pueden establecer unos objetivos, actividades y estrategias específicas para las distintas áreas funcionales de la empresa. Las áreas funcionales de la empresa según Viniegra (2007) en general son: “administración, ventas, marketing, operaciones, finanzas y legal”. El Plan de Negocio debe comenzar a estructurarse, para cada una de ellas, es importante contar con una descripción detallada de las actividades y estrategias en cada área.

Para el desarrollo de este trabajo, la estructura del plan de negocio contará con los siguientes aspectos: análisis del entorno y del sector, estudio de mercado, estudio técnico/operacional, estudio organizacional, legal y ambiental y por último se realizará la formulación y evaluación financiera. Estos 5 aspectos conformarán el plan de negocio para la creación de la empresa Casa Chicalá, que estará ubicada en el municipio de Villanueva, Santander.

Uno de los aspectos primordiales dentro de un plan de negocio es el estudio del mercado y del sector, para ello una herramienta fundamental, tal como lo afirma Heriberto (Romo, 1988) es la realización de encuestas. Este instrumento es indispensable para conocer el comportamiento, los gustos y preferencias de los grupos de interés sobre los cuales se busca recolectar información para poder tomar decisiones al respecto.

Barichara es uno de los pueblos del municipio que más atracción turística tiene, según datos proporcionados por (La República , 2023). Es entonces que del total de turistas que ingresaron a Santander en el año 2022, ver tabla 1, con motivo de turismo, recreación y ocio, se tomará un porcentaje correspondiente al 20% el cual se utilizará como muestra.

Tabla 1 *Ingreso de turistas 2022.*

Población que ingresó a Bucaramanga por vía aérea y terrestre en el 2022	2.173.520
Cálculo del 20% (2.173.520 * 20%) Turistas que visitan Barichara	434.704

Fuente: (Observatorio de Turismo de Bucaramanga, 2022)

El segmento que se tendrá en cuenta para calcular el tamaño de la muestra es de 434.704 personas. Para realizar el cálculo de la muestra, se utilizarán los siguientes datos presentados en la tabla 2:

Tabla 2. *Formula Cálculo de la Muestra.*

	PARÁMETRO	VALOR
Tamaño de la muestra que se busca	n	incógnita
Tamaño de la población	N	434.704
Parámetro que depende del nivel de confianza	Z	90% - 1,645
Margen de error máximo aceptado	e	10%
Probabilidad de que ocurra el evento esperado	P	50%
Probabilidad que no ocurra el evento esperado	Q	50%

Fuente: (Reinoso Sanchez, 2009)

La fórmula que se va a utilizar para realizar el cálculo será la siguiente, ver tabla 3:

Tabla 3. *Formula cálculo de la muestra.*

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

Fuente: (Reinoso Sanchez, 2009)

Reemplazamos los datos en la fórmula y se realiza el cálculo para obtener el tamaño de la muestra, el cual da como resultado 68.

$$n = \frac{434704 * (1,645 * 1,645) * 50\% * 50\%}{((10\% * 10\%) * (434704 - 1)) + ((1,645 * 1,645) * 50\% * 50\%)}$$

$$n = \frac{294.080}{4347,70651}$$

$$n = 68$$

Las fuentes de información secundaria que se utilizaron para recoger la información fueron: libros académicos sobre planes de negocio, administración de empresas, turismo, bases de datos como E-books, E-libro, artículos de revistas y periódicos. Para recopilar la información primaria se diseñó una encuesta la cual se realizó a 80 personas.

A continuación, se presenta la ficha técnica de la encuesta:

Tabla 4. Ficha técnica Encuesta.

Ficha Técnica de la Encuesta	
Ámbito	Nacionales y extranjeros
Universo	Población colombiana y extranjera de ambos sexos, rango de edad más de 30 años.
Tamaño de la muestra	Diseñada: 80 encuestas Realizada: marzo 2024
Objetivo del estudio	Conocer los gustos y preferencias de las personas al momento de elegir un lugar donde hospedarse cuando salen de viaje.
Tipo de muestreo	Aleatorio simple
Tiempo de realización	15 minutos
Nivel de confianza	90%
Margen de error +/-	10%
Preguntas de la encuesta	La encuesta tiene 12 preguntas cerradas de selección múltiple
Fecha de realización	Noviembre 13-2023 hasta marzo 06-2024
Realizada por	Ana Cristina Solano Atuesta

Encuesta Proyecto Casa Turística

Esta encuesta está enfocada en conocer la percepción, gustos y preferencias de los visitantes a la hora de elegir sus viajes.

1. ¿Cuándo sale de viaje va?
 - Solo
 - En pareja
 - Con la familia
 - Con amigos
 - Otro: _____
2. ¿Qué medio de transporte es el más utilizado en sus viajes?
 - Vehículo particular
 - Vehículo de servicio público
 - Avión
 - Bus
 - Otro: _____
3. ¿Qué buscador es el más utilizado cuando va a programar su viaje?
 - Booking
 - Kayak
 - TripAdvisor
 - Airbnb
 - Redes Sociales
 - Ninguno

- Otro: _____
4. ¿Qué tipo de turismo prefiere?
- Cultural
 - Recreativo
 - Deportivo
 - Naturaleza
 - Otro: _____
5. ¿Cuántos viajes suele realizar en el año?
- Solo uno
 - Dos
 - Tres
 - Cuatro o más
6. ¿Cuándo sale de viaje cual es el motivo principal?
- Trabajo
 - Ocio
 - Experiencias
 - Turismo
 - Estudiar
 - Otro: _____
7. ¿Cuál es la temporada del año que prefiere para salir de vacaciones?
- Semana Santa
 - Vacaciones de mitad de año
 - Semana de receso
 - Navidad
 - Fin de año
 - No tengo preferencia
 - Otro: _____
8. ¿Cuántos días en promedio dura cada uno de sus viajes?
- Entre 2 y 3
 - Entre 3 y 4
 - Entre 4 y 5
 - Más de 5
9. ¿En qué lugar prefiere hospedarse?
- Hotel
 - Casa turística
 - Hostal
 - Eco Hotel
 - Glamping
 - Cabaña privada
 - Otro: _____

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche para dos personas, en una habitación con baño privado, balcón y acceso a zona de piscina?

- Menos de \$300.000 pesos (\$75usd)
- Entre \$300.000 pesos a \$400.000 pesos (\$75usd a \$100usd)
- Entre \$400.000 pesos a \$500.000 pesos (\$100usd a \$125usd)
- Entre \$500.000 pesos a \$600.000 pesos (\$125usd a \$150usd)
- Más de \$600.000 pesos (más de \$150usd)

11. Responde si, no o tal vez, si haría alguna de las siguientes actividades

- Montar en parapente si _____ no _____ tal vez _____
- Senderismo si _____ no _____ tal vez _____
- Tour en bicicleta si _____ no _____ tal vez _____
- Tour en cuatrimoto si _____ no _____ tal vez _____
- Visitar parques naturales si _____ no _____ tal vez _____
- Avistamiento de aves si _____ no _____ tal vez _____
- Realizar deportes extremos en el río si _____ no _____ tal vez _____
- Visitar lugares históricos. si _____ no _____ tal vez _____
- Visitar parques temáticos si _____ no _____ tal vez _____

12. Califique estos servicios entre Muy importante o Nada importante

- **Habitación con baño privado**
Muy importante _____ Bastante importante _____ Importante _____ Poco importante _____ Nada importante _____
- **Habitación amplia con buena vista y balcón**
Muy importante _____ Bastante importante _____ Importante _____ Poco importante _____ Nada importante _____
- **Televisión**
Muy importante _____ Bastante importante _____ Importante _____ Poco importante _____ Nada importante _____
- **Internet**
Muy importante _____ Bastante importante _____ Importante _____ Poco importante _____ Nada importante _____
- **Estacionamiento**
Muy importante _____ Bastante importante _____ Importante _____ Poco importante _____ Nada importante _____
- **Desayuno incluido**
Muy importante _____ Bastante importante _____ Importante _____ Poco importante _____ Nada importante _____
- **Piscina al aire libre**
Muy importante _____ Bastante importante _____ Importante _____ Poco importante _____ Nada importante _____
- **Pet friendly**
Muy importante _____ Bastante importante _____ Importante _____ Poco importante _____ Nada importante _____
- **Limpieza**
Muy importante _____ Bastante importante _____ Importante _____ Poco importante _____ Nada importante _____
- **Decoración**
Muy importante _____ Bastante importante _____ Importante _____ Poco importante _____ Nada importante _____
- **Ubicación**
Muy importante _____ Bastante importante _____ Importante _____ Poco importante _____ Nada importante _____
- **Amenities**
Muy importante _____ Bastante importante _____ Importante _____ Poco importante _____ Nada importante _____
- **Servicio de restaurante y bar**
Muy importante _____ Bastante importante _____ Importante _____ Poco importante _____ Nada importante _____
- **Atención**
Muy importante _____ Bastante importante _____ Importante _____ Poco importante _____ Nada importante _____

1. Análisis del entorno / sector

1.1. Análisis del Macro Entorno

Tabla 5. Matriz PESTEL.

	Variables	Oportunidad	Amenaza
Político	Cambio de Gobierno Municipal	Impacto Medio	
	Escasa seguridad en la zona rural de Villanueva		Impacto Alto
	Políticas de Infraestructura en el municipio de Villanueva		Impacto Alto
	Proceso de Paz	Impacto Alto	
	Políticas Ambientales para la conservación de los atractivos turísticos de Villanueva	Impacto Alto	
	Normatividad Turística para la gestión y promoción del turismo	Impacto Alto	
	Planes de Ordenamiento Territorial	Impacto Alto	
Económico	Inflación		Impacto Alto
	PIB Turismo	Impacto Alto	
	Creación de Empleo	Impacto Alto	
	Impuestos locales y nacionales		Impacto Alto
	Políticas monetarias		Impacto Alto
	Aumento en el precio de la gasolina		Impacto Alto
	Acceso a financiación formal		Impacto Alto
Social	Aumento en los viajes por turismo	Impacto Alto	
	Turismo de confort	Impacto Alto	
	Turismo Gastronómico – Comida Típica de la región y alta cocina	Impacto Alto	
	Tipos de medio de transporte – Tuk Tuk		Impacto Medio
	Días del año especiales	Impacto Alto	
Tecnológico	Inteligencia artificial		Impacto Bajo
	Reservas de alojamiento por internet	Impacto Alto	
	Innovación tecnológica para el manejo de las reservas en Casa Chicalá	Impacto Alto	
	Infraestructura vial en el municipio		Impacto Medio
	Bajo acceso a internet en el municipio		Impacto Alto
Ambiental	Protección de los recursos naturales de la zona		Impacto Alto
	Aprovechamiento y cuidado del medio ambiente en el municipio	Impacto Medio	
	Manejo de desechos/plásticos en Casa Chicalá		Impacto Medio
	Riesgos Naturales – Zona sísmica		Impacto Medio

	Cambio climático – sequía		Impacto Alto
Legal	Política de Turismo en Villanueva	Impacto Alto	
	Protección de datos para los visitantes de Casa Chicalá		Impacto Bajo
	Permisos y Licencias para la apertura de Casa Chicalá		Impacto Medio
	Seguridad Laboral de los colaboradores de Casa Chicalá		Impacto Alto
	Código de Ética Mundial para el Turismo	Impacto Alto	

Como se muestra en la tabla 5 matriz PESTEL, se identificaron diferentes variables que afectan tanto positiva como negativamente al sector turismo, clasificándolos en una Oportunidad o una Amenaza de impacto alto, medio y bajo. Se concluye entonces, que, en el entorno político colombiano, los factores de seguridad e infraestructura en el municipio de Villanueva son una amenaza de impacto alto, que pueden afectar en gran medida la imagen de la región, teniendo un impacto directo sobre la llegada de los turistas al departamento. Para el actual gobierno, “como parte esencial de su agenda está la consolidación de una paz total, la justicia social, el cuidado ambiental y los derechos de la mujer” (Banco Mundial , 2023), por consiguiente, es necesario trabajar con los delegados del gobierno en el municipio para poder garantizar la adecuada infraestructura y seguridad que sea necesaria para recibir a los turistas. En el entorno económico el crecimiento en el porcentaje del PIB en el turismo a niveles globales lo posiciona como un sector con potencial de crecimiento.

En el año 2022 el sector turismo generó a nivel global, \$7.7 trillones de dólares lo que representó el 7.6% del PIB mundial, que comparado con el año 2021 se evidencia una mejora del 22% pero comparado con el año 2019 todavía se encontró un 23% por debajo de lo que el turismo aportó ese año al PIB mundial (UNWTO, 2023).

Para el 2023 el World Travel & Tourism Council, (2022) estima que “la cifra se ubicará por arriba de los \$9.5 trillones de dólares, que comparado con el año 2019 solo estaría por debajo un 5%”. Se espera que este sector sea líder en la generación de empleo, sin embargo, hay factores como la inflación, políticas monetarias y las alzas en los precios de la gasolina que lo afectan negativamente, en especial al turismo nacional. Para el entorno social, el escenario es positivo. El aumento en los viajes por motivos de descanso y recreo, la buena gastronomía y la comodidad de los lugares donde se hospedan los turistas son oportunidades para el sector en las cuales el impacto se califica como alto. Colombia tiene una particularidad y es la cantidad de días festivos en el año, para el turismo nacional estas fechas especiales, son muy importantes ya que mucha gente aprovecha para pasear, descansar y conocer nuevos destinos. En la región de Santander, en específico, el turismo de naturaleza y deportes extremos se ha logrado posicionar muy bien a nivel nacional, según datos reportados por el Flujo Migratorio Nacional en el año 2022 ingresaron por el Aeropuerto Internacional Palo Negro 25.832 pasajeros de los cuales el 39% ingresó con motivo de turismo, es decir alrededor de 10.000 visitantes nacionales. Por otro lado, el Flujo Migratorio Extranjero reportó el ingreso de 19.767 turistas, de los cuales el 75% de los visitantes ingresó con motivo de vacaciones, turismo y ocio, es decir casi 15.000 visitantes (Boletín de Turismo Bucaramanga 2022, 2022). En total el ingreso de turistas al departamento de Santander en el año 2022 según los datos reportados fue de 24.825 aproximadamente entre extranjeros y nacionales. Ahora con la apertura del Aeropuerto Los Pozos de San Gil, se espera que la cantidad de turistas internacionales continúe en aumento (Gobernación de Santander , 2023)

Dentro de las variables tecnológicas, se identifica que las compras por internet y la innovación tecnológica son oportunidades de alto impacto. Poder ofrecer a los clientes los

servicios de alojamiento de Casa Chicalá y que puedan reservar utilizando plataformas como Booking, Trivago, Airbnb, entre otras, es clave para captar nuevos clientes nacionales e internacionales. Continuando con la variable ambiental, se identifica que pueden ser amenazas para el medio ambiente, el mal manejo de residuos, la contaminación de los recursos naturales, los cambios y riesgos climáticos y la falta de agua, estas fueron calificadas como de impacto alto y medio, ya que, si no se protege el medio ambiente, los recursos naturales del municipio de Villanueva, se van a ver afectados y esto impactaría directamente sobre el turismo de manera negativa.

Y por último se analiza el factor legal, donde se identificaron tres variables que se calificaron como amenazas baja, media y alta, para el proyecto Casa Chicalá, que son la protección de los datos, los permisos y licencias necesarios para la operación y el tema de la seguridad laboral respectivamente. Al Villanueva ser un pequeño municipio, los tiempos para obtener los permisos y licencias para la apertura de Casa Chicalá, muchas veces toman más de lo proyectado y esto puede generar demoras en la apertura de la operación, retrasando así los cronogramas estimados y generando costos extras.

1.2. Análisis del Meso Entorno

Utilizando el modelo de las 5 fuerzas de Porter, se analizará el entorno interno en donde se desarrollará el proyecto de la Casa Chicalá. Se indagará sobre la rivalidad de los competidores, el poder de negociación de los proveedores, los productos sustitutos y el poder de negociación de los clientes.

Imagen 2: *Modelo de las cinco fuerzas de Porter*

MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER



Nota: Fuente (Bello, 2022)

1.2.1. Rivalidad de los competidores

Según el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia, que se realizó por Cotelco y la Universidad de Cafam en 2022, “el departamento de Santander ocupa el 9 puesto entre los 32 departamentos de Colombia en cuanto a competitividad del sector, siendo Barichara uno de los municipios con más vocación turística” (Colprensa, 2022). En la zona entre Villanueva, San Gil y Barichara la oferta hotelera está en crecimiento, se pueden encontrar alojamientos que ofrecen desde una carpa o glamping, hasta hoteles de cinco estrellas. Se realizó una búsqueda de los alojamientos que se encuentran ubicados en Villanueva, la información recogida fue tomada de páginas de reservas online, a continuación, se muestra la tabla 6 donde se mencionan los servicios más populares de los alojamientos que se encuentran en el área de Villanueva.

Tabla 6. Servicios más populares de los alojamientos en Villanueva.

Servicios más Populares										
Nombre del Alojamiento	Hotel Las Rocas Resort	Casa Del Viento	Valle Sagrado de Barichara	Surrona	Hotel Campestre Ataraxia	Hotel Amanee	Casa Mahanaim	Casa Upa	Hotel Buenos Aires	Chicamocha Eco Lodge
Desayuno incluido	si	si	no*	si	si	si	si	si	si	si
Estacionamiento gratis	si	si	si	si	si	si	si	si	si	si
Internet – Wifi	si	si	no	si	si	si	si	si	si	si
Piscina al aire libre	si	no	no	no	si	si	si	si	si	no**
Pet friendly	si	si	si***	si	si***	si***	si***	si	no	si
Traslado al aeropuerto - Palonegro	no	no	no	si	si	si	si	si	no	si

*Nota: *Ofrecen desayuno, pero no está incluido en la tarifa, **Todas sus habitaciones cuentan con bañera de hidromasaje, ***Bajo petición, puede haber un costo adicional. Fuente: Páginas de Reservas Online*

Como se puede apreciar en la tabla 6, la mayoría de los alojamientos ofrece el desayuno incluido dentro de la tarifa, todos ofrecen parqueadero gratuito, la mayoría cuenta con el servicio de internet. El restaurante no es tan popular entre los servicios que ofrecen los alojamientos, tres de ellos no cuenta con piscina, estos son: Casa del Viento, Valle Sagrado y Surrona. Chicamocha Eco Lodge, aunque no ofrece piscina, todas sus habitaciones tienen una bañera de hidromasaje, este hospedaje en particular está enfocado a parejas. La mayoría ofrece la posibilidad de llevar las mascotas, algunas totalmente gratis, mientras que otros cobran una tarifa adicional, solo el Hotel Buenos Aires no ofrece la posibilidad de llevar mascota.

1.2.2. Poder de negociación de los proveedores:

Los proveedores que se identificaron necesarios para la operación de la Casa Boutique Chicalá se mencionan en la tabla 7, el poder de negociación con los proveedores es bastante limitado, ya que el tamaño del municipio de Villanueva es pequeño, lo que haría que se tengan

que buscar proveedores en otros lugares, como, por ejemplo, San Gil, Bucaramanga, Bogotá, Medellín, entre otros.

Tabla 7. Poder de negociación proveedores.

Poder de Negociación con los Proveedores					
Proveedor	Observación	Poder de negociación			
		Alto	Medio	Bajo	Nulo
Empresa de Energía	En la región solo hay una empresa encargada de ofrecer el servicio - ESP Electricadora de Santander SA.				X
Empresa de Agua	En la región solo hay una empresa encargada de ofrecer el servicio. Aguascoop, ubicada en San Gil.				X
Empresa de Gas Natural	La zona aún no cuenta con gas natural, el gas es comprado por pipetas, existen varias empresas en la zona que ofrecen este servicio, como: Distribuidor San Gil Gas, Supergas del Fonce, JS Ferregas entre otros.			X	
Internet	Hay varios prestadores del servicio de telefonía, internet y TV, se tendría que evaluar quien tiene la mejor cobertura.			X	
Alimentos	Se puede negociar directamente con proveedores de alimentos locales, plazas de mercado y cadenas.	X			
Insumos Habitaciones	Se tendría que indagar si en la zona existe un proveedor que fabrique o distribuya todo lo relacionado con elementos necesarios para la habitación. De lo contrario se tendrían que buscar proveedores que se encuentren en ciudades como, Bucaramanga, Medellín o Bogotá.		X		
Insumos de Cocina	Se buscarían los mejores precios para todos los elementos que se requiere en la cocina. Para el menaje, en la zona de Barichara existe el oficio de la alfarería, con los cuales podríamos negociar precios. Para otros ítems, como la batería de cocina, nevera, estufa, horno, lo que hay que tener en cuenta es la calidad en los materiales y la durabilidad.			X	
Softwares - reservas	Existen una gran cantidad de softwares que se pueden usar para gestionar el tema de las reservas en el hotel, ingreso de los datos de los huéspedes, bases de datos, etc.	X			

Fuente: Elaboración propia.

1.2.3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos:

Se realizó una búsqueda de hospedajes que cuentan con características similares a lo que se va a ofrecer en la Casa Chicalá. Algunos de los lugares están ubicados en zona rural guanentina, y otros se encuentran dentro de Barichara. Como se puede observar en la Tabla 8, los

precios por noche oscilan desde los \$650.000 pesos hasta los \$35.000 pesos por noche. La mayoría de los hospedajes ofrecen el desayuno incluido en su tarifa.

Tabla 8. *Hospedajes Sustitutos.*

Hospedajes Sustitutos	Descripción del Servicio	Precio por noche por pareja (aproximadamente)
Casa Barichara Boutique	Esta casa Boutique cuenta con 6 habitaciones con aire acondicionado, está ubicada en Barichara muy cerca de los sitios más importantes del pueblo. Ofrecen el desayuno incluido en la tarifa entre las 8am y las 10am. No aceptan mascotas. El estacionamiento está incluido.	\$570.000
Casa Betel Hotel Boutique	Esta casa está ubicada en Barichara, cuentan con 8 habitaciones con baño privado. Ofrecen desayuno americano, cuentan con estacionamiento e internet, no admiten mascotas.	\$260.000
Casa Guatí	Esta casa es un hotel 5 estrellas ubicada en Barichara. Ofrecen tres tipos de desayuno, continental, americano y vegetariano. No cuentan con servicio de estacionamiento, tienen servicio de internet y admiten mascotas.	\$430.000
Hospedajes Sustitutos	Descripción del Servicio	Precio por noche por pareja (aproximadamente)
Casa Lolo	Casa Lolo ofrece un apartamento privado tipo loft colonial, con baño privado, se encuentra en Barichara. Ofrecen estacionamiento en la calle, admiten mascotas con valor adicional, la capacidad máxima del apartamento son tres personas.	\$380.000
Casa Mahanaim Barichara	Esta casa está ubicada a 10 minutos en auto de Barichara. Ofrecen desayuno, estacionamiento, internet y aceptan mascotas con costo adicional. Ofrecen actividades de senderismo, paseos a caballo y ciclismo.	\$650.000
Hospedajes Sustitutos	Descripción del Servicio	Precio por noche por pareja (aproximadamente)
Glamping Valley Barichara	Este concepto de glampings se encuentra ubicado a las afueras de Barichara, más o menos a unos 20min en auto. Ofrecen diferentes alojamientos para parejas, como el tradicional glamping, casa tipo chalet y carpas estilo teepee. Ofrecen estacionamiento y desayuno incluido.	\$298.000
Hotel Boutique Venturi	Este hotel está ubicado a las afueras de Barichara, el desayuno está incluido, aceptan ingreso de mascotas, pero puede implicar un costo extra, cuentan con estacionamiento privado, piscina al aire libre, servicio de bodas, acceso para personas con movilidad reducida.	\$380.000

Misia Custodia Hotel Boutique	Este hotel se encuentra en Guane a 9km de Barichara, las habitaciones cuentan con baño privado. Ofrecen un desayuno americano o sin gluten. Ofrecen servicio de estacionamiento por un valor de \$5.000 pesos por día. Solo aceptan mascotas en temporada baja.	\$380.000
Nativo Glamping	Este hotel 4 estrellas, se encuentra ubicado a las afueras de Barichara. Ofrece alojamientos en glampings con baño privado, acceso a internet y estacionamiento gratuito, ofrecen desayuno incluido tipo americano. Permiten el ingreso de mascotas con un costo adicional.	\$430.000
Nomad Hostal Barichara	Este hostel se encuentra a las afueras de Barichara, cuentan con diferentes tipos de habitaciones, puedes elegir entre habitación compartida o habitación privada. Ofrecen desayuno americano, continental o vegetariano por un valor extra de \$12.000 pesos. No admiten mascotas. Ofrecen estacionamiento.	\$35.000 (en habitación compartida) y \$130.000 (en habitación privada)

Fuente: Páginas de Reservas Booking y Kayak.

Es importante mencionar que en la zona entre Barichara y San Gil la oferta hotelera es bastante amplia, los hospedajes seleccionados en la tabla 8 se encuentran en la zona de Barichara la cual es más cercana a Villanueva. En promedio una noche en un alojamiento está costando \$390.000 pesos. Las opciones van desde hoteles 5 estrellas hasta alojamientos más sencillos que ofrecen la opción de cuarto compartido. La mayoría de los alojamientos cuentan con piscina al aire libre, otros ofrecen tina de hidromasaje dentro de las habitaciones. Se podría decir que, en general la mayoría de los hospedajes ofrecen un servicio muy parecido, en los comentarios que las personas dejan sobre los hoteles, mencionan la buena atención y servicio, con esta información se puede inferir, que los huéspedes buscan un trato personalizado. En la zona no hay cadenas de hoteles reconocidas, los turistas suelen buscar exclusividad, un buen servicio y atención.

1.2.4. Poder de negociación de los clientes:

Existen varios buscadores online de lugares para hospedarse como Booking, Kayak, TripAdvisor y Airbnb por mencionar algunos, los cuales ofrecen a los clientes una base de datos

muy amplia, con la opción de incluir filtros a la búsqueda de acuerdo con sus preferencias, como, por ejemplo, que el lugar incluya desayuno, que acepten mascotas, que cuenten con estacionamiento, que tengan piscina, que tenga buena vista, que este en cierta ubicación. Estas plataformas permiten establecer el precio que se está dispuesto a pagar, algunas ofrecen la opción de reembolso en caso de cancelación, varias formas de pago, y mucho más. Todos estos factores les dan a los clientes un poder muy grande de negociación a la hora de elegir en qué lugar hospedarse. Es primordial conocer realmente qué es importante para los clientes, además de ofrecer un valor agregado, y hacer de la estadía de cada huésped una experiencia única.

En la encuesta realizada, una de las preguntas estuvo dirigida a conocer cuáles son los buscadores más utilizados por las personas al momento de reservar el hospedaje cuando viaja. De las 80 respuestas recibidas que se muestran en la imagen 3, el 47,6% dice que utiliza redes sociales y Booking, seguido por el 20% que dice utilizar Airbnb y el 13,7% no utiliza ningún buscador. La opción que se ve en blanco era una opción de respuesta abierta, los encuestados pusieron que utilizan: Google, Skyscanner, Waze y Recomendaciones.

Imagen 3: *Buscadores de alojamientos.*



Fuente: Elaboración propia.

1.2.5. Amenaza de ingreso de nuevos entrantes

A continuación, se presenta la tabla 9, donde se identifican diferentes barreras de entrada en el turismo en Barichara y los alrededores, clasificándolas por el tipo de impacto: alto, medio y bajo.

Tabla 9. Barreras de entrada.

Barreras de Entrada	Tipo de Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
Economías de escala		X	
Acceso a materias primas		X	
Curva de aprendizaje	X		
Know-how	X		
Diseño de la marca	X		
Patentes	X		
Licencias	X		
Competencia	X		
Canales de distribución		X	
Posicionamiento de la marca	X		
Diferenciación del servicio		X	
Tecnología - Softwares			X
Costos Operativos		X	
Inversión Inicial	X		
Accesos a financiación	X		

Fuente: Elaboración propia.

La alta afluencia de turistas en esta zona de Santander ha promovido el desarrollo de proyectos de alojamientos, hoteles y casas turísticas. Si se realiza una búsqueda rápida por internet en páginas de reservas de alojamiento, se puede encontrar una muy variada selección de alojamientos, desde alquileres de habitaciones dentro de una casa, cabañas pequeñas con diferentes conceptos, por supuesto predomina el colonial, hasta casas enteras para toda la familia. La amenaza de ingreso de nuevos entrantes es alta, sin embargo, hablando con personas de la zona durante las fechas de temporada alta, todos los lugares se llenan y no dan abasto para la demanda de alojamientos.

La inversión en el desarrollo de un proyecto de alojamiento turístico puede ser bastante elevada, lo cual hace que la barrera de entrada no sea tan fácil por los recursos económicos que se deben conseguir. Aunque se pueden encontrar opciones de construcciones de alojamientos más sencillos que apuntan a un segmento diferente de la población. El cliente potencial al cual se quiere llegar con Casa Chicalá busca unas comodidades muy específicas, en cuanto al espacio de las habitaciones, comodidad de la cama, calidad de la ropa de cama, amenities, decoraciones, zona de parqueo, alimentos, vistas, facilidad de acceso, limpieza, seguridad y confort. Entonces, aunque existe una alta oferta de hospedajes turísticos, y se podría decir que el ingreso de competidores es alto, hay que tener en cuenta el público objetivo ya que la inversión dependerá de eso.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

Un estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización (Kotler, Bloom & Hayes, 2004).

2.1. Análisis del Mercado

Barichara, Guane, Villanueva, San Gil y alrededores son conocidos por su belleza colonial y su rica historia. La demanda de turismo cultural y de naturaleza en la región es alta, lo que hace que los hoteles boutique sean atractivos para los visitantes que buscan una experiencia auténtica y exclusiva. Se pueden encontrar diferentes tipos de oferta como: cultural, de turismo, aventura, naturaleza, gastronomía, así como también festivales, eventos y ferias.

2.1.1. Oferta cultural

Barichara, pueblo fundado en 1705, es conocida por sus calles con adoquines y su arquitectura colonial. Es definido como "El pueblito más lindo de Colombia", su centro histórico fue declarado Monumento Nacional desde 1975, hoy Bien de Interés Cultural (BIC) (Fernández, 2021), sin duda es un destino que atrae el turismo.

Por sus alrededores según (Saberes Patiamarillos, s.f.) se encuentran:

a. Puente Grande: reconocido por ser uno de los cinco puentes de calicanto más importantes del país; su construcción de tipo colonial, con similitud a la del Puente de Boyacá, refleja el estilo arquitectónico de 1870.

b. Camino de Guane: histórica senda construida por nativos guanes (pueblo indígena que habitó el departamento de Santander), empedrada a finales del siglo XIX por el alemán Geo Von Lenguerke; declarado Monumento Nacional en el año de 1988, hoy Bien de Interés Cultural (BIC) en la categoría de obras de ingeniería; un camino de aproximadamente 5,6 km en un paisaje de bosque tropical seco.

c. Camino Real a Villanueva: Este camino en particular es muy apetecido por los senderistas y ciclistas, las vistas que ofrece a la montaña, el cañón y el bosque seco natural son maravillosas.

2.1.2. Oferta de Turismo Aventura

Según información de (Ecolombia Experience, 2018) los deportes extremos en esta zona de Santander, ofrecen diferentes niveles de adrenalina, para todos los gustos, se pueden encontrar planes familiares, para parejas y amigos. Algunas de las actividades que se ofrecen son:

a. Parapente: Esta emocionante actividad se realiza en jurisdicción del municipio de Curití y Villanueva, lugar ideal para realizar este deporte. El parapente es una actividad que se ha visto muy apetecida por visitantes y personas de la zona, ya que cumple un gran sueño, y es el de poder volar.

b. Rafting o Canotaje: Este deporte de aventura consiste en descender un río en una balsa o raft neumática la cual debe ser resistente a los golpes. Entre más caudaloso es el río más extremo es el deporte. Los paisajes majestuosos que verás durante el recorrido serán increíbles, el recorrido dura entre 2 y 3 horas en los cuales habrá rápidos de nivel I a IV. Esta actividad se puede realizar en

tres ríos diferentes: río Fonce, río Suárez o río Chicamocha, cada uno de ellos cuenta con un caudal diferente, lo que hace que la actividad se más o menos extrema.

c. Bungee Jumping: La plataforma más sofisticada, avanzada y segura se encuentra en San Gil. Ubicada en el río Fonce, esta cuenta con 70 metros de altura. El salto dura aproximadamente 50 segundos. Y para las personas más atrevidas y amantes de la adrenalina, también hay otra plataforma, la más alta de Sudamérica, con una altura de 140 metros, ofrece una vista 360° del cañón Las Lajas.

d. Torrentismo: Este deporte se practica por medio de cuerdas que bajan de forma vertical dentro de una caída de agua. En Santander se práctica en Juan Curí donde se encuentran el conjunto de cascadas más importante y llamativas de la zona.

e. Cable vuelo y columpio extremo: El cable vuelo más largo y alto se encuentra en San Gil – Santander, el cual tiene un recorrido total de 1100 metros. El columpio extremo en San Gil consta de un péndulo de 16 metros.

f. Tubing: Es un deporte extremo parecido al rafting, lo único que cambia es que se utiliza una dona inflable. Esta actividad se realiza en el río Fonce (más adrenalina) y el río Mogoticos (menor adrenalina). Bajar por el caudal mientras se disfrutan paisajes santandereanos, esta sin duda es una actividad única.

Estos son los deportes extremos más realizados por los visitantes, también se pueden encontrar otras actividades como: Salto al vacío en rocas de 4 a 6 metros, puente tibetano, rappel

de 12m de altura, canyoning, escaladas Boulder en rocas desde 1 a 5 metros de altura, visitar la cueva del indio, espeleísmo y otras actividades llenas de adrenalina.

2.1.3. Parques Naturales

a. Parque Nacional del Chicamocha: Considerado uno de los parques turísticos más representativos del país. Una parada obligatoria para todos los visitantes, nacionales e internacionales. El lugar ofrece una vista privilegiada del cañón, el cual es su principal atractivo, este se cruza por medio de un teleférico, el recorrido es de aproximadamente 6.3km. El parque, como se puede apreciar en la Imagen 2 en el número 29, tiene un monumento a la Santandereanidad, un hecho histórico que ocurrió en 1781, la Revolución de los Comuneros. También se podrá encontrar otro tipo de atracciones, como el parque acuático, que tiene toboganes y un río lento, un plan que sin lugar a dudas le encanta a los niños, tour en buggies, chiva, cable vuelo y más. (Parque Nacional del Chicamocha, 2023)

Imagen 4: *Mapa Parque Nacional del Chicamocha.*



Fuente: (Parque Nacional del Chicamocha, 2023)

b. Parque El Gallineral: Heliconias, ceibas y musgos son algunas de las cerca de cien especies vegetales que refrescan el ambiente en el Parque Natural El Gallineral, en San Gil. Este espacio público de cuatro hectáreas es una especie de isla que forman dos brazos de la quebrada Curití antes de desembocar en el río Fonce. Allí se levanta un monumento en piedra en homenaje a Jorge Villamil, autor del pasillo ‘Si pasas por San Gil’ (Saberes Patiamarillos, s.f.).

c. Parque Nacional Natural Serranía de lo Yarigués: Este parque natural cuenta con más de 500.000 hectáreas, de los cuales el 38% está compuesto por bosque virgen. Se estima que existen más de 300 especies de aves que habitan el lugar, así como diferentes especies de mamíferos. El parque ofrece rutas de senderismo que pasan por bosques, cascadas, montañas y valles, también hay lugares arqueológicos donde se puede apreciar la antigua civilización de los indios Yarigués que habitaron la zona (Itinari, 2023).

2.1.4 Oferta culinaria

La cocina tradicional de Barichara y Santander está compuesta por muchas tradiciones culinarias recetas que han ido pasando de generación en generación. Sus platos más representativos son: el caldo de papa, arepa de maíz pelado, arepas carisecas, bollos del lunes, cabro, pepitoria, carne oreada, chorotas, mazamorra de maíz, mute, envueltos de maíz, sopa de ruyas, las hormigas culonas y el tradicional tamal Santandereano. Las bebidas tradicionales son: chicha de maíz, chicha de millo, chicha de corozo, guarapo, guarapón, masato, carabina y escopeta (una mezcla de guarapo, gaseosa Kola Hipinto y cerveza) y el tradicional sabajón, que se puede encontrar de diferentes sabores. Es de anotar que muchas de estas tradiciones culinarias se han ido perdiendo por la dificultad y tiempo que requieren las preparaciones. (Saberes Patiamarillos, s.f.)

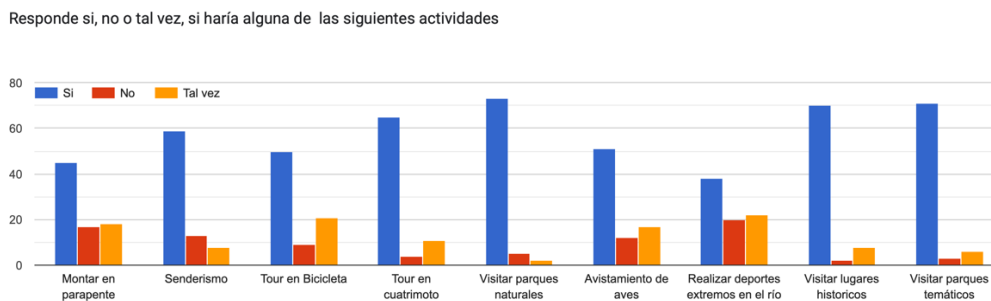
2.1.5. Oferta de festivales Eventos y ferias

Los festivales, eventos culturales y ferias, fomentan el turismo, además de dar a conocer tradiciones y raíces culturales. Son una excelente plataforma para promover el comercio y la gran labor de los artesanos de la región. En Barichara los eventos más importantes son:

- Enero: Día del Patrimonio Cultural “Patiamarillo”.
- Febrero: Día de la Virgen de la Piedra
- Agosto: Día de San Lorenzo Mártir, “Patrono de Barichara”
- Septiembre: Festival de Cine Verde de Barichara
- Octubre: Ferias y Fiestas Culturales de la Solidaridad y el Retorno.
- Diciembre: Día de la Inmaculada Concepción y Día de Santa Lucía.

Teniendo en cuenta la oferta turística de deportes extremos de la zona de Barichara, San Gil y Villanueva, se incluyó en la encuesta una sección donde se preguntó si realizaría alguna de las actividades que la zona ofrece. A continuación se presenta en la imagen 5 las respuestas obtenidas. Como se puede evidenciar, en todas las preguntas la mayoría de las respuestas fueron positivas, es decir, a las personas les llama la atención realizar estas actividades. Para el caso específico de los deportes extremos en el río, 22 personas respondieron que tal vez harían la actividad y 20 personas dijeron que no lo harían, mientras que 38 personas dijeron que si lo harían. Otra de las actividades más extremas es el parapente, para este caso 18 personas respondieron que tal vez lo harían, 17 que no lo harían y 45 que sí lo harían. La actividad que más personas contestaron que si lo harían fue visitar parques naturales, 73 en total, es decir a la mayoría de las personas les llama la atención el tema de la naturaleza.

Imagen 5: *Oferta de actividades.*

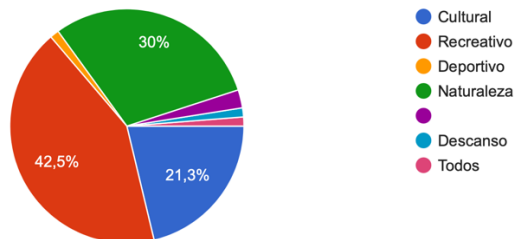


Fuente: Elaboración propia.

Continuando con las preguntas sobre los tipos de turismo que las personas prefieren realizar, en la encuesta se registraron las siguientes respuestas, ver imagen 6.

Imagen 6: Tipo de turismo.

¿Qué tipo de turismo prefiere?
80 respuestas



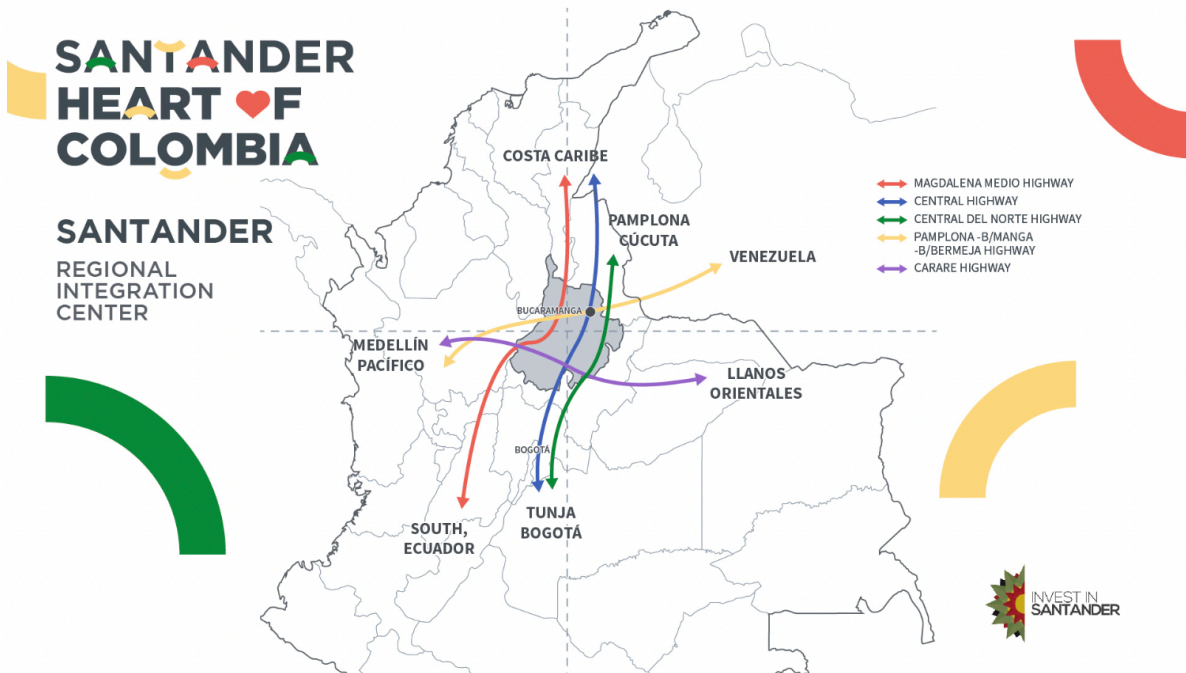
Fuente: Elaboración propia.

El 42,5% de las personas respondió que prefiere el turismo recreativo, seguido por el turismo de naturaleza el cual corresponde al 30%, y el cultural que corresponde al 21,3%. Nota: la respuesta que aparece en blanco se refiere a otros.

2.1.6. Vías de acceso

El departamento de Santander cuenta con 6 vías principales, así como con carreteras secundarias y terciarias que son la mayoría (Invest in Santander , s.f.) . En la imagen 7, se puede observar cómo estas principales vías comunican el departamento con diferentes regiones de Colombia.

Imagen 7: Principales Vías de Santander.



Estas son las rutas que traspasan el departamento:

- Troncal del Magdalena o ruta 45
- Troncal central o ruta 45^a
- Troncal central del norte o ruta 55
- Transversal del Carare o Ruta 62
- Transversal Guane o Ruta 64
- Transversal Tribuga, Ruta del Cacao o Ruta 66

Fuente: (Invest in Santander, s.f.).

La única forma de llegar a Barichara, hasta hace unos meses, era únicamente por vía terrestre. El Aeropuerto Internacional Palonegro, de Bucaramanga, se encuentra a una distancia de tres horas y media por tierra hasta Barichara, en este trayecto es necesario pasar por una zona muy peculiar llamada “pescadero” donde la vía es bastante accidentada y llena de curvas lo que hace que el viaje sea pesado para los conductores y pasajeros. Los únicos vuelos directos internacionales que salen desde Palonegro son dos: a Fort Lauderdale, Florida, el cual es operado por Spirit y a Ciudad de Panamá, operado por Copa (Flight Connections, 2023). Sin embargo, este año se inauguró el Aeropuerto Los Pozos, ubicado en San Gil. Las rutas que se están

ofreciendo son Medellín-San Gil, San Gil-Bogotá, Bogotá-San Gil y San Gil-Medellín, por el momento, estos vuelos están disponibles los días lunes y viernes. Este aeropuerto se encuentra a 30 minutos aproximadamente en auto hasta Barichara y Villanueva, y 20 minutos hasta San Gil (Vanguardia , 2023). “Se espera que con la apertura del Aeropuerto, el número de turistas que deseen conocer este maravilloso destino aumente”, así lo estableció el secretario de Competitividad y Productividad de Santander Raúl Serrano (2023) el día de la inauguración. En la imagen 8 se puede observar la avioneta que actualmente realiza el recorrido que inicia en Medellín con parada en San Gil y termina en Bogotá de ahí el recorrido se devuelve de Bogotá a San Gil terminando en Medellín. La capacidad de la avioneta es para 8 pasajeros, la duración del vuelo es de aproximadamente 40 minutos por trayecto.

Imagen 8: Aeropuerto Los Pozos San Gil.

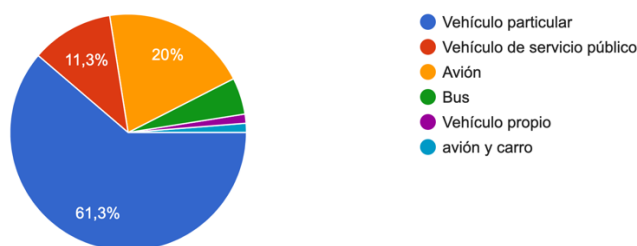


Fuente: Elaboración propia.

En la encuesta se incluyó una pregunta sobre el medio de transporte más utilizado por las personas al viajar, en la imagen 9 se muestra que la mayoría de las personas utilizan el vehículo particular para viajar, esto correspondió al 61,3%, el avión es la segunda opción más elegida con un 20%.

Imagen 9: *Medios de Transporte.*

¿Qué medio de transporte es el más utilizado en sus viajes?
80 respuestas



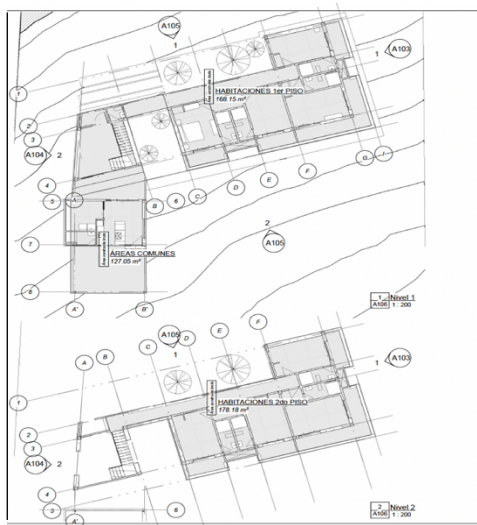
Fuente: Elaboración propia.

2.2. Descripción y Análisis del Producto

La Casa Chicalá, estará distribuida en dos niveles, en cada piso habrá 4 habitaciones, tres habitaciones sencillas y una junior, todas contarán con closet, televisión, mesas auxiliares, espacio para escritorio, balcón y baño privado. Se tendrá aparte una suite privada, la cual tendrá como atractivo principal un techo vivo, contará con baño y un espacio de cocina. Las áreas comunes estarán conformadas por un lobby o sala de estar con baño auxiliar, zona de cocina, lavandería, comedor, piscina, baño zona húmeda y jardines con árboles frutales y decorativos. El total de áreas construidas será de 473.38mt², en la imagen 4 se puede apreciar la distribución de las zonas, el primer piso tendrá un total de 168.15 mt², las áreas comunes 127.05 mt², y el segundo piso 178.18 mt². El acceso al segundo piso se realizará por unas escaleras que

van a estar ubicadas dentro del lobby. Todas las habitaciones contarán con puerta de seguridad. El acceso a la zona de piscina se hará desde dos lugares, por la zona del comedor, con unas cortas escalinatas con baranda, y desde la zona de lobby, por medio de unas escalinatas más largas. La zona de la piscina tendrá un tamaño de 190m² y estará dotada de 8 pares de asoleadoras. Al lado de la zona de piscinas se tendrán diferentes árboles frutales cítricos, como limón tahití, mandarina oneco y naranja sweety, en esta región se dan muy bien este tipo de árboles, se espera utilizar los frutos para la atención de los visitantes.

Imagen 10: Planos Casa Chicalá, áreas comunes y habitaciones.



Fuente: Diseño arquitectónico del proyecto.

Casa Chicalá, tendrá una estética que evocará elementos coloniales, pero con un fuerte diseño moderno. La infraestructura del hotel contará con todos los elementos de comodidad que espera un turista del siglo XXI, pero con una estética y decoración diferencial donde se conjugarán elementos de la cultura Guane, budista y modernos. El objetivo de Casa Chicalá será no solo ofrecer el clásico hospedaje y lugar para el descanso, sino que los visitantes que así lo requieran, se les brinde el servicio de información de todas la actividades que la zona tiene para

ofrecer, para que puedan vivir una inmersión completa en experiencias culturales, gastronómicas, paseos coloniales, parques y actividades de la zona. De esta manera, se atenderá un mercado que busca vivir experiencias.

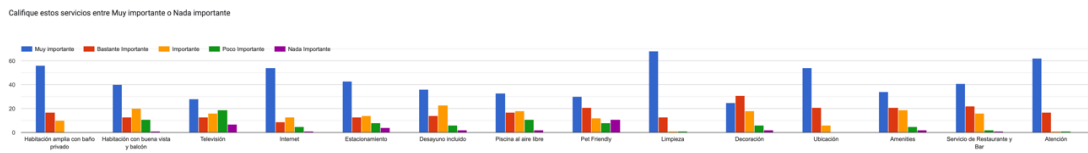
Los servicios principales serán: el desayuno, que se incluirá en la tarifa. El hotel contará con diferentes opciones, americano, vegetariano y tradicional de la región, estacionamiento gratuito, internet, piscina al aire libre, también se aceptarán mascotas. Se espera brindar a los huéspedes, jugos naturales, bebidas con o sin alcohol y un menú de comidas ligeras para la cena, por un precio adicional. No se está considerando ofrecer almuerzos, ya que por la zona hay una gran variedad de restaurantes que ofrecen menús muy variados. Se realizará una alianza con empresas que ofrezcan el transporte desde el Aeropuerto Los Pozos y el Aeropuerto Internacional Palonegro, para poder ofrecer a los clientes una experiencia más cómoda y segura. También se harán convenios con empresas registradas y certificadas para las experiencias de aventura extrema, actividades culturales, gastronómicas y de naturaleza.

Uno de los valores agregados será la rapidez para realizar el Check-in y Check-out de la Casa Chicalá, utilizando la tecnología como principal aliado. Muchas veces este proceso toma demasiado tiempo, generando malestar en los huéspedes. También se tendrá flexibilidad para los horarios de ingreso y salida, siempre que se pueda, lo que nos diferenciará de la competencia. Se contará con una estación de aguas refrescantes o la tradicional limonada con panela, a la llegada de los huéspedes.

En la encuesta se diseñaron las siguientes preguntas para conocer un poco más lo que es “muy importante, importante y nada importante” para las personas al momento de elegir el lugar donde van a hospedarse durante sus viajes. En la imagen 13 se observa que la limpieza sin duda

es la opción que más respuestas de “muy importante” registra, en total 68, seguida por la atención con 62 respuestas. Es decir, que para las personas la limpieza y la atención de un lugar son factores de mucha importancia y son las que más expectativa genera y esperan del lugar donde reservan. La habitación amplia con baño privado, el internet y la ubicación contaron con más de 50 respuestas calificando estos tres factores como “muy importantes”.

Imagen 11: *Servicios Casa Chicalá.*



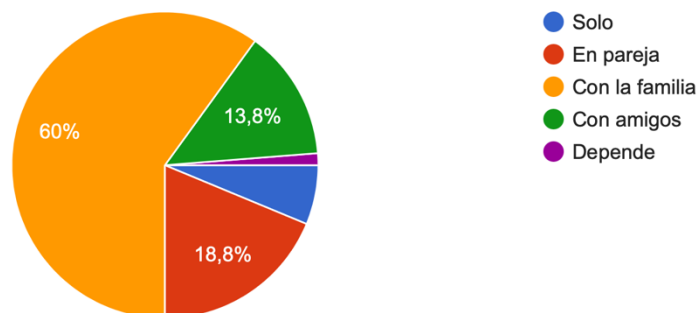
Fuente: Elaboración propia.

Para conocer la preferencia de las personas al momento de salir de viaje, se incluyó una pregunta para saber con quién le gusta viajar, ver imagen 12, el 60% de las personas respondieron que cuando sale de viaje va con la familia, el 18,8% viaja con su pareja y el 13,8% le gusta viajar con amigos. El turismo en la región guanentina es un turismo muy familiar, por lo que este dato es muy relevante para el segmento al cual se debe apuntar con el proyecto.

Imagen 12: *Con quién sale de viaje.*

¿Cuándo sale de viaje va?

80 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

2.2.1. Análisis de la Demanda – Consumidor o Cliente

La temporada de más demanda para los hospedajes turísticos en Barichara y alrededores, son los fines de semana, los festivos, semana santa, la semana de receso, las vacaciones de mitad de año y diciembre, así como durante las ferias, fiestas locales y eventos culturales. La temporada de menor demanda son los primeros días de la semana lunes, martes y miércoles. En la tabla 6 se mencionan la cantidad de fines de semana por cada mes del año 2024, así como los días festivos.

Tabla 10. *Días de temporada alta.*

Calendario de Festivos Colombia			
Meses	Fines de Semana (Sábado y Domingo)	Días Festivos	
Enero	4	Año Nuevo (lunes 1) Día de Reyes (lunes 8)	2
Febrero	4	No hay festivos	0
Marzo	5	Día de San José (lunes 25) Jueves Santo (28) Viernes Santo (29)	3
Abril	4	No hay festivos	0
Mayo	4	Día del trabajador (miércoles 1) Día de la ascensión (lunes 13)	2
Junio	5	Corpus Christi (lunes 3) Día del Sagrado Corazón (lunes 10)	2
Julio	4	Día de San Pedro y San Pablo (lunes 1) Día de la Independencia de Colombia (sábado 20)	2
Agosto	5	Batalla de Boyacá (miércoles 7) Asunción de la virgen (lunes 19)	2
Septiembre	4	No hay festivos	0
Octubre	4	Día de la raza (lunes 14)	1
Noviembre	5	Día de todos los Santo (lunes 4) Día de la Independencia de Cartagena (lunes 11)	2
Diciembre	4	Día de la inmaculada Concepción (domingo 8) Navidad (miércoles 25)	2
Total	52 x 2 = 104		18

Fuente: *Página web Festivos.com.co*

De acuerdo con la tabla 10, los días totales del año entre los fines de semana y los días festivos correspondientes al año 2024, dio un total de 122 días. En la tabla 11 se incluyeron los días entre semana que hay durante la semana santa, las vacaciones escolares de mitad de año, la semana de receso y las vacaciones escolares de fin de año, las cuales también son fechas donde la demanda en los alojamientos turísticos puede incrementar.

Tabla 11. *Días entre semana importantes.*

Otras fechas importantes	Días no festivos ni fines de semana	Total
Semana Santa	Marzo: 26 martes y 27 miércoles	2
Vacaciones de mitad de año	17 de junio hasta 07 de julio	14
Semana de Receso	Octubre: 7 lunes hasta 11 viernes	5
Vacaciones fin de año	Diciembre: 02 hasta 29	19
	Total	40

Fuente: Calendario 2024.

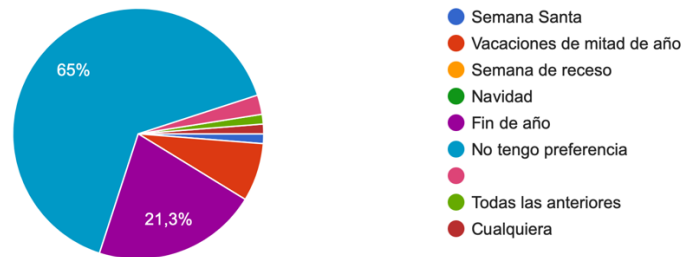
Si se suman los días totales de las tablas 10 y 11, se tendrán 162 días de temporada alta, los días restantes se dividieron en 116 de temporada media y 87 días de temporada baja para el año 2024.

Para la encuesta también se incluyó una pregunta para conocer la temporada del año que la gente prefiere para viajar o salir de vacaciones, en la imagen 13 se puede observar que el 65% de las personas contestó que no tiene preferencia en la fecha que elige para salir de vacaciones, y el 21,3% eligió el fin de año como su época de preferencia. Es decir que, aunque haya unas fechas establecidas para temporada alta, no necesariamente significa que las demás fechas no sean importantes, ya que muchas personas prefieren no viajar en temporadas altas.

Imagen 13: *Temporada que prefiere para viajar.*

¿Cuál es la temporada del año que prefiere para salir de vacaciones?

80 respuestas

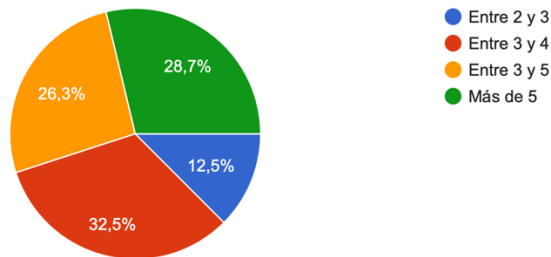


Fuente: Elaboración propia.

En la imagen 14 se pueden observar las respuestas de los encuestados a la pregunta sobre la duración promedio de sus viajes, el 32,5% respondió que, entre 3 y 4 días, el 28,7% dice que más de 5 días, el 26,3% entre 3 y 5 días y por último el 12,5% entre dos y tres días. Este dato es muy importante ya que se puede evidenciar que las personas prefieren quedarse por lo general más de tres días cuando salen de viaje.

Imagen 14: *Duración de los viajes.*

¿Cuántos días en promedio dura cada uno de sus viajes?
80 respuestas

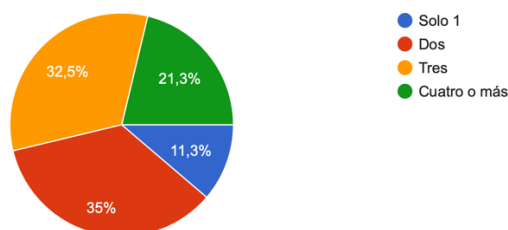


Fuente: Elaboración propia.

Otra pregunta que se consideró importante dentro de la encuesta es conocer cuántos viajes al año suelen realizar las personas. En la imagen 15, se muestra que el 35% de las personas realiza dos viajes al año, el 32,5% suele realizar tres viajes en el año, el 21,3% cuatro o más y el 11,3% solo realiza un viaje al año. Los resultados nos muestran que en general a la mayoría de las personas les gusta programar más de dos viajes al año, un dato muy relevante para el desarrollo del proyecto.

Imagen 15: *Cantidad de viajes en el año.*

¿Cuántos viajes suele realizar en el año?
80 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

2.2.2. Segmentación objetivo del Proyecto

El mercado objetivo para la Casa Boutique Chicalá se describe a continuación:

Tabla 12. *Mercado Objetivo Casa Chicalá.*

Demográfico	
Edad	+30 años
Ingresos	Igual o más de 3 salarios mínimos mensuales legales
Nivel de Educación	Profesional
Familia	Parejas y Familias con hijos

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13. *Mercado Objetivo Casa Chicalá.*

Geográfico	
Visitantes Nacionales	Bucaramanga, Bogotá y Medellín
Visitantes Internacionales	Estados Unidos, países LATAM y Unión Europea

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14. Mercado Objetivo Casa Chicalá.

Psicográfico	
Estilo de Vida	Activo, consciente de la salud
Actividades, Intereses y Opiniones	Cuidado del medio ambiente y la naturaleza, conocer lugares culturales, experiencias extremas, buena gastronomía, realizar deportes, descanso en pareja o en familia
Personalidad	Aventureros, arriesgados, amantes de la naturaleza

Fuente: Elaboración propia.

Casa Chicalá está diseñada para familias y parejas, tanto nacionales como extranjeras, que buscan una estadía cómoda y memorable en un entorno seguro, amplio y rodeado de naturaleza. La ubicación estratégica de Casa Chicalá ofrece la tranquilidad del entorno natural, a la vez que permite un fácil acceso a los pueblos más representativos de la región guanentina, como lo son Barichara, San Gil, Guane, entre otros.

Instalaciones y Servicios:

- **Habitaciones Confortables:** Nuestras habitaciones están diseñadas con esmero arquitectónico para ofrecer el máximo confort. Todas cuentan con balcones que brindan vistas espectaculares de la naturaleza circundante.
- **Zonas Comunes:** Los huéspedes pueden disfrutar de diversas zonas comunes, incluyendo áreas para descansar y contemplar el paisaje natural.
- **Piscinas:** Disponemos de una piscina para niños y otra para adultos, proporcionando entretenimiento y relajación para todas las edades.
- **Minibar:** Todas las habitaciones están equipadas con un minibar surtido de bebidas y snacks para mayor comodidad de nuestros huéspedes.

Atención Personalizada:

- **Servicio Personalizado:** Cada visitante contará con una persona dedicada a atender sus necesidades desde el momento de su llegada hasta su salida. Esta persona estará disponible en todo momento para asegurar que los huéspedes puedan aprovechar al máximo su estadía.
- **Información Turística:** Ofrecemos información detallada sobre actividades turísticas y excursiones disponibles en la región, adaptadas a los gustos y preferencias de cada visitante.

Gastronomía:

- **Desayuno:** Nuestro servicio de cocina está abierto por la mañana de 7:00 a 10:00 am para ofrecer un delicioso desayuno.
- **Almuerzo:** Casa Chicalá no ofrecerá almuerzos, ya que la zona tiene gran variedad de restaurantes para que los visitantes puedan degustar los platos más emblemáticos de la región, por ejemplo, el cabro, mute y carne oreada.
- **Cena:** Por la tarde, el servicio está disponible de 4:00 a 8:00 pm, ofreciendo opciones variadas para la cena.

Entorno y Ubicación: Casa Chicalá está rodeada de la rica biodiversidad de la región guanentina, permitiendo a nuestros visitantes desconectar del ajetreo diario y reconectar con la naturaleza. Además, nuestra proximidad a los pueblos más emblemáticos de la región facilita el acceso a la cultura y tradiciones locales.

Casa Chicalá no es solo un lugar para quedarse; es un refugio diseñado para ofrecer una experiencia única de descanso y conexión con la naturaleza, con todas las comodidades y servicios necesarios para que cada huésped se sienta especial y bien atendido. Nuestra misión es proporcionar una estadía inolvidable, donde cada detalle está cuidadosamente pensado para el bienestar y satisfacción de nuestros visitantes.

2.2.3. Tamaño del Mercado - Participación en el Mercado

Según datos aportados por el Observatorio de Turismo de Bucaramanga, en el 2022 el ingreso de turistas nacionales y extranjeros por vía aérea y terrestre se presenta en la tabla 15.

Tabla 15. *Ingreso de turistas nacionales 2022.*

Turistas nacionales que ingresaron a Bucaramanga desde el Aeropuerto Palonegro		
Principal motivo	Porcentaje	Número de visitantes
Residencia	54,80%	14.156
Turismo	39%	10.074
Trabajo	1,30%	336
Estudios	1,10%	284
Negocios	0,96%	248
Eventos	0,41%	106
Otras actividades	2,43%	628

Fuente: (Observatorio de Turismo de Bucaramanga, 2022)

El total de los turistas nacionales que ingresaron a Bucaramanga en el año 2022 por vía aérea correspondió a 25.832 personas. El total de los turistas fue de 10.074, en promedio 839 turistas al mes.

En la siguiente tabla 16, se muestra información sobre los turistas internacionales que ingresaron a Bucaramanga en el año 2022 por vía aérea.

Tabla 16. Ingreso de turistas internacionales 2022.

Turistas internacionales que ingresaron a Bucaramanga desde el Aeropuerto Palonegro		
Principal motivo	Porcentaje	Número de visitantes
Vacaciones y ocio	85%	16.804
Otros motivos	10%	1.977
Negocios y motivos profesionales	5%	988

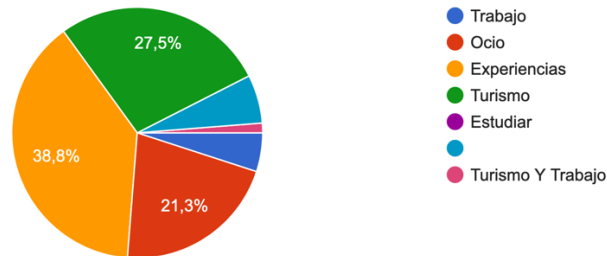
Fuente: (Observatorio de Turismo de Bucaramanga, 2022)

El total de los visitantes internacionales fue de 19.769 de los cuales el principal motivo de la mayoría (16.804) fue vacaciones y ocio, en promedio los visitantes mensuales fueron 1.400. Por otro lado, también se reportó la cifra de 2.146.642 de turistas que ingresaron al departamento por vía terrestre. La suma total de los visitantes nacionales e internacionales que ingresaron al departamento por vía aérea fue de 26.878 que comparada con los visitantes que se desplazan por vía terrestre la diferencia es muy amplia, se puede inferir entonces que el 99% de los turistas que visitan el departamento de Santander ingresan por vía terrestre.

Se le preguntó a los encuestados sobre el motivo principal de sus viajes. En la imagen 16 se evidencia que el 38,% respondió que su motivo principal son las experiencias, seguido por 27,5% que viaje por turismo y el 21,3% lo realiza por ocio.

Imagen 16: *Motivo de viaje.*

¿Cuándo sale de viaje cual es el motivo principal?
80 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

2.2.4. Demanda Potencial

La demanda potencial, son todos los turistas que visitan la región de Guane y sus alrededores, Barichara, San Gil y Villanueva, y requieren un lugar donde hospedarse.

2.3. Análisis de la oferta y de la competencia

Los hoteles del sector se enfocan principalmente en el descanso y la comodidad. Asimismo, su estética suele ser en su mayoría colonial. Casa Chicalá se diferenciará al ser un modelo híbrido, en donde se utilizarán técnicas de construcción emblemáticas de la zona con un toque de modernidad y técnicas sostenibles, como por ejemplo, la suite tendrá un techo vivo.

Existen en el sector diversos hoteles que comparten características con Casa Chicalá. Por ejemplo, la Casa Barichara Boutique ofrece solo dos tipos de habitaciones, doble y suite, esta casa por ejemplo se encuentra ubicada en el casco urbano de Barichara, su arquitectura es colonial, en la casa tienen una biblioteca y ofrecen café local sin ningún costo. Sus puntos fuertes

de acuerdo con Booking.com es la ubicación y la calidad de las camas, la puntuación que tienen para viajes en pareja es de 8,8, cuentan con la certificación de Travel Sustainable Nivel 3.

Imagen 17: *Casa Barichara Boutique.*



Nota: Fuente: Booking.com

Imagen 18: *Casa Barichara Boutique.*



Nota: Fuente: Booking.com

La casa Achiotte by Massaya, ofrece tres tipos de habitaciones, doble, familiar y suite. Su arquitectura también es colonial, de acuerdo con datos proporcionados por Booking a las parejas

les encanta la ubicación y cuentan con una puntuación de 9,9, este alojamiento tiene la certificación de Travel Sustainable Nivel 2.

Imagen 19: *Casa Achiotte by Massaya.*



Fuente: Booking.com

Imagen 20: *Casa Achiotte by Massaya.*



Fuente: Booking.com

El Hotel Boutique Venturi ofrece dos tipos de habitaciones, doble con 1 o 2 camas y suite, está ubicado a 3km de Barichara. Su arquitectura es colonial. Ofrece el servicio de alquiler

de bicicletas. De acuerdo con datos proporcionados por Booking las parejas le han dado una puntuación de 9,3 además de tener la certificación Travel Sustainable Nivel 2. Otro servicio complementario que ofrecen es la organización de bodas.

Imagen 21: *Hotel Boutique Venturi.*



Fuente: Booking.com

Imagen 22: *Hotel Boutique Venturi.*



Fuente: Booking.com

Nativo Glamping ofrece un concepto de hospedaje ecológico, utilizando elementos de construcción de la zona. Ofrece tres tipos de alojamientos, doble, suite, bungalow. Está ubicado a

3,4 km de Barichara, ofrece alquiler de bicicletas. Las parejas han calificado al hotel con una puntuación de 9,0 en Booking, cuentan con la certificación de Travel Sustainable Nivel 2.

Imagen 23: *Hotel Nativo Glamping.*



Fuente: Booking.com

Imagen 24: *Hotel Nativo Glamping.*

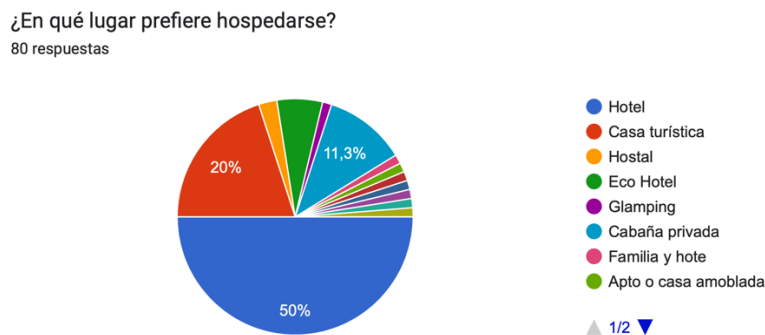


Fuente: Booking.com

Otra de las preguntas que se incluyó en la encuesta fue el lugar que prefiere para hospedarse cuando sale de viaje, en la imagen 25 se comparten las respuestas, el 50% de los

encuestados respondió que el hotel es el lugar donde prefiere hospedarse, el 20% escogió casa turística y el 11,3% cabaña privada.

Imagen 25. *Tipos de hospedaje.*



Fuente: Elaboración propia.

2.3.1. Análisis de los precios

En la tabla 15 se puede evidenciar la variación en los precios para los hospedajes turísticos durante la temporada alta y baja.

Tabla 17. *Análisis de los precios temporada alta y baja.*

Nombre Hospedaje Turístico	Temporada Alta Precio Noche por pareja	Temporada Baja Precio Noche por pareja
Casa Barichara Boutique	\$736.000	\$460.000
Casa Betel Hotel Boutique	\$230.000	\$180.000
Hotel Amanee	\$493.000	\$334.240
Casa Lolo	\$538.200	\$538.200
Achiotte by Masaya	\$380.000	\$220.000
Hotel Hicacusa	\$600.000	\$350.000
Glamping Valley Barichara	\$399.000	\$330.000
Misia Custodia Hotel Boutique	\$420.000	\$255.000
Casa Iris Hotel Boutique	\$200.000	\$160.000
Hotel Alejandría Barichara	\$443.700	\$231.100

Fuente: Booking.com

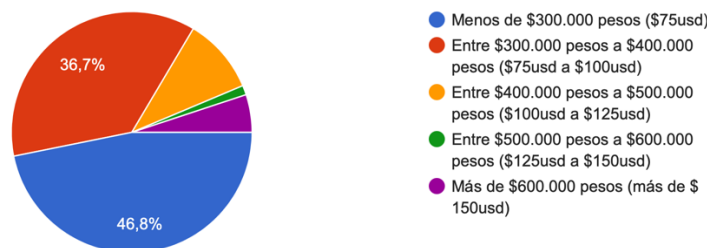
Tal como se puede observar en la tabla 17, el precio promedio para pareja por noche en temporada alta está en \$443.990 pesos, mientras que en temporada baja el precio promedio se encuentra en \$305.854 pesos. También se puede apreciar que algunos lugares en temporada alta cobran hasta \$736.000 comparados con otros que cobran \$200.000, y en temporada baja el precio oscila entre \$538.200 a \$160.000. Estos datos serán muy valiosos para tener en cuenta al momento que sea necesario definir el precio por noche de las habitaciones en Casa Chicalá.

Se incluyó en la encuesta, la pregunta, cuanto estaría dispuesto a pagar por noche en una habitación para dos personas, con baño, balcón y zona de piscina. En la imagen 26, se pueden apreciar los resultados. De las 79 personas que contestaron a esta pregunta, el 46,8% respondió que está dispuesto a pagar menos de \$300.000 mil pesos por noche para dos personas, y el 36,7% pagaría entre \$300.000 a \$400.000 pesos por noche.

Imagen 26: *Precio por noche alojamiento.*

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche para dos personas, en una habitación con baño privado, balcón y acceso a zona de piscina?

79 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

2.3.2. Clientes - Competencia – Costos

Según datos aportados por los 4 puntos de información turística de Bucaramanga (Observatorio de Turismo de Bucaramanga, 2022), se presentan en la tabla 18 las principales características de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la zona.

Tabla 18: Características Visitantes Nacionales y Extranjeros.

Visitantes	Nacionales	Extranjeros
Origen	Bucaramanga 44,3% Bogotá 16,2% Medellín 5,8% Barranquilla 3,1% Barrancabermeja 2,2% Santa Marta 1,7% Cali 1,7% Cartagena 1,6% Cúcuta 1,3% Floridablanca 1,2% Pereira 1,1% Otros lugares 19,8%	Estados Unidos 16,19% Venezuela 15,24% Francia 12,38% España 7,62% Alemania 6,67% México 5,24% Otros países 36,66%
Principal motivo	Vacaciones 54,5% Negocios 19,4% Familia 18,3% Salud 4,8% Estudio 2,2% Trabajo 0,49% Deporte 0,12% Motivos personales 0,19%	Vacaciones 74,41% Negocios 8,21% Familia 7,69% Salud 3,59% Estudios 1,54% Local 2,56% Otros 2%
Sexo	Hombres 50,25% Mujeres 49,75%	Hombres 56% Mujeres 44%
Edad promedio	Hombres 43 años Mujeres 40 años	Hombres 38 años Mujeres 35 años
Acompañantes	Individual 40,7% Familia 29,1% Parejas 20,5% Amigos 9,7%	Individual 43,75% Parejas 23,08% Amigos 21,15% Familias 12,02%
Tipos de Alojamientos	Hotel Familiar Apartahoteles Hostales Finca Lugar propio Camping	Hotel Hospedaje de familiares Hostales Apartahoteles Donde Amigos

Fuente: (Observatorio de Turismo de Bucaramanga, 2022)

De acuerdo con la información aportada en la tabla 18, en cuanto a los tipos de alojamientos, datos suministrados por los PITS (Puntos de Información Turísticos Santander) el hotel es el lugar preferido para hombres y mujeres extranjeros como nacionales. Los visitantes nacionales que más visitan la zona provienen de Bucaramanga y Bogotá, 60,5%. De Estados Unidos y Venezuela llegan el 31,43% de los turistas. El principal motivo de la mayoría de los visitantes nacionales y extranjeros es vacacionar.

Como se mencionó anteriormente, (ver análisis de la competencia), se realizó una búsqueda de alojamientos que ofrecen servicios similares a los que se van a prestar en Casa Chicalá. En cuanto a los precios por noche para parejas, ver tabla 8, estos varían dependiendo de la temporada, alta, media y baja.

2.4. Estrategias de Mercadeo

Las estrategias de mercadeo que se utilizarán para la promoción de la Casa Chicalá, se dividirá en tres etapas.

2.4.1. Primera etapa: Posicionamiento de la marca Casa Chicalá

En esta primera etapa se publicará en diferentes plataformas digitales, como Booking y Airbnb, la oferta de la casa turística. Asimismo, se diseñará la página web y se abrirán las redes sociales (Facebook, Instagram y TikToK) para creación de contenido y posicionamiento de la marca. Se realizarán campañas en línea, tanto en Google como en la plataforma Meta y sus diversos canales (Instagram, Facebook) con campañas pagas a nichos específicos. A su vez, se contratará una empresa nacional, para el apoyo en venta para eventos (bodas, celebraciones familiares, viajes de amigos) en la Casa Chicalá.

2.4.2. Segunda Etapa: Consolidación de los clientes

A partir del segundo año de operación se buscará establecer contacto directo con los clientes que ya conozcan la oferta del hotel. Dada la creación de una base de datos con los clientes.

2.4.3. Tercera etapa: Venta Directa

Casa Chicalá contará con las plataformas tecnológicas para realizar la venta directa a los clientes, tanto a través de su página web como de pagos directos a través de PSE u otras plataformas de pagos online. El canal principal de mercadeo serán las redes sociales. En esta etapa, y con la consolidación de la operación del hotel, se buscará tener alianzas con influencers, personalidades y medios masivos de comunicación para dar a conocer la oferta del hotel.

2.5. Presupuesto de Costos de Ventas

Se realizó un estimado de los costos mensuales que se requieren para las ventas en la Casa Chicalá, se presentan en la imagen 27.

Imagen 27: *Costos de Mensuales Casa Chicalá.*

Costos Mensuales Casa Chicalá		
Concepto	Mensual	Anual
Recursos Humanos		
Administrador	\$ 3.000.000	\$ 36.000.000
Auxiliar Administrativo/Recepción	\$ 2.197.234	\$ 26.366.808
Auxiliar Administrativo/Recepción	\$ 2.197.234	\$ 26.366.808
Cocinero	\$ 2.197.234	\$ 26.366.808
Servicios Generales	\$ 2.197.234	\$ 26.366.808
Jardinero/Todero	\$ 2.197.234	\$ 26.366.808
Contador	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Servicios Públicos		
Luz	\$ 450.000	\$ 5.400.000
Gas	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Agua	\$ 400.000	\$ 4.800.000
Plataformas Digitales (Netflix)	\$ 40.000	\$ 480.000
Datos Celular	\$ 70.000	\$ 840.000
Seguro Responsabilidad Civil	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Internet y Telefonía	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Mantenimientos Zonas Comunes		
Cubiertas	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Puerta Vehicular	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Puertas Habitaciones	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Lavado de Tanques de agua	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Pozo Séptico	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Cámaras de Seguridad	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Piscina	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Cuarto de Bombas	\$ 400.000	\$ 4.800.000
Equipos de cocina	\$ 50.000	\$ 600.000
Red eléctrica	\$ 50.000	\$ 600.000
Equipos de lavandería	\$ 50.000	\$ 600.000
Equipos de recepción	\$ 50.000	\$ 600.000
Extintores	\$ 41.667	\$ 500.000
Compras: Cocina, habitaciones, aseo, papelería, otros		
Suministros de Aseo	\$ 894.158	\$ 10.729.896
Suministros Habitaciones	\$ 1.586.086	\$ 19.033.035
Cocina	\$ 11.034.907	\$ 132.418.884
Bebidas	\$ 5.515.433	\$ 66.185.200
Administrativos		
Gastos menores	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Transporte	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Gestión de Redes Sociales	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Campañas pagadas Redes Sociales	\$ 800.000	\$ 9.600.000
Bancos, impuestos		
Gastos bancarios	\$ 30.000	\$ 360.000
Impuesto predial	\$ 16.667	\$ 200.000
Impuesto Auto	\$ 41.667	\$ 500.000
Revisión Técnico mecánica	\$ 30.000	\$ 360.000
SOAT	\$ 50.000	\$ 600.000
Seguro Auto	\$ 150.000	\$ 1.800.000
TOTAL	\$ 39.936.755	\$ 479.241.055

Fuente: Elaboración propia.

Para el funcionamiento adecuado de la Casa Chicalá, se presupuesta un costo mensual de \$39.936.755 aproximadamente. Cabe mencionar que las compras de bebidas con y sin alcohol y las compras de comida que se ofrecerá en el menú (aparte del desayuno) van a dejar una ganancia adicional a la Casa Chicalá, ya que se cobrarán aparte. Por otro lado, se incluyó el costo

total del personal, incluidas prestaciones sociales y parafiscales establecidas por la ley, la idea es ir haciendo un ahorro con estas provisiones para que cuando sea el momento de pagarlas se tenga el dinero.

2.6. Proyección de Ventas

Para poder realizar las proyecciones de las ventas, se realizó la siguiente tabla 19 donde se lista el número de habitaciones, la capacidad y el precio por noche de acuerdo con la temporada del año.

Tabla 19: Precio de las habitaciones por temporada.

	Capacidad (número de personas)	Temporada baja. (Precio por noche)	Temporada media (Precio por noche)	Temporada Alta (Precio por noche)
Habitación 1	3	\$450.000	\$495.000	\$544.500
Habitación 2	3	\$450.000	\$495.000	\$544.500
Habitación 3	4	\$600.000	\$660.000	\$726.000
Habitación 4	2	\$300.000	\$330.000	\$363.000
Habitación 5	3	\$450.000	\$495.000	\$544.500
Habitación 6	3	\$450.000	\$495.000	\$544.500
Habitación 7	4	\$600.000	\$660.000	\$726.000
Habitación 8	2	\$300.000	\$330.000	\$363.000
Suite	4	\$600.000	\$660.000	\$726.000
Total	28	\$4.200.000	\$4.620.000	\$5.082.000

Fuente: Elaboración propia.

El precio por noche se estableció en \$150.000 por persona en temporada baja, \$165.000 en temporada media, y \$181.500 en temporada alta. Estos precios no tienen incluido IVA, el cual corresponde al 19%, ni seguro hotelero. En la tabla 20 se establecen los días que se tomaron como temporada alta, media y baja.

Tabla 20: *Temporada alta, media y baja.*

Días Temporada Alta	162
Días Temporada Media	116
Días Temporada Baja	87
Total	365

Fuente: Calendario.com

Se realizaron las proyecciones de ventas, teniendo en cuenta los valores totales de las habitaciones en las diferentes temporadas, ver tabla 19, estos valores se multiplicaron por la cantidad de días de cada temporada, ver tabla 20, tomando escenarios del 100%, 80%, 60%, 40% y 20% de la capacidad de la Casa Chicalá, como se muestra en la tabla 21 a continuación:

Tabla 21: *Proyecciones de ventas.*

	Capacidad 100%	Capacidad 80%	Capacidad 60%	Capacidad 40%	Capacidad 20%
Temporada Alta	\$823.284.000	\$658.627.200	\$493.970.400	\$329.313.600	\$164.656.800
Temporada Media	\$535.920.000	\$428.736.000	\$321.552.000	\$214.368.000	\$107.184.000
Temporada Baja	\$365.400.000	\$292.320.000	\$219.240.000	\$146.160.000	\$73.080.000
Total ingresos	\$1.724.604.000	\$1.379.683.200	\$1.034.762.400	\$689.841.600	\$551.873.280

Fuente: Elaboración propia.

Teniendo como partida esta información, se realizan los siguientes escenarios para las proyecciones de ventas, para la temporada alta se tomó un porcentaje al 60% de la capacidad, en la temporada media un 40% y en temporada baja un 20%, ver tabla 22.

Tabla 22: *Proyecciones de ventas a 5 años.*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Temporada Alta 60%	\$493.970.400	\$518.668.920	\$544.602.366	\$571.832.484	\$600.424.109
Temporada Media 40%	\$214.368.000	\$225.086.400	\$236.340.720	\$248.157.756	\$260.565.644
Temporada Baja 20%	\$73.080.000	\$76.734.00	\$80.570.700	\$84.599.235	\$88.829.197
Total ingresos anuales	\$781.418.400	\$820.489.320	\$861.513.786	\$904.589.475	\$949.818.949
Total ingresos mensuales	\$65.118.200	\$68.374.110	\$71.792.816	\$75.382.456	\$79.151.579


Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la información presentada, en la tabla 22, se estima que para el Año 1 durante la temporada alta se tendrá una ocupación del 60%, en temporada media del 40% y en temporada baja de 20%, lo que quiere decir que el total de los ingresos anuales esperados será de \$781.418.400 pesos, teniendo en cuenta el costo de venta de cada una de las habitaciones según la temporada.


3. ESTUDIO TÉCNICO/OPERACIONAL

A continuación, se presentan la ficha técnica de la Casa Boutique Chicalá, donde se describen los diferentes tipos de habitaciones, zonas comunes y servicios que se ofrecerá a los huéspedes.

3.1. Ficha Técnica de Productos y Servicios

FICHA TÉCNICA	
Descripción Casa Chicalá	
<p>Casa Chicalá Boutique está ubicada en el municipio de Villanueva-Santander, en la región de Guane, muy cerca de Barichara. Esta encantadora casa de 473.83m², cuenta con 8 habitaciones completamente dotadas, todas con baño privado y balcón, la mayoría con vistas a la piscina y zona social. La casa cuenta con parqueadero privado, sala de estar/recepción, cocina abierta tipo americana, zona de comedor, piscina y jardines. La casa es perfecta para familias, parejas, amigos, eventos familiares y todo tipo de celebraciones, además se ofrecerá la opción de alquilarla completa.</p>	
NOMBRE DEL HOTEL	Casa Boutique Chicalá
DIRECCIÓN	Reserva Colibrí Villanueva
TELÉFONO	+57 312 442 9632
EMAIL	reservas@casachicala.com
SITIO WEB	www.casachicala.com
CATEGORÍA	Casa Turística


Fuente: Elaboración propia.

FICHA TÉCNICA		
Habitación Doble		
Cantidad	Dos habitaciones	
Descripción	Las habitaciones dobles con baño privado cuentan con un área promedio de 21mt ² más la zona del balcón, con vista exterior al oriente.	
Características	<p>Base cama y colchón Queen Size</p> <p>Almohadas Queen Size</p> <p>Duvet Queen Size</p> <p>Funda duvet Queen Size</p> <p>Juego de sábanas Queen Size</p> <p>Matress topper Queen Size</p> <p>Manta o cobija Queen Size</p> <p>Bata – Salida de baño</p> <p>Toalla cuerpo</p> <p>Toalla manos</p> <p>Toalla cara</p> <p>Toalla piso</p> <p>Toalla para cabello</p> <p>Toalla para piscina</p> <p>Ganchos para ropa set x 6</p> <p>Secador de pelo</p> <p>Plancha de ropa</p> <p>Mesa para planchar</p> <p>Cafetera</p> <p>Tazas</p> <p>Vaso agua</p> <p>Portamaletas</p> <p>Espejo cuerpo completo</p> <p>Caneca Baño</p> <p>Papelera</p> <p>Escritorio</p> <p>Silla escritorio</p> <p>Televisor</p> <p>Mesa exterior balcón</p> <p>Silla exterior balcón</p> <p>Mesas de noche</p> <p>Lamparas</p> <p>Nevera Minibar</p>	<p>1</p> <p>4</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>1</p>



Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Caja fuerte • Room Service • MiniBar

Fuente: Elaboración propia.


FICHA TÉCNICA		
Habitación Triple		
Cantidad	Cuatro habitaciones	
Descripción	Las habitaciones triples con baño privado tienen un área promedio de 25m ² más la zona del balcón, todas tienen vista a la piscina	
Características		
	Base cama y colchón Queen Size	1
	Base cama y colchón nido sencillo	1
	Almohadas sencillas	2
	Almohadas Queen size	4
	Duvet sencillo	2
	Duvet Queen size	2
	Funda duvet Queen size	2
	Funda duvet sencillo	2
	Juego de sábanas Queen size	2
	Juego de sábanas sencillo	2
	Mattress topper Queen size	2
	Mattress toper sencillo	2
	Manta o cobijo Queen size	2
	Manta o cobija sencillo	2
	Batas/Salidas de baño	6
	Toalla cuerpo	6
	Toalla manos	4
	Toalla cara	6
	Toalla piso	2
	Toalla para cabello	4
	Toalla para piscina	6
	Ganchos ropa set x 6	1



	Secador de pelo	1
	Plancha ropa	1
	Mesa para planchar	1
	Cafetera pequeña	1
	Tazas	2
	Vaso agua	2
	Portamaletas	2
	Espejo cuerpo completo	1
	Caneca baño	1
	Papelera	1
	Escritorio	1
	Silla escritorio	1
	Televisor	1
	Mesa exterior balcón	1
	Silla exterior balcón	3
	Mesas de noche	2
	Lamparas	2
	Nevera minibar	1
Servicios	<ul style="list-style-type: none">• Internet• Caja fuerte• Room Service• MiniBar	

Fuente: Elaboración propia.




FICHA TÉCNICA																																																																			
Habitación Junior																																																																			
Cantidad	Dos habitaciones																																																																		
Descripción	Las habitaciones juniors con baño privado, son esquineras, su área promedio es de 25m ² más la zona del balcón la cual tiene vista al sur (zona de piscina) y al oriente.																																																																		
Características	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr><td>Base cama y colchón King size</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Nido base cama y colchón sencillo</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Almohadas sencillas</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Almohadas King size</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Duvet sencillo</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Duvet King size</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Funda Duvet King size</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Funda Duvet sencillo</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Juego de sábanas King size</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Juego de sábanas sencillo</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Mattress topper King size</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Mattress topper sencillo</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Manta o cobija King size</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Manta o cobija sencilla</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Batas/Salida de baño</td><td style="text-align: right;">8</td></tr> <tr><td>Toalla cuerpo</td><td style="text-align: right;">8</td></tr> <tr><td>Toalla manos</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Toalla cara</td><td style="text-align: right;">8</td></tr> <tr><td>Toalla piso</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Toalla para cabello</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Toalla para piscina</td><td style="text-align: right;">8</td></tr> <tr><td>Ganchos para ropa set x6</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Secador de pelo</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Plancha ropa</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Mesa para planchar</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Cafetera pequeña</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Tazas</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Vaso agua</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Portamaletas</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Espejo cuerpo completo</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Caneca baño</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Papelera</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Escritorio</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> </table>	Base cama y colchón King size	1	Nido base cama y colchón sencillo	2	Almohadas sencillas	4	Almohadas King size	4	Duvet sencillo	4	Duvet King size	2	Funda Duvet King size	2	Funda Duvet sencillo	4	Juego de sábanas King size	2	Juego de sábanas sencillo	4	Mattress topper King size	2	Mattress topper sencillo	4	Manta o cobija King size	2	Manta o cobija sencilla	4	Batas/Salida de baño	8	Toalla cuerpo	8	Toalla manos	4	Toalla cara	8	Toalla piso	2	Toalla para cabello	4	Toalla para piscina	8	Ganchos para ropa set x6	1	Secador de pelo	1	Plancha ropa	1	Mesa para planchar	1	Cafetera pequeña	1	Tazas	1	Vaso agua	1	Portamaletas	2	Espejo cuerpo completo	1	Caneca baño	1	Papelera	1	Escritorio	1
Base cama y colchón King size	1																																																																		
Nido base cama y colchón sencillo	2																																																																		
Almohadas sencillas	4																																																																		
Almohadas King size	4																																																																		
Duvet sencillo	4																																																																		
Duvet King size	2																																																																		
Funda Duvet King size	2																																																																		
Funda Duvet sencillo	4																																																																		
Juego de sábanas King size	2																																																																		
Juego de sábanas sencillo	4																																																																		
Mattress topper King size	2																																																																		
Mattress topper sencillo	4																																																																		
Manta o cobija King size	2																																																																		
Manta o cobija sencilla	4																																																																		
Batas/Salida de baño	8																																																																		
Toalla cuerpo	8																																																																		
Toalla manos	4																																																																		
Toalla cara	8																																																																		
Toalla piso	2																																																																		
Toalla para cabello	4																																																																		
Toalla para piscina	8																																																																		
Ganchos para ropa set x6	1																																																																		
Secador de pelo	1																																																																		
Plancha ropa	1																																																																		
Mesa para planchar	1																																																																		
Cafetera pequeña	1																																																																		
Tazas	1																																																																		
Vaso agua	1																																																																		
Portamaletas	2																																																																		
Espejo cuerpo completo	1																																																																		
Caneca baño	1																																																																		
Papelera	1																																																																		
Escritorio	1																																																																		



	Silla escritorio	1
	Televisor	1
	Mesa exterior balcón	1
	Silla exterior balcón	4
	Sofa exterior balcón 2 puestos	1
	Mesas de noche	2
	Lamparas	2
	Nevera Minibar	1
Servicios	<ul style="list-style-type: none">• Internet• Caja fuerte• Room Service• MiniBar	

Fuente: Elaboración propia.




FICHA TÉCNICA																																																															
Habitación Suite																																																															
Cantidad	Una habitación																																																														
Descripción	La habitación suite tipo loft, con baño privado y zona de cocina, tendrá un área de 30mts2, más la zona de balcón. Contará con un techo vivo el cual será su principal atractivo, estará separada del edificio principal, cerca de la zona de la piscina para tener un poco más de privacidad.																																																														
Características	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr><td>Base cama y colchón King Size</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Nido Base cama y colchón Sencillo</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Almohadas sencillas</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Almohadas King size</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Duvet sencillo</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Duvet King size</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Funda duvet King size</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Funda duvet sencillo</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Juego de sábanas King size</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Juego de sábanas sencillo</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Mattress topper King size</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Mattress topper sencillo</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Manta o cobija King size</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Manta o cobija sencillo</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Bata/Salida de baño</td><td style="text-align: right;">8</td></tr> <tr><td>Toalla cuerpo</td><td style="text-align: right;">8</td></tr> <tr><td>Toalla manos</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Toalla cara</td><td style="text-align: right;">8</td></tr> <tr><td>Toalla piso</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Toalla para cabello</td><td style="text-align: right;">4</td></tr> <tr><td>Toalla para piscina</td><td style="text-align: right;">8</td></tr> <tr><td>Ganchos ropa set x 6</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Secador de pelo</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Plancha ropa</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Mesa para planchar</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Cafetera pequeña</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Tazas</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Vaso agua</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Portamaletas</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Espejo cuerpo completo</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Caneca baño</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> </table>	Base cama y colchón King Size	1	Nido Base cama y colchón Sencillo	2	Almohadas sencillas	4	Almohadas King size	4	Duvet sencillo	4	Duvet King size	2	Funda duvet King size	2	Funda duvet sencillo	4	Juego de sábanas King size	2	Juego de sábanas sencillo	4	Mattress topper King size	2	Mattress topper sencillo	4	Manta o cobija King size	2	Manta o cobija sencillo	4	Bata/Salida de baño	8	Toalla cuerpo	8	Toalla manos	4	Toalla cara	8	Toalla piso	2	Toalla para cabello	4	Toalla para piscina	8	Ganchos ropa set x 6	1	Secador de pelo	1	Plancha ropa	1	Mesa para planchar	1	Cafetera pequeña	1	Tazas	1	Vaso agua	1	Portamaletas	2	Espejo cuerpo completo	1	Caneca baño	1
Base cama y colchón King Size	1																																																														
Nido Base cama y colchón Sencillo	2																																																														
Almohadas sencillas	4																																																														
Almohadas King size	4																																																														
Duvet sencillo	4																																																														
Duvet King size	2																																																														
Funda duvet King size	2																																																														
Funda duvet sencillo	4																																																														
Juego de sábanas King size	2																																																														
Juego de sábanas sencillo	4																																																														
Mattress topper King size	2																																																														
Mattress topper sencillo	4																																																														
Manta o cobija King size	2																																																														
Manta o cobija sencillo	4																																																														
Bata/Salida de baño	8																																																														
Toalla cuerpo	8																																																														
Toalla manos	4																																																														
Toalla cara	8																																																														
Toalla piso	2																																																														
Toalla para cabello	4																																																														
Toalla para piscina	8																																																														
Ganchos ropa set x 6	1																																																														
Secador de pelo	1																																																														
Plancha ropa	1																																																														
Mesa para planchar	1																																																														
Cafetera pequeña	1																																																														
Tazas	1																																																														
Vaso agua	1																																																														
Portamaletas	2																																																														
Espejo cuerpo completo	1																																																														
Caneca baño	1																																																														



	Papelera	1
	Escritorio	1
	Silla escritorio	1
	Televisor	1
	Mesa exterior balcón	1
	Silla exterior balcón	4
	Sofá exterior balcón dos puestos	1
	Mesas de noche	2
	Lamparas	2
	Nevera minibar	1
Servicios	<ul style="list-style-type: none">• Internet• Caja fuerte• Room Service• MiniBar	

Fuente: Elaboración propia.

<p>FICHA TÉCNICA</p>																																																							
<p>Zonas Comunes</p>																																																							
<p>Sala/Lobby</p>	<p>Este espacio cuenta con una sala de estar, una mesa de centro, plantas decorativas y un lobby para el ingreso de los visitantes, el cual contará con un computador, impresora, celular, datáfono, y demás ítems necesarios. Se tendrá una vitrina con joyas y artesanías de la zona para venta al público.</p>																																																						
<p>Estacionamiento</p>	<p>La casa cuenta con 9 espacios de estacionamiento al aire libre para los vehículos de los huéspedes.</p>																																																						
<p>Zona Comedor</p>	<p>Esta zona será abierta con techo, donde se podrá apreciar el paisaje, contará con 10 mesas y 30 sillas.</p>																																																						
<p>Cocina/Restaurante</p>	<p>Se ofrecerá desayuno incluido en la tarifa, y un menú especial para la cena (costo adicional), no se ofrecerán almuerzos. Se tendrá una carta especial de bebidas con o sin licor. La cocina estará equipada con:</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr><td>Estufa 6 puestos</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Campana</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Horno a gas</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Nevecon</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Licuadaora</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Microondas</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Batidora a mano</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Batidora de mesa capacidad 6.6lt</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Sanduchera/Wafflera</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Bandejas</td><td style="text-align: right;">10</td></tr> <tr><td>Utensilios</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Termo 1.9lt</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Set de Ollas 12 piezas</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Set de Vajilla 4 puestos</td><td style="text-align: right;">8</td></tr> <tr><td>Vasos vidrio x 10 unidades</td><td style="text-align: right;">5</td></tr> <tr><td>Copas set x 6</td><td style="text-align: right;">5</td></tr> <tr><td>Tazas set x 6</td><td style="text-align: right;">5</td></tr> <tr><td>Bowls de acero inoxidable</td><td style="text-align: right;">3</td></tr> <tr><td>Set de sartenes x 3</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Set de cubiertos x 12</td><td style="text-align: right;">3</td></tr> <tr><td>Tabla para picar 34x23 madera</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Tabla para picar 25x32 plástica</td><td style="text-align: right;">2</td></tr> <tr><td>Set de cuchillos 6 piezas</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Rallador</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Colador</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Colador de pastas</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> <tr><td>Sacacorchos</td><td style="text-align: right;">1</td></tr> </table>	Estufa 6 puestos	1	Campana	1	Horno a gas	1	Nevecon	1	Licuadaora	1	Microondas	1	Batidora a mano	1	Batidora de mesa capacidad 6.6lt	1	Sanduchera/Wafflera	1	Bandejas	10	Utensilios	2	Termo 1.9lt	2	Set de Ollas 12 piezas	1	Set de Vajilla 4 puestos	8	Vasos vidrio x 10 unidades	5	Copas set x 6	5	Tazas set x 6	5	Bowls de acero inoxidable	3	Set de sartenes x 3	1	Set de cubiertos x 12	3	Tabla para picar 34x23 madera	1	Tabla para picar 25x32 plástica	2	Set de cuchillos 6 piezas	1	Rallador	1	Colador	1	Colador de pastas	1	Sacacorchos	1
Estufa 6 puestos	1																																																						
Campana	1																																																						
Horno a gas	1																																																						
Nevecon	1																																																						
Licuadaora	1																																																						
Microondas	1																																																						
Batidora a mano	1																																																						
Batidora de mesa capacidad 6.6lt	1																																																						
Sanduchera/Wafflera	1																																																						
Bandejas	10																																																						
Utensilios	2																																																						
Termo 1.9lt	2																																																						
Set de Ollas 12 piezas	1																																																						
Set de Vajilla 4 puestos	8																																																						
Vasos vidrio x 10 unidades	5																																																						
Copas set x 6	5																																																						
Tazas set x 6	5																																																						
Bowls de acero inoxidable	3																																																						
Set de sartenes x 3	1																																																						
Set de cubiertos x 12	3																																																						
Tabla para picar 34x23 madera	1																																																						
Tabla para picar 25x32 plástica	2																																																						
Set de cuchillos 6 piezas	1																																																						
Rallador	1																																																						
Colador	1																																																						
Colador de pastas	1																																																						
Sacacorchos	1																																																						

	Molinillo tradicional	1
	Chocolatera	1
	Cafetera capacidad 12 tazas	1
	Pelador de verduras	1
Lavandería	Lavadora Secadora a Gas	1
	Ganchos Set x 10	4
Room Service	Se ofrecerá el servicio dentro de un horario estipulado.	
Zona Verde	Se tendrá una zona verde, la cual se puede adaptar para celebraciones especiales.	
Piscina	La piscina contará con:	
	Sillas playeras	8
	Asoleadoras	16
	Parasoles	8
Jardines Frutales	La casa tendrá un espacio al lado de la zona de piscina, donde se plantarán árboles frutales oriundos de la región.	
Servicios Turísticos	Se realizará un convenio con empresas certificadas y reguladas, para ofrecer los planes turísticos, actividades al aire libre, gastronomía y deportes extremos, senderismo, ciclismo, entre otros, que la zona tiene para ofrecer.	

Fuente: Elaboración propia.

3.2. Análisis de Procesos de Servucción

A continuación, se describe el proceso de servucción desde Check-In hasta el Check-out de los huéspedes a la Casa Boutique Chicalá.

- 1. Reserva de la habitación.** El primer contacto del visitante con la Casa Boutique Chicalá será al momento de realizar la reserva, ya sea a través de canales directos, como, página web, WhatsApp, redes sociales o canales indirectos.
- 2. Llegada del huésped al hotel.** Se tendrá una persona encargada de recibir al huésped, lo primero que debe hacer, si vienen en vehículo particular será mostrarle el lugar donde puede parquear y posteriormente hacerlo seguir al lobby donde se hará el ingreso. En la zona de estar o lobby se tendrá una estación de bebidas o aguas refrescantes, como una atención de la casa, para que los huéspedes se hidraten mientras se realiza el ingreso a la casa.

- 3. Presentación y confirmación de la reserva.** La persona encargada de realizar el check in, se presentará y dará la bienvenida a cada uno de los huéspedes. Procederá a confirmar los datos de la reserva y cualquier petición que se haya realizado al momento de reservar.
- 4. Registro de llegada del huésped (Check-In).** Se revisará que los datos correspondan a los que realizaron la reserva, se procederá a dejar registro de un documento de identificación en el software, se verificará el pago, en caso de que se haya realizado previamente, de lo contrario se procederá a realizar el cobro de los días de la reserva. Siempre se dejará una tarjeta de crédito como garantía. Una vez realizado el pago o la confirmación de este, se procederá a hacer el ingreso de los huéspedes en el software y se firmará el contrato de alojamiento, con los términos y condiciones, una copia de este será enviado al email de los huéspedes.
- 5. Asignación de la habitación y entrega de llaves.** Se les entregarán dos copias de la llave para el ingreso a la habitación, se les informará que en caso de pérdida cada llave tiene un costo de (\$40.000 pesos) los cuales serán cargados a la tarjeta de crédito.
- 6. Brindar información sobre la Casa, horarios, normas, zonas comunes.** Se informará a los huéspedes las normas de la casa, horarios de las zonas comunes, piscina, room service, restaurante e ingreso y salida de la casa.
- 7. Brindar información sobre actividades de la zona.** Se le brindará a todos los visitantes información sobre las actividades de la zona y los convenios con empresas certificadas de la zona para la visita de los parques, atractivos turísticos y deportes extremos, entre otras, en caso de que quiera realizar alguna de estas actividades.

Aclararle a los huéspedes que Casa Chicalá solo sugiere las empresas que están bien referenciadas, pero que es su decisión final elegir con quien van a realizar las actividades,

y que no se es responsable por ningún accidente, robo o pérdida que ocurra fuera de la casa.

- 8. Estancia del huésped.** Durante la estancia de los huéspedes, se tendrá a disposición la carta de bebidas con o sin alcohol y el menú de comidas ligeras. Con antelación se les preguntará como prefieren el desayuno y el horario y lugar en que lo desean tomar (comedor o habitación). Se realizará limpieza a la habitación diariamente, donde se hará el cambio de toallas necesario y se verificará que los amenities estén completos.
- 9. Extender los días de la reserva.** En caso de que los huéspedes, deseen extender su reserva, se tendrá que confirmar que la habitación esté disponible. En caso de que se cuente con disponibilidad se deberá pagar de una vez los días extras que deseen quedarse. Si se llegase a presentar la situación de no contar con la opción de extender la reserva, se procederá a ofrecerle al cliente otras opciones de alojamiento con las cuales tengamos alianzas que se ajusten a su presupuesto, por ejemplo Hotel Boutique Venturi, Casa Lolo, entre otras.
- 10. Revisión de la habitación, entrega de llaves (Check out).** Al momento de realizar el check out, se realizará la revisión de la habitación, verificando que todo esté en las mismas condiciones en las cuales se entregó. Se solicitarán las llaves de la habitación que se entregaron durante el check in. En caso de pérdida de las llaves o daños en las habitaciones se deberá informar al huésped que se va a realizar un cobro a la tarjeta, el cual se había informado durante el check in, también se revisará el consumo del minibar y se realizaran los cobros correspondientes.
- 11. Registro de salida del huésped.** Se dejará constancia en el software de la salida del o los huéspedes, en donde se consignarán las novedades en caso de haber alguna y consumo

del bar. Se cerrará la carpeta con la información. Se agradecerá a los huéspedes por haber elegido Casa Chicalá y se los invitará a realizar una encuesta sobre los servicios ofrecidos y su estadía. Para fidelizar a los clientes se les ofrecerá un 10% de descuento si vuelven a agendar con Casa Chicalá en una futura ocasión.

3.3. Plan de Servucción - Plan de Compras

La Casa Boutique Chicalá cuenta con una capacidad máxima de 840 personas al mes. En la tabla 22 se presenta la distribución.

Tabla 23: *Capacidad diaria y mensual Casa Chicalá.*

Habitaciones	Capacidad Diaria/personas	Capacidad Mensual/personas
Habitación 1	3	90
Habitación 2	3	90
Habitación Junior 3	4	120
Habitación Doble 4	2	60
Habitación 5	3	90
Habitación 6	3	90
Habitación Junior 7	4	120
Habitación Doble 8	2	60
Suite	4	120
Total	28	840

Fuente: Elaboración propia.

El plan de compras se realiza basándose en una capacidad del 60%, este plan se tendrá que ir actualizando a medida que inicie la operación en la Casa Chicalá. Las compras se dividieron en 4 áreas, como se muestra en la tabla 23.

Tabla 24: *Plan de compras mensual Casa Chicalá.*

Plan de Compras Mensual Casa Chicalá	
Cocina: Desayuno y cena	\$ 11.034.907
Bebidas con y sin alcohol	\$ 5.515.433
Suministros habitaciones y baños	\$ 1.586.086
Suministros zonas comunes	\$ 894.158
Total	\$ 19.030.585

Fuente: Elaboración propia. Anexo 1 Plan de Compras Casa Chicalá

3.4. Análisis de Costos

En la tabla 24 se encuentran estimados los costos de adecuación básicos necesarios para poner Casa Chicalá en funcionamiento. Para ampliar la información ver Anexo 2 Costos de Adecuación Casa Chicalá.

Tabla 25: *Costos de adecuación Casa Chicalá.*

Zonas Casa Chicalá	Costo de adecuación estimado
Habitaciones edificio principal	\$171.770.760
Suite	\$29.565.220
Cocina	\$18.028.900
Comedor	\$13.867.000
Lavandería	\$5.112.000
Sala/Recepción	\$19.500.000
Piscina/Jardín	\$72.727.200
Transporte	\$240.000.000
Inventario	\$19.030.585
Efectivo	\$2.000.000
Terreno	\$180.000.000
Total	\$771.601.665

Fuente: Elaboración propia. Anexo 2 Costos de Adecuación Casa Chicalá

Se procedió a dividir el proyecto de Casa Chicalá por zonas: habitaciones, suite, cocina, lavandería, comedor, sala/recepción, piscina/jardines, y se realizó un inventario del mobiliario necesario para poner en funcionamiento el servicio. El costo total de la adecuación se estima que

será de un total de \$771.601.665 pesos, de los cuales el 26% del costo se irá en las adecuaciones de las 8 habitaciones que conforman el edificio principal y la suite.

En la tabla 26 y 27 se observan los costos fijos y variables para Casa Chicalá durante el primer año.

Tabla 26: *Costos Fijos anuales Casa Chicalá*

Gastos Fijos	Año 1
Servicio de Administración	\$36.000.000
Contabilidad	\$12.000.000
Servicios Generales	\$26.366.808
Cocinero	\$26.366.808
Auxiliar Administrativo/Recepción	\$26.366.808
Auxiliar Administrativo/Recepción	\$26.366.808
Jardinero/Todero	\$26.366.808
Servicio de luz	\$5.400.000
Servicio de agua	\$4.800.000
Servicio de gas	\$1.800.000
Internet y telefonía	\$3.000.000
Plan de Celular	\$840.000
Seguros Casa Turística	\$2.400.000
Plataformas de contenido audiovisual	\$480.000
Total	\$198.554.040

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 27: *Costos Variables Anuales Casa Chicalá*

Gastos Variables	Año 1
Mantenimiento cubiertas	\$1.200.000
Mantenimiento puerta vehicular	\$1.200.000
Mantenimiento puertas habitaciones	\$1.200.000
Mantenimiento tanques de agua	\$1.200.000
Mantenimiento pozo séptico	\$1.200.000
Mantenimiento cámaras de seguridad	\$1.200.000
Mantenimiento piscina	\$6.000.000
Mantenimiento cuarto de bombas	\$4.800.000
Mantenimiento equipos de recepción	\$600.000

Mantenimientos electrodomésticos de cocina	\$600.000
Mantenimiento red eléctrica	\$600.000
Mantenimiento equipos de lavandería	\$600.000
Recargas de extintores	\$500.000
Suministros de aseo	\$10.729.896
Suministros habitaciones	\$19.033.035
Compras cocina	\$132.418.884
Compras bebidas	\$66.185.200
Gastos menores	\$600.000.000
Transporte	\$600.000.000
Gestión de redes sociales	\$600.000.000
Campañas pagas Google y redes sociales	\$9.600.000
Gastos bancarios	\$360.000
Impuesto predial	\$200.000
Impuesto vehículo	\$500.000
Revisión técnico-mecánica vehículo	\$360.000
SOAT	\$600.000
Seguro vehicular	\$1.800.000
Total	\$280.687.015

Los gastos totales para Casa Chicalá durante el primer año se estiman en \$479.241.055 los cuales se dividen en costos fijo y variables, de acuerdo con la tabla 26 y 27, los gastos fijos corresponden a \$198.554.040 y los gastos variables son de \$280.687.015.

4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL, LEGAL Y AMBIENTAL

4.1. Estructura Organizacional

La estructura organizacional de Casa Chicalá presentada en la imagen 29, contará con una junta de socios, un administrador quien tendrá a su cargo el personal de servicio, el cual estará compuesto por: jardinero/todero, cocinero, auxiliar servicios generales y auxiliar administrativo y recepción.

Imagen 28: Organigrama Casa Chicalá.



Nota: se requiere de dos personas para el puesto de auxiliar de administración y recepción, uno para el turno de la mañana y otro para el turno de la tarde. Fuente: Elaboración propia.

4.2. Análisis de Cargos

Se presentan en la tabla 25 a la 30, la descripción de cada uno de los cargos administrativos y operativos que se requieren para el adecuado funcionamiento de la Casa Chicalá, el tipo de contratación que se usará con los colaboradores será contrato laboral a término fijo.

Tabla 28: Descripción del Cargo Administrador.

Descripción del Cargo	Funciones	Supervisor
Administrador	<p>Gestión de reservas: Manejar las reservas de las habitaciones del alojamiento.</p> <p>Atención al cliente: Brindar atención personalizada a los huéspedes, responder a sus preguntas y resolver cualquier problema que puedan tener durante su estancia.</p> <p>Supervisión del personal: Contratar, capacitar y supervisar al personal de limpieza, recepción y mantenimiento para garantizar un servicio de calidad.</p> <p>Administración financiera: Gestionar el presupuesto, llevar registros financieros, realizar pagos a proveedores y garantizar la rentabilidad del negocio.</p> <p>Mantenimiento y limpieza: Coordinar el mantenimiento regular de las instalaciones y asegurarse de que estén limpias y en buen estado para recibir a los huéspedes.</p> <p>Marketing y promoción: Desarrollar estrategias de marketing para atraer a nuevos clientes y promover la casa turística en diferentes canales, como redes sociales, sitios web y plataformas de reservas.</p> <p>Cumplimiento normativo: Garantizar que la casa cumpla con todas las regulaciones locales, estatales y federales relacionadas con la industria hotelera y el turismo.</p> <p>Mejora continua: Identificar áreas de mejora en la operación y servicios de la casa Chicalá, implementar cambios y ajustes necesarios para aumentar la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa.</p>	Junta de Socios
	Tipo de Contratación: Contrato laboral a término fijo	

Fuente: Elaboración propia.

Se requieren dos personas con el cargo de Auxiliar Administrativo/Recepción, uno estará en el turno de la mañana y el otro en el turno de la tarde.

Tabla 29: Descripción del Cargo Auxiliar Admón./Recepción.

Descripción del Cargo	Funciones	Supervisor
Auxiliar Administrativo/Recepción	<p>Atención al cliente: Dar la bienvenida a los huéspedes, proporcionar información sobre las instalaciones y servicios de la casa Chicalá, y responder a sus preguntas y solicitudes durante su estancia.</p> <p>Gestión de reservas: Manejar las reservas de habitaciones, tanto por teléfono como en persona, asegurándose que se registren correctamente en el sistema.</p> <p>Check-in y check-out: Realizar los procesos de check-in y check-out de los huéspedes de manera eficiente y amigable, asegurándose que tengan toda la información necesaria para una estancia cómoda.</p> <p>Asistencia con equipaje: Ayudar a los huéspedes con el transporte de su equipaje hacia y desde sus habitaciones, si es necesario.</p> <p>Coordinación de servicios adicionales: Organizar servicios adicionales para los huéspedes, como reservas en restaurantes, alquiler de coches, tours turísticos, entre otros.</p> <p>Manejo de quejas y problemas: Escuchar y resolver las quejas o problemas de los huéspedes de manera efectiva, asegurándose de que queden satisfechos con la solución proporcionada.</p> <p>Mantenimiento del área de recepción: Mantener limpio y ordenado el área de recepción, asegurándose que esté bien presentada en todo momento.</p> <p>Comunicación interna: Transmitir información relevante a otros departamentos de la casa Chicalá, como el personal de limpieza y mantenimiento, para garantizar una experiencia positiva a los huéspedes.</p>	Administrador

	<p>Registro de datos: Registrar información de los huéspedes, como detalles de contacto y preferencias especiales, en el sistema de gestión de la casa turística.</p> <p>Control de acceso: Vigilar el acceso a las instalaciones de la casa turística, garantizando la seguridad de los huéspedes y la propiedad, y registrando la entrada y salida de visitantes según sea necesario.</p> <p>Seguridad: Velar por la seguridad de los huéspedes y la propiedad, asegurándose que se cumplan los procedimientos de seguridad establecidos.</p>	
	Tipo de Contratación: Contrato laboral a término fijo	

Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 30: *Descripción del cargo cocinero.*

Descripción del Cargo	Funciones	Supervisor
Cocinero	<p>Preparación de alimentos: Cocinar platos de acuerdo con los menús establecidos, teniendo en cuenta las preferencias dietéticas y las restricciones alimenticias de los huéspedes.</p> <p>Planificación de menús: Colaborar en el desarrollo de menús atractivos y variados que satisfagan las necesidades y preferencias de los huéspedes, teniendo en cuenta la disponibilidad de ingredientes y el presupuesto.</p> <p>Gestión de inventario: Supervisar el inventario de alimentos y bebidas, realizar pedidos según sea necesario y mantener registros precisos de los productos utilizados y disponibles en la cocina.</p> <p>Cumplimiento de normas de seguridad e higiene: Garantizar el cumplimiento de las normas de seguridad alimentaria e higiene en todas las etapas de la preparación de alimentos, incluyendo la manipulación de ellos, la limpieza de utensilios y superficies, y el almacenamiento seguro de ingredientes.</p> <p>Coordinación con otros departamentos: Trabajar en estrecha colaboración con el personal de recepción</p>	Administrador



	<p>y servicio para garantizar que los pedidos de alimentos se entreguen de manera oportuna y satisfactoria para los huéspedes.</p> <p>Creatividad culinaria: Innovar con nuevas recetas y técnicas culinarias para mejorar la experiencia gastronómica de los huéspedes y mantener la competitividad de la casa Chicalá en el mercado.</p> <p>Control de calidad: Supervisar la calidad de los platos preparados, asegurándose que cumplan con los estándares establecidos de sabor, presentación y frescura.</p> <p>Mantenimiento de la cocina: Mantener la limpieza y el orden en la cocina, así como cuidar y mantener los equipos y utensilios en buenas condiciones de funcionamiento.</p> <p>Atención a las necesidades especiales: Estar preparado para atender las solicitudes especiales de los huéspedes, como platos vegetarianos, sin gluten, alergias alimentarias u otras restricciones dietéticas.</p> <p>Gestión del equipo de cocina: Supervisar y dirigir al personal de cocina, durante eventos especiales asignando tareas, brindando capacitación y asegurando un ambiente de trabajo colaborativo y eficiente.</p>	
	<p>Tipo de Contratación: Contrato laboral a término fijo</p>	

Fuente: *Elaboración propia.*



Tabla 31: Descripción del cargo Auxiliar de Servicios Generales.

Descripción del Cargo	Funciones	Supervisor
Auxiliar de Servicios Generales	<p>Limpieza y mantenimiento: Realizar la limpieza de las habitaciones, áreas comunes y exteriores de la casa Chicalá, incluyendo la reposición de suministros como toallas, papel higiénico y artículos de tocador. Además, llevar a cabo labores de mantenimiento básico para garantizar que las instalaciones estén en óptimas condiciones.</p> <p>Lavandería: Encargarse del lavado, secado y planchado de la ropa de cama, toallas y otros textiles utilizados por los huéspedes, asegurando su limpieza y frescura.</p> <p>Gestión de residuos: Recoger y desechar adecuadamente los residuos sólidos generados por los huéspedes y demás personal, siguiendo los procedimientos establecidos y promoviendo prácticas de reciclaje siempre que sea posible.</p> <p>Asistencia durante eventos especiales: Colaborar en la preparación y limpieza de espacios para eventos especiales que se celebren en la casa turística, como bodas, conferencias o reuniones corporativas.</p> <p>Atención a solicitudes especiales: Estar disponible para atender solicitudes especiales de los huéspedes, como la entrega de artículos o servicios de limpieza adicionales, con prontitud y cortesía.</p>	Administrador
	Tipo de Contratación: Contrato laboral a término fijo	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32: Descripción del cargo Jardinero/Todero.

Descripción del Cargo	Funciones	Supervisor
Jardinero/Todero	<p>Mantenimiento de jardines: Mantener los jardines y áreas verdes de la casa Chicalá para garantizar un entorno atractivo y acogedor para los huéspedes.</p> <p>Siembra y cuidado de plantas: Seleccionar y plantar diversas especies de plantas, flores, árboles y arbustos según el clima y las condiciones del suelo, y proporcionarles los cuidados necesarios, como riego, poda y fertilización.</p> <p>Control de plagas y enfermedades: Identificar y tratar plagas y enfermedades que puedan afectar a las plantas del jardín, utilizando métodos orgánicos o químicos de manera segura y eficaz.</p> <p>Instalación y mantenimiento de sistemas de riego: Configurar, mantener y reparar sistemas de riego automatizados o manuales para asegurar un suministro adecuado de agua a las plantas del jardín.</p> <p>Corte de césped y control de malezas: Cortar y mantener el césped, utilizando herramientas como cortadoras de césped y recortadoras para mantenerlo limpio y ordenado. Eliminar y controlar el crecimiento de malezas no deseadas, utilizando métodos manuales o químicos según sea necesario.</p> <p>Mantenimiento de piscinas y áreas recreativas: Encargarse del mantenimiento y la limpieza de estos espacios para garantizar la seguridad y el disfrute de los huéspedes.</p> <p>Seguridad y mantenimiento general: Inspeccionar regularmente las áreas de jardín, habitaciones, baños y zonas comunes para identificar posibles peligros o daños, y realizar reparaciones o mejoras según sea necesario para mantener un entorno seguro y agradable para los huéspedes.</p> <p>Gestión de residuos: Asegurar que las áreas de almacenamiento de residuos estén limpias y</p>	Administrador



	ordenadas en todo momento, evitando la acumulación de desechos y minimizando el riesgo de contaminación ambiental. Desechar adecuadamente los residuos sólidos generados por los huéspedes y demás personal, siguiendo los procedimientos establecidos y promoviendo prácticas de reciclaje siempre que sea posible.	
	Tipo de Contratación: Contrato laboral a término fijo	

Fuente: *Elaboración propia.*

4.4. Tipos de Sociedades

Se presenta la tabla 33 con los diferentes tipos de sociedades que existen en Colombia, para analizar las características, ventajas y desventajas y así tomar la mejor decisión sobre la sociedad que es más conveniente para el proyecto.

Tabla 33: *Características Sociedad Anónima.*

Tipo de Sociedad	Características Principales	Ventajas	Desventajas
Sociedad anónima (S.A)	<p>Número de socios: Mínimo 5 – ilimitado</p> <p>Constitución: Por medio de escritura pública con notario y registrarse en la Cámara de Comercio</p> <p>Aportes: Los socios son solo responsables por el monto individual de sus aportes</p>	<p>Ventajas:</p> <p>Genera confianza con empresas nacionales e internacionales, así como con entidades financieras.</p> <p>Puede cotizar en la bolsa</p> <p>Responsabilidad limitada</p> <p>Fácil compra y venta de acciones</p> <p>(SBM Sociedades)</p>	<p>Se requiere un alto capital inicial</p> <p>Los accionistas minoritarios no tienen tanto poder de decisión</p> <p>(Lofwork, 2022)</p>

Fuente: (Lofwork, 2022)

Tabla 34: Características Sociedad por Acciones Simplificadas.

Tipo de Sociedad	Características Principales	Ventajas	Desventajas
Sociedad por acciones simplificadas (S.A.S)	<p>Número de socios: Mínimo 1 – ilimitado</p> <p>Constitución: por medio de documento privado</p> <p>No requiere Revisor Fiscal si los activos no superan los tres mil SMLV</p>	<p>Los estatutos pueden ser flexibles de acuerdo con las necesidades particulares de la empresa</p> <p>Su duración es indefinida</p> <p>Se pueden tener diferentes tipos de acciones: ordinarias, dividendo preferencial sin derecho a voto, acciones con voto múltiple, acciones privilegiadas, acciones con dividendo fijo, acciones de pago.</p> <p>Tomado de (Díaz, 2023)</p>	<p>Las acciones no se pueden cotizar en la bolsa</p> <p>Poca protección ante delitos</p> <p>Si la empresa se quiere transformar debe contar con el voto unánime de los socios</p> <p>(Abogados Legal Team Workers)</p>

Fuente: (Díaz, 2023) (Abogados Legal Team Workers)

Tabla 35: Características de Sociedad Limitada.

Tipo de Sociedad	Características Principales	Ventajas	Desventajas
Sociedad Limitada (LTDA)	<p>Número de socios: Mínimo 2 – máximo 25</p> <p>Constitución: Por medio de escritura pública con notario y</p>	<p>La responsabilidad de los socios se limita a su aporte</p> <p>Su constitución es más simple que la de</p>	<p>Al momento de la constitución el capital suscrito debe ser pagado en su totalidad por cada uno de los socios</p>

	<p>registrarse en la Cámara de Comercio</p> <p>Aportes: pueden ser dinero, bienes o derechos, se debe reportar el valor de los aportes de cada socio al momento de la constitución</p> <p>(M Abogados, 2023)</p>	<p>una Sociedad Anónima</p> <p>(M Abogados, 2023)</p>	<p>(M Abogados, 2023)</p>
--	--	---	---------------------------

Fuente: (M Abogados, 2023)

De acuerdo con la información proporcionada en las tablas 31, 32 y 33, se considera que la mejor opción para la constitución de la empresa y el tipo de sociedad es la denominada Sociedad por Acciones Simplificadas, la cual entro en vigor con la ley 1258 del 2008. Los beneficios anteriormente mencionados respecto a constitución, capital, organización y reducción de costos de ejecución de las sociedades por acciones simplificadas, permite establecer que es la mejor opción para la constitución legal de Casa Chicalá. La Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS) es una sociedad mucho más rápida de constituir, y puede tener un número ilimitado de socios. El proyecto se registrará bajo el nombre Casa Chicalá S.A.S en la Cámara de Comercio de Bucaramanga en la Seccional de San Gil. Se contratará los servicios de un abogado experto en emprendimientos, que redacte los estatutos de la empresa de manera que las reglas, condiciones, obligaciones, responsabilidades y posibles eventualidades de los socios estén bien redactadas y previstas en el documento para mitigar y conocer todos los riesgos legales.

A continuación, se mencionan los trámites requeridos para la apertura de la S.A.S, los cuales son:

1. Redacción del contrato constitutivo de la sociedad por acciones simplificadas.

2. Autenticaciones de firmas de los accionistas participantes en el proyecto.
3. Registro ante la Cámara de comercio: el proyecto tendrá el nombre de Casa Chicalá S.A.S
4. Matricula mercantil.
5. Diligenciamiento del formulario de inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) luego de hacer el pago de la matricula mercantil.
6. Registro único empresarial y social (RUES).

4.5 Normatividad, Permisos e Impuestos

Se presentan las diferentes normas, permisos y tipos de impuestos con los que debe cumplir la empresa Casa Chicalá. En la tabla 34, se presentan los permisos con los que se debe contar Casa Chicalá antes de apertura del negocio.

Tabla 36: *Permisos de apertura Casa Chicalá.*

Permisos	Descripción	Justificación
Permiso de Uso del Suelo	Obtención del permiso de suelo con fines turísticos	El permiso de uso del suelo para la casa turística es fundamental porque garantiza el cumplimiento legal, protege el entorno, asegura la seguridad y bienestar de los huéspedes, protege los intereses de la comunidad y facilita la planificación urbana adecuada. Este permiso se debe tramitar con la secretaría de planeación, de Villanueva, Santander. (Función Pública)
Licencia de Funcionamiento	Obtención de la licencia de funcionamiento por parte de la autoridad municipal o departamental correspondiente	La Licencia de Funcionamiento para la Casa Turística es esencial ya que garantiza el cumplimiento legal de las normativas locales, asegura la seguridad y bienestar de los huéspedes, promueve la calidad y profesionalismo del servicio ofrecido, y contribuye a la reputación y confianza del establecimiento en el

		mercado turístico. (Alcaldía de Villanueva , s.f.)
--	--	--

Tabla 37: *Registros Casa Chicalá.*

Registros	Descripción	Justificación
Registro ante Cámara de Comercio	Inscripción en la Cámara de Comercio correspondiente como establecimiento de alojamiento turístico	El registro ante la Cámara de Comercio es fundamental para formalizar legalmente el negocio, obtener reconocimiento oficial, acceder a beneficios y servicios comerciales, establecer credibilidad ante clientes y proveedores, y cumplir con obligaciones fiscales y regulatorias
Registro Nacional de Turismo (RNT)	Inscripción en el RNT del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (Registro Nacional de Turismo)	El Registro Nacional de Turismo (RNT) para la casa turística es crucial porque proporciona legitimidad legal, promueve la calidad y seguridad para los turistas, facilita la fiscalización y el control por parte de las autoridades, y contribuye al desarrollo sostenible del turismo
Registro en el Sistema de Migración Colombia	Inscripción en el Sistema de Información de Registros de Extranjeros (SIRE)	Es obligación de los hoteles enviar una lista de los huéspedes extranjeros que ingresen al hotel. Esta información debe ser subida en la plataforma SIRE con el usuario que sea asignado en el momento de la inscripción. (Lobby, 2021)
Registro ante la DIAN	Inscripción en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) como contribuyente del impuesto sobre las ventas (IVA) y otros impuestos aplicables	El registro ante la DIAN es crucial para la casa turística, ya que asegura el cumplimiento de obligaciones tributarias, facilita el pago de impuestos relacionados con la actividad turística, permite el acceso a beneficios fiscales y brinda transparencia en la

		gestión financiera, contribuyendo así al desarrollo económico y al cumplimiento de normativas fiscales
Régimen de Facturación	Selección del régimen de facturación adecuado de acuerdo con la estructura del negocio y las normativas fiscales colombianas	El cumplimiento del régimen de facturación es fundamental para la casa turística, ya que permite la emisión de facturas legales y válidas para cada transacción, facilita el registro y control de ingresos y gastos, garantiza el cumplimiento de obligaciones fiscales, y promueve la transparencia en la gestión financiera, lo que contribuye a la confianza del cliente y al cumplimiento de normativas tributarias

Fuente: (Cámara de Comercio Bucaramanga , s.f.)

Tabla 38: *Certificados Casa Chicalá.*

Certificado	Descripción	Justificación
Inspección de Bomberos	Identificar y corregir posibles deficiencias en la seguridad de las instalaciones y planes de evacuación	Casa Chicalá debe cumplir con la inspección de los Bomberos porque garantiza la seguridad de las instalaciones y de las personas que la ocupan. (Cuerpo oficial de bomberos Bucaramanga, 2023)
Permiso Sanitario	Obtención del permiso sanitario de funcionamiento otorgado por la autoridad sanitaria competente	El Permiso Sanitario es necesario en la casa turística porque garantiza que las instalaciones y prácticas cumplan con los estándares de higiene y seguridad, protegiendo la salud de los huéspedes.

Fuente: (Cuerpo oficial de bomberos Bucaramanga, 2023)

Tabla 39: *Impuestos Casa Chicalá.*

Impuestos	Descripción	Justificación
Impuesto de Registro	Pago del impuesto de registro por la inscripción de la casa turística en la Cámara de Comercio	Es un tributo que se debe pagar a la Gobernación de Santander (para el caso de Casa Chicalá) por la inscripción entre otros, de los actos de constitución de sociedades de acuerdo con la Ley 223 de 1995 y el Decreto 650 de 1996, equivalente al 3% sobre el valor del capital de la sociedad que se crea. (Cámara de Comercio Bucaramanga , s.f.)
Impuesto Predial Unificado	Pago anual del impuesto predial sobre la propiedad donde se encuentra la casa turística	El Impuesto Predial Unificado es obligatorio en Colombia porque es un tributo que grava la propiedad raíz, es decir, los bienes inmuebles, ya sean urbanos o rurales, ubicados en el territorio colombiano. Su pago es una obligación legal establecida por las autoridades municipales y su cumplimiento es necesario para el funcionamiento y la prestación de servicios en el municipio. (Alcaldía de Villanueva , s.f.)
Impuesto sobre las Ventas (IVA)	Declaración y pago del IVA por las ventas de servicios de alojamiento y otros servicios ofrecidos por la casa turística	El pago del IVA es obligatorio porque es un impuesto indirecto que grava el consumo de bienes y servicios.
Impuesto de Industria y Comercio (ICA)	Declaración y pago trimestral o anual del ICA, dependiendo de la jurisdicción municipal donde esté ubicada la casa turística	El pago del ICA es obligatorio, es un tributo municipal que grava las actividades industriales, comerciales y de servicios realizadas en el territorio de un municipio.
Impuesto al Consumo	Declaración y pago del impuesto al consumo por la prestación de servicios de alojamiento y otros servicios turísticos, cuando aplique	Casa Chicalá debe cumplir con la obligación del Impuesto al Consumo porque está relacionado con su actividad económica.
Retención en la Fuente	Realización de retenciones en la fuente por pagos a proveedores y por concepto de salarios, de acuerdo con las tarifas y normativas establecidas	La retención en la fuente es un mecanismo mediante el cual una persona o entidad que realiza un pago debe retener una parte del mismo y transferirlo directamente a la administración tributaria, en lugar de entregar la totalidad del monto al beneficiario.

Fuente: (Alcaldía de Villanueva , s.f.) (Cámara de Comercio Bucaramanga , s.f.)

Tabla 40: Normas de Seguridad, Salud y Ambientales.

Normas	Descripción	Justificación
Cumplimiento de Normativas de Seguridad y Salud	Cumplimiento de normativas de seguridad y salud en el trabajo, incluyendo la implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST)	El cumplimiento de las normativas de seguridad y salud es vital para garantizar la protección de empleados y clientes, minimizar riesgos de accidentes y enfermedades laborales, cumplir con regulaciones legales y preservar la reputación del negocio
Cumplimiento de Normativas Ambientales	Cumplimiento de normativas ambientales aplicables, como la gestión de residuos sólidos y el control de impactos ambientales	El cumplimiento de normativas ambientales en la casa turística es necesario para garantizar la protección del medio ambiente y los recursos naturales.

Fuente: (Corporación Autónoma Regional de Santander , 2021)

Tabla 41: Contribuciones Seguridad Social y Parafiscales.

Contribuciones	Descripción	Justificación
Contribución al Sistema de Seguridad Social	Pago de contribuciones al sistema de seguridad social por los empleados de la casa turística, incluyendo salud, pensión y riesgos laborales	La contribución al Sistema de Seguridad Social es obligatoria porque garantiza el acceso a servicios de salud, pensiones, cajas de compensación y otros beneficios sociales para los trabajadores y sus familias.
Contribución al Sistema de Parafiscales	Pago de contribuciones al sistema de parafiscales, como el SENA, el ICBF y el Fondo de Solidaridad Pensional, sobre los salarios de los empleados	Casa Chicalá debe cumplir con la contribución al Sistema de Parafiscales porque, como empleador, tiene la responsabilidad de garantizar el bienestar y la protección social de sus empleados.

Fuente: (Porvenir, 2022)

5. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN FINANCIERA

Para la adecuación de la Casa Chicalá se requiere una inversión inicial de seiscientos treinta y dos millones de pesos (\$772.000.000) aproximadamente (Ver tabla 24). La adecuación de las habitaciones está en \$21.000.000 aproximadamente cada una y la suite que contará con una pequeña cocina tendrá un costo de adecuación de \$29.000.000 aproximadamente. Los recursos necesarios se obtendrán de la venta de acciones del proyecto, cada acción tendrá un precio de \$30.000.000 millones de pesos colombianos y se estima vender 26 acciones.

5.1. Presupuestos

5.1.1 Presupuestos de ingresos operacionales

Se realizó una proyección de los ingresos a 5 años de Casa Chicalá. En la imagen 30 se pueden ver los diferentes conceptos para los tipos de ingresos, el alquiler de las habitaciones será la principal fuente de ingresos, también se incluyó ingresos por alquiler de eventos, y consumo de bebidas con y sin alcohol, y venta de comida que va a corresponder al menú de comidas ligeras que se ofrecerá a los huéspedes, en especial para la cena y meriendas, ya que el desayuno estará incluido en la tarifa. Los ingresos anuales para el primer año serán de aproximadamente \$1.092.747.896 millones de pesos, lo que corresponde a \$91.062.325 millones de pesos mensuales.

Tabla 42: *Presupuesto Ingresos Casa Chicalá.*

Concepto ingresos	Presupuesto ingresos proyectados Casa Chicalá				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alquiler de habitaciones	\$929.887.896	\$1.022.876.686	\$1.125.164.354	\$1.237.680.790	\$1.316.448.869
Alquiler eventos	\$30.000.000	\$31.500.000	\$33.075.000	\$34.728.750	\$36.465.188

Consumo de bebidas sin alcohol	\$51.100.000	\$53.655.000	\$56.337.750	\$59.154.638	\$62.112.369
Consumo de bebidas con alcohol	\$40.880.000	\$42.924.000	\$45.070.200	\$47.323.710	\$49.689.896
Venta de comida	\$40.880.000	\$42.924.000	\$45.070.200	\$47.323.710	\$49.689.896
Total	\$1.092.747.896	\$1.193.879.686	\$1.304.717.504	\$1.426.211.597	\$1.559.406.216

Fuente: Elaboración propia.

5.1.2 Presupuesto de egresos operacionales

Los egresos operacionales se muestran en la imagen 31, donde se dividieron en recursos humanos, servicios públicos y póliza, mantenimientos zonas comunes, compras, suministros habitaciones, aseo y bioseguridad, administrativos, impuestos y bancarios. Se estima que para el primer año los gastos anuales serán de \$479.241.055 millones de pesos, lo que equivaldría a un promedio mensual de \$39.936.755 millones de pesos.

Imagen 29: Presupuesto Egresos.

CONCEPTO GASTOS	Presupuesto Proyectado Casa Chicalá				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS FIJOS - RECURSOS HUMANOS					
SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN	\$ 36.000.000	\$ 39.002.400	\$ 42.255.200	\$ 45.779.284	\$ 49.597.276
CONTABILIDAD	\$ 12.000.000	\$ 13.000.800	\$ 14.085.067	\$ 15.259.761	\$ 16.532.425
SERVICIOS GENERALES	\$ 26.366.808	\$ 28.565.800	\$ 30.948.187	\$ 33.529.266	\$ 36.325.607
COCINERO	\$ 26.366.808	\$ 28.565.800	\$ 30.948.187	\$ 33.529.266	\$ 36.325.607
AUXILIAR ADMINISTRATIVO/RECEPCIÓN	\$ 26.366.808	\$ 28.565.800	\$ 30.948.187	\$ 33.529.266	\$ 36.325.607
AUXILIAR ADMINISTRATIVO/RECEPCIÓN	\$ 26.366.808	\$ 28.565.800	\$ 30.948.187	\$ 33.529.266	\$ 36.325.607
JARDINERO/TODERO	\$ 26.366.808	\$ 28.565.800	\$ 30.948.187	\$ 33.529.266	\$ 36.325.607
GASTOS FIJOS - SERVICIO PUBLICOS Y PÓLIZA VALOR VARIABLE					
SERVICIO DE LUZ	\$ 5.400.000	\$ 5.850.360	\$ 6.338.280	\$ 6.866.893	\$ 7.439.591
SERVICIO DE AGUA	\$ 4.800.000	\$ 5.200.320	\$ 5.634.027	\$ 6.103.905	\$ 6.612.970
SERVICIO DE GAS	\$ 1.800.000	\$ 1.950.120	\$ 2.112.760	\$ 2.288.964	\$ 2.479.864
INTERNET Y TELEFONÍA	\$ 3.000.000	\$ 3.250.200	\$ 3.521.267	\$ 3.814.940	\$ 4.133.106
PLAN DE CELULAR	\$ 840.000	\$ 910.056	\$ 985.955	\$ 1.068.183	\$ 1.157.270
SEGUROS CASA TURÍSTICA	\$ 2.400.000	\$ 2.600.160	\$ 2.817.013	\$ 3.051.952	\$ 3.306.485
PLATAFORMAS DE CONTENIDO AUDIOVISUAL	\$ 480.000	\$ 520.032	\$ 563.403	\$ 610.390	\$ 661.297
GASTOS VARIABLES - MANTENIMIENTO ZONAS COMUNES					
MANTENIMIENTO CUBIERTAS	\$ 1.200.000	\$ 1.300.080	\$ 1.408.507	\$ 1.525.976	\$ 1.653.243
MANTENIMIENTO PUERTA VEHICULAR	\$ 1.200.000	\$ 1.300.080	\$ 1.408.507	\$ 1.525.976	\$ 1.653.243
MANTENIMIENTO PUERTAS HABITACIONES	\$ 1.200.000	\$ 1.300.080	\$ 1.408.507	\$ 1.525.976	\$ 1.653.243
MANTENIMIENTO TANQUES DE AGUA	\$ 1.200.000	\$ 1.300.080	\$ 1.408.507	\$ 1.525.976	\$ 1.653.243
MANTENIMIENTO POZO SÉPTICO	\$ 1.200.000	\$ 1.300.080	\$ 1.408.507	\$ 1.525.976	\$ 1.653.243
MANTENIMIENTO CÁMARAS DE SEGURIDAD	\$ 1.200.000	\$ 1.300.080	\$ 1.408.507	\$ 1.525.976	\$ 1.653.243
MANTENIMIENTO PISCINA	\$ 6.000.000	\$ 6.500.400	\$ 7.042.533	\$ 7.629.881	\$ 8.266.213
MANTENIMIENTO CUARTO DE BOMBAS	\$ 4.800.000	\$ 5.200.320	\$ 5.634.027	\$ 6.103.905	\$ 6.612.970
EQUIPOS DE RECEPCIÓN	\$ 600.000	\$ 650.040	\$ 704.253	\$ 762.988	\$ 826.621
EQUIPOS DE COCINA	\$ 600.000	\$ 650.040	\$ 704.253	\$ 762.988	\$ 826.621
RED ELECTRICA	\$ 600.000	\$ 650.040	\$ 704.253	\$ 762.988	\$ 826.621
EQUIPOS DE LAVANDERIA	\$ 600.000	\$ 650.040	\$ 704.253	\$ 762.988	\$ 826.621
MANTENIMIENTO EXTINTORES	\$ 500.000	\$ 541.700	\$ 586.878	\$ 635.823	\$ 688.851
GASTOS VARIABLES - COMPRAS COCINA, SUMINISTROS HABITACIONES, ELEMENTOS DE ASEO, BIOSEGURIDAD					
SUMINISTROS DE ASEO	\$ 10.729.896	\$ 11.624.769	\$ 12.594.275	\$ 13.644.638	\$ 14.782.600
SUMINISTROS HABITACIONES	\$ 19.033.035	\$ 20.620.390	\$ 22.340.131	\$ 24.203.298	\$ 26.221.853
COMPRAS COCINA	\$ 132.418.884	\$ 143.462.619	\$ 155.427.401	\$ 168.390.047	\$ 182.433.777
COMPRAS BEBIDAS	\$ 66.185.200	\$ 71.705.046	\$ 77.685.246	\$ 84.164.196	\$ 91.183.490
GASTOS VARIABLES - ADMINISTRATIVOS					
GASTOS MENORES	\$ 6.000.000	\$ 6.500.400	\$ 7.042.533	\$ 7.629.881	\$ 8.266.213
TRANSPORTE	\$ 6.000.000	\$ 6.500.400	\$ 7.042.533	\$ 7.629.881	\$ 8.266.213
GESTIÓN DE REDES SOCIALES	\$ 6.000.000	\$ 6.500.400	\$ 7.042.533	\$ 7.629.881	\$ 8.266.213
CAMPAÑAS PAGAS GOOGLE Y REDES	\$ 9.600.000	\$ 10.400.640	\$ 11.268.053	\$ 12.207.809	\$ 13.225.940
GASTOS VARIABLES - Bancarios, Impuestos					
GASTOS BANCARIOS	\$ 360.000	\$ 390.024	\$ 422.552	\$ 457.793	\$ 495.973
IMPUESTO PREDIAL	\$ 200.000	\$ 216.680	\$ 234.751	\$ 254.329	\$ 275.540
IMPUESTO AUTO	\$ 500.000	\$ 541.700	\$ 586.878	\$ 635.823	\$ 688.851
REVISIÓN TECNICO MECANICA	\$ 360.000	\$ 390.024	\$ 422.552	\$ 457.793	\$ 495.973
SOAT	\$ 600.000	\$ 650.040	\$ 704.253	\$ 762.988	\$ 826.621
SEGURO AUTO	\$ 1.800.000	\$ 1.950.120	\$ 2.112.760	\$ 2.288.964	\$ 2.479.864
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS ANUALES	\$ 479.241.055	\$ 519.209.759	\$ 562.511.853	\$ 609.425.341	\$ 660.251.415
TOTAL GASTOS MENSUALES	\$ 39.936.755	\$ 43.267.480	\$ 46.875.988	\$ 50.785.445	\$ 55.020.951

Fuente: Elaboración propia.

5.2. Punto de Equilibrio

De acuerdo con los gastos que se presupuestaron mensualmente, en la imagen 31, para alcanzar el punto de equilibrio es necesario que las ventas mínimas en temporada alta sean del 40%, en temporada media y baja el 20%, tal como se muestra en la imagen 32, para que se alcancen a cubrir los gastos.

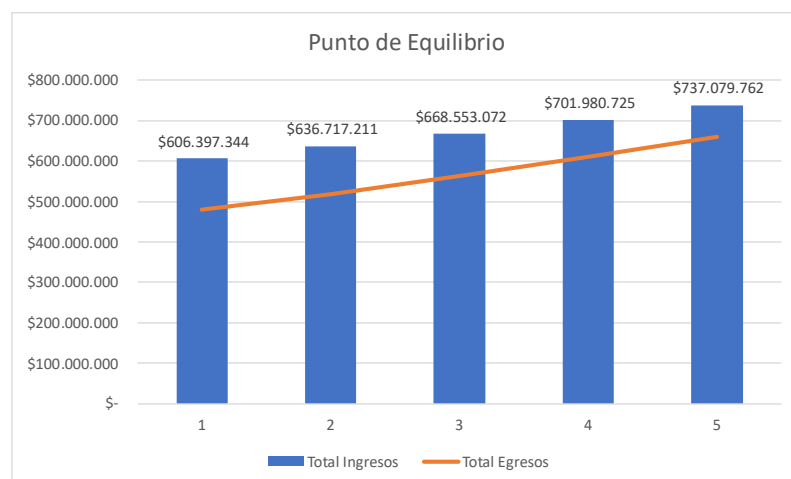
Tabla 43: *Punto de Equilibrio*

Ingreso alquiler habitación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Temporada Alta 40%	\$391.883.184	\$411.477.343	\$432.051.210	\$453.653.771	\$476.336.459
Temporada Media 20%	\$127.548.960	\$133.926.408	\$140.622.728	\$147.653.865	\$155.036.558
Temporada Baja 20%	\$86.965.200	\$91.313.460	\$95.879.133	\$100.673.090	\$105.706.744
Total ingresos anuales	\$606.397.344	\$636.717.211	\$668.533.072	\$701.980.725	\$737.079.762

Fuente: Elaboración propia.

En la imagen 33 se presenta el gráfico del Punto de equilibrio, donde los ingresos se muestran en las columnas azules y los egresos se muestran con la línea naranja. Como se puede observar la línea naranja se encuentra por debajo de las columnas azules, en cada uno de los años proyectados, es decir que se alcanzarían a cubrir todas las obligaciones anuales de Casa Chicalá manteniendo el mínimo de ventas que se muestra en la imagen 32.

Imagen 30: *Punto de Equilibrio Ingresos vs Egresos*



Fuente: Elaboración propia.

5.3. Flujo de Caja

En la imagen 33 se presenta el Estado de Flujo de Efectivo proyectado a 5 años de Casa Chicalá, realizado bajo el método directo. Se estima que para el primer año el flujo de caja económico será de \$520.949.733.

Imagen 31: Estado de Flujo de Efectivo.

Casa Chicalá S.A.S					
Estado de Flujo de Efectivo					
Proyección 5 años					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	\$ 2.000.000	\$ -			
Actividades de Operación					
Alquiler de habitaciones	\$ 929.887.896	\$ 976.382.291	\$ 1.025.201.405	\$ 1.076.461.476	\$ 1.130.284.549
Alquiler eventos	\$ 30.000.000	\$ 31.500.000	\$ 33.075.000	\$ 34.728.750	\$ 36.465.188
Consumo de bebidas sin alcohol	\$ 51.100.000	\$ 53.655.000	\$ 56.337.750	\$ 59.154.638	\$ 62.112.369
Consumo de bebidas con alcohol	\$ 40.880.000	\$ 42.924.000	\$ 45.070.200	\$ 47.323.710	\$ 49.689.896
Venta de comida	\$ 40.880.000	\$ 42.924.000	\$ 45.070.200	\$ 47.323.710	\$ 49.689.896
Total Ingresos	\$ 1.092.747.896	\$ 1.147.385.291	\$ 1.204.754.555	\$ 1.264.992.283	\$ 1.328.241.897
Actividades de Inversión					
Compras	\$ 228.367.015	\$ 239.785.366	\$ 251.774.634	\$ 264.363.366	\$ 277.581.534
Pago de Nómina	\$ 179.834.040	\$ 188.825.742	\$ 198.267.029	\$ 208.180.381	\$ 218.589.400
Pago de Impuesto Vehicular	\$ 3.820.000	\$ 4.011.000	\$ 4.211.550	\$ 4.422.128	\$ 4.643.234
Pago de Servicios Públicos	\$ 18.720.000	\$ 19.656.000	\$ 20.638.800	\$ 21.670.740	\$ 22.754.277
Pago Mantenimientos	\$ 20.900.000	\$ 21.945.000	\$ 23.042.250	\$ 24.194.363	\$ 25.404.081
Pago de Publicidad	\$ 15.600.000	\$ 16.380.000	\$ 17.199.000	\$ 18.058.950	\$ 18.961.898
Gastos menores	\$ 6.000.000	\$ 6.300.000	\$ 6.615.000	\$ 6.945.750	\$ 7.293.038
Transporte	\$ 6.000.000	\$ 6.300.000	\$ 6.615.000	\$ 6.945.750	\$ 7.293.038
Depreciación	\$ 94.557.108	\$ 75.651.397	\$ 61.021.257	\$ 49.636.132	\$ 40.721.294
Total Egresos	\$ 573.798.163	\$ 578.854.505	\$ 589.384.521	\$ 604.417.558	\$ 623.241.791
Flujo de caja económico	\$ 520.949.733	\$ 568.530.786	\$ 615.370.035	\$ 660.574.725	\$ 705.000.106

Fuente: Elaboración propia.

5.4. Estados Financieros

El Estado de Resultados, se presenta en la imagen 35, se proyectó también a 5 años, estimándose para el primer año una utilidad bruta de \$758.913.649, utilidad antes de impuestos de \$546.949.733 y una utilidad neta de \$52.235.809. El estado de situación financiera, presentado en la imagen 36, podemos observar que el total de los activos es de \$1.178.551.398.

Imagen 32: Estado de Resultados

Casa Chicalá S.A.S					
Estado de Resultados					
Proyección 5 años					
Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 1.092.747.896	\$ 1.193.879.686	\$ 1.304.717.504	\$ 1.426.211.597	\$ 1.559.406.216
Costo de Ventas	\$ 333.834.247	\$ 442.245.023	\$ 479.128.258	\$ 519.087.555	\$ 562.379.457
Utilidad Bruta	\$ 758.913.649	\$ 751.634.663	\$ 825.589.246	\$ 907.124.042	\$ 997.026.760
Gastos Generales					
Personal Administrativo	\$ 74.366.808	\$ 80.569.000	\$ 87.288.454	\$ 94.568.311	\$ 102.455.309
Gastos Administrativos	\$ 55.440.000	\$ 60.063.696	\$ 65.073.008	\$ 70.500.097	\$ 76.379.805
Depreciación	\$ 66.557.108	\$ 53.961.397	\$ 44.129.757	\$ 36.403.807	\$ 30.288.250
Gastos de Ventas	\$ 15.600.000	\$ 16.901.040	\$ 18.310.587	\$ 19.837.690	\$ 21.492.153
EBITDA	\$ 546.949.733	\$ 540.139.530	\$ 610.787.439	\$ 685.814.137	\$ 766.411.243
Utilidad Operacional	\$ 546.949.733	\$ 540.139.530	\$ 610.787.439	\$ 685.814.137	\$ 766.411.243
Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de Impuestos	\$ 546.949.733	\$ 540.139.530	\$ 610.787.439	\$ 685.814.137	\$ 766.411.243
Impuestos					
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 409.017	\$ 443.129	\$ 480.086	\$ 520.126	\$ 563.504
Impuesto de Consumo	\$ 95.250.400	\$ 100.012.920	\$ 105.013.566	\$ 110.264.244	\$ 115.777.457
IVA	\$ 207.622.100	\$ 226.837.140	\$ 247.896.326	\$ 270.980.203	\$ 296.287.181
Impuesto de Renta	\$ 191.432.407	\$ 189.048.835	\$ 213.775.604	\$ 240.034.948	\$ 268.243.935
Utilidad Neta	\$ 52.235.809	\$ 23.797.504	\$ 43.621.857	\$ 64.014.616	\$ 85.539.166

Fuente: Elaboración propia.

Imagen 33: Estado de Situación Financiera.

Casa Chicalá S.A.S	
Estado de Situación Financiera	
a 31 de diciembre Año 1	
Activos	
Activos Corrientes	
Efectivo y equivalente de efectivo	\$ 548.949.733
Inventario	\$ 19.030.585
Total Activos Corrientes	\$ 567.980.318
Activos No Corrientes	
Terreno	\$ 180.000.000
Propiedad Planta y Equipos	\$ 282.571.080
Vehículo	\$ 148.000.000
Depreciación	\$ 66.557.108
Total Activo No Corriente	\$ 610.571.080
Total Activos	\$ 1.178.551.398
Pasivos	
Pasivo Corriente	
Cuentas por pagar	
Cuentas por pagar proveedores	
Impuestos por pagar	\$ 494.713.924
Total Pasivo Corriente	\$ 494.713.924
Pasivos No Corriente	
Total Pasivo No Corriente	
Total Pasivos	\$ 494.713.924
Patrimonio	
Capital común	\$ 391.601.665
Capital preferente	\$ 240.000.000
Utilidad o pérdida del ejercicio	\$ 52.235.809
Total Patrimonio	\$ 683.837.474
Total Pasivo y Patrimonio	\$ 1.178.551.398

Fuente: Elaboración propia.

5.5. T.I.R., V.P.N., T.I.O.

Una herramienta que se utiliza para evaluar y comparar las oportunidades en una inversión son los indicadores: T.I.O, T.I.R y V.P.N. La Tasa Interna de Retorno (T.I.R) es un

indicador que mide la rentabilidad de un proyecto, la interpretación se realiza de la siguiente manera: si la T.I.R > 0: el proyecto es aceptable, si la T.I.R < 0: el proyecto no va a ser rentable, si la T.I.R = 0: El proyecto no generaría ni pérdida ni ganancia (Fernandez , 2023). La Tasa Interna de Oportunidad (T.I.O), es un indicador que determina la tasa mínima de rentabilidad la cual se espera ganar al llevar a cabo una inversión. Esta tasa se debe definir de acuerdo con los análisis que se hayan hecho del proyecto. Para el proyecto de Casa Chicalá esta rentabilidad se ha definido en un 65%. El Valor Presente Neto es otro indicador que mida las bondades financieras de un proyecto y permite determinar la viabilidad de un proyecto de inversión. Para realizar el cálculo de la V.P.N es necesario tener claro ciertos números como la inversión inicial, los flujos netos de efectivo, y la TIO (Váquiro, 2019).

En la imagen 37, se presentan los flujos de efectivo y la TIO. Se realizaron los cálculos de estos indicadores, se puede observar que la TIR dio un valor del 69%, y el VPN fue de \$36.709.102. Se puede establecer entonces, que de acuerdo con las proyecciones financieras el proyecto de Casa Chicalá es viable.

Tabla 44: *Cálculo TIO, TIR y VPN*

Flujos de Efectivo		
Año	0	-\$771.601.665
Año	1	\$520.949.733
Año	2	\$568.530.786
Año	3	\$615.370.035
Año	4	\$660.574.725
Año	5	\$705.000.106
Indicadores	TIO	65%
	VPN	\$36.709.102,11
	TIR	69%

Fuente: Elaboración propia.



6. MARCO REFERENCIAL

Palabras claves: Turismo, turismo gastronómico, turismo de aventura, turismo de naturaleza, ecoturismo.

6.1. Turismo

El turismo se ha constituido desde hace muchos años como un fenómeno social muy importante en la vida del ser humano que despertó la necesidad de conceptualización desde varias disciplinas y corrientes de pensamiento. Desde el punto de vista económico se comenzó a estudiar poco antes de la Primera Guerra Mundial, cuando los economistas indicaron que podría tener un importante efecto en la balanza de pago de algunas naciones a nivel mundial. En 1911 Hermann Von Schullern, uno de los pioneros en la economía del turismo, publicó una obra titulada “Turismo y economía nacional” allí se definió por primera el turismo como: “el concepto que comprende todos los procesos, especialmente económicos, que se manifiestan en la influencia, permanencia y regreso del turista hacía, en y fuera de un determinado municipio, país o estado (Fuster, 1974).”

Desde esta época se ha tratado de establecer una definición de carácter económico, pero no se ha logrado una universalmente reconocida. La secretaria de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), expresó:

No puede elaborarse un concepto formal del sector turístico, pero sí puede concebirse éste, en líneas generales, como el conjunto de las actividades industriales y comerciales que producen bienes y servicios consumidos total o parcialmente por visitantes extranjeros o por turistas nacionales (Naciones Unidas, 1971)

El aspecto económico es fundamental para el turismo, pues se ha dicho que es uno de los motores más sobresalientes para combatir la pobreza en las naciones, pues representa más del 10% del PIB mundial y es un potente generador de empleo.

6.1.1. El sentido humanístico del turismo

El ser humano se caracteriza por vivir en una constante búsqueda de la felicidad y esta es una de las consideraciones de la Escuela Humanística en ese sentido hace referencia a que cuando la persona busca atractivos turísticos lo hace con el propósito de complacerse. El economista y sociólogo italiano Alberto Sessa expresa, que “el turismo es un fenómeno cuyo epicentro es el sujeto humano, ya que se da entre seres humano antes que una relación entre mercancías (Mojica Campo, 2008)”.

La sociología ha encontrado cierta dificultad para comprender el turismo. Urry (1996) expresa al respecto que “encontrar un sentido teórico a la diversión, el placer y el entretenimiento ha sido una tarea difícil para los científicos sociales, existe poca fundamentación acerca del turismo en sociología”.

No hay que ignorar que el turismo es un hecho humano, al respecto uno de los representantes de esta Escuela Jean Medecin, asegura “el turismo es la expresión cultural del hombre por excelencia, es el medio que éste utiliza para diferenciarse cada vez más de los seres irracionales (Mojica Campo, 2008)”.

Los seguidores de las teorías humanistas consideran que:

En las actividades del ocio, y por tanto del turismo, se manifiestan con mayor fuerza los valores de la verdad, el amor, la creatividad y la libertad del individuo, y piensan que en

el mundo no habría guerra si los asuntos estuvieran en manos de los responsables de la actividad turística. Además, el turismo es un acontecimiento que facilita el encuentro y la comunicación entre los pueblos lo cual impulsa el intercambio cultural entre las comunidades receptoras y emisoras, esto ayuda a mantener el conocimiento y la comprensión entre los pueblos (Acerenza, 2017)

6.1.2. Proceso de desarrollo histórico del turismo

Cuando inició el turismo en el mundo era considerado como un privilegio exclusivo de ciertas clases sociales de alto rango, que “tiene su nacimiento como actividad propia de las clases aristocráticas, que merced a su posición social y a su poder económico disfrutaba del turismo sin interrupción y periódicamente (Palomo, 1985)”.

En el siglo XVIII el turismo era una actividad que se realizaba por parte de “la nobleza inglesa, quien usaba el verbo to tour con el significado de viajar y el sustantivo tour con el significado de viaje. Bien entendido que no se hacía referencia a cualquier viaje sino a aquellos que hacían los nobles como actividad inherente a su peculiar estatus social, diferenciado del estatus del pueblo llano, pero tan rígido y exigente como este (Muñoz de Escalona, 2015)”.

Uno de los aspectos que influyó en el crecimiento del turismo fue la revolución del transporte ferroviario que ocurrió a mediados del siglo XIX, lo cual impulso drásticamente los desplazamientos y aumento de forma sustancial a los viajeros, que a su vez incrementaron el surgimiento de establecimientos de servicios comerciales de transporte y hospedajes. Con el paso de los años se empezó a gestar la masificación de la actividad turística dado a los logros sociales y económicos que se incrementaron. “Hay otros aspectos que han impulsado esa expansión: la elevación de la cultura, el deseo de conocer y aprender, la caída de viejas

supersticiones y tópicos, la aparición de ideologías liberales y de acercamiento, y la aproximación entre los estratos sociales (Palomo, 1985)”.

Con el paso de los años el turismo ha ido transformándose y teniendo un lugar cada vez más relevante. En esto han influido los avances tecnológicos, el cambio de mentalidad en las sociedades en cuanto a la importancia de disfrutar la vida y la importancia de los espacios de descanso y de recreación a los que tienen derecho las personas. Poco a poco estas necesidades se han convertido también en una oportunidad de crecimiento financiero y desarrollo de los países, que consideran el turismo motor importante de sus economías.

6.1.3. Clases de turismo

Existe una variedad significativa de clases de turismo, por ejemplo, religioso, cultural, deportivo, salud, de negocios, de compras, etnoturismo, de formación, literario, entre otros, sin embargo, el presente plan de negocio se enfocará en el turismo de naturaleza, gastronomía y aventura o extremo.

a) Turismo de naturaleza

En 1916 surge el movimiento de conservación de la vida silvestre antes de que llegara la acción destructiva del hombre, el cual se gestó en “Estados Unidos en el Ministerio del Interior, del Servicio Nacional de Parques como una agencia civil, con la misión de preservar la flora y la fauna, prever el disfrute de los parques por parte de la población (National Park Service , s.f.)”. A nivel de América Latina estas iniciativas para la conservación y el uso de los recursos naturales iniciaron en Argentina en 1903, Perito Francisco Pascasio Moreno dona al Estado Argentino 7.500 hectáreas de tierra en el área del actual Parque Nacional Nahuel Huapí, con la

expresa finalidad de mantener la fisonomía natural y que las obras que se realicen sean aquellas que faciliten comodidades para la vida de los visitantes (Acerenza, 2017). De lo anterior se evidencia que allí se empezó a buscar una regulación clara para proteger los ecosistemas naturales ante la creciente presencia de los visitantes que podrían afectarlos.

Argentina fue el primer país en Latinoamérica, y el tercero en el mundo, en crear un parque nacional en 1934 Parque Nahuel Huapi (Parque Nacional Nahuel Huapi, s.f.). El primero fue Estados Unidos, al fundar Yellowstone National Park en 1872, y Canadá, en 1885, con el Parque Nacional Banff, en la provincia de Alberta (Ministerio de Salud y Ambiente, s.f.). Con la creación de los parques nacionales y las áreas protegidas el turismo de naturaleza se ha consolidado, pues el interés de los visitantes en deleitarse en los paisajes, la fauna y la flora es altamente apetecido, además que son los lugares predilectos para practicar los deportes extremos.

El turismo de naturaleza representa un mercado de US\$263.000 millones, con un crecimiento de 65% en los últimos cinco años. Según la OMT, desde 2017, ocho de cada diez turistas prefieren alojamientos que incluyen prácticas ecológicas. El diario económico de Colombia La República, indica que expertos en el tema han expresado que las actividades turísticas tradicionales como las de sol y playa han cedido protagonismo al turismo en espacios de la naturaleza, dado que los viajeros buscan visitar lugares “como cabañas de montaña, casas rurales, o participar en ceremonias ancestrales, convivir con comunidades, o simplemente escalar montañas, hacer cabalgatas, caminatas o paseos en bicicleta (Lacouture, 2018).

b) Turismo de gastronomía

La gastronomía es un factor diferenciador a la hora de escoger un destino turístico por que los visitantes buscan deleitarse de la comida típica de los lugares que visitan, sin embargo,

este se conecta también con el aspecto cultural que es también un punto fundamental de atracción. Según la encuesta de turismo gastronómico incluida en el Informe Mundial del Turismo Gastronómico, presentado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en Madrid en 2017. La gastronomía ocupa la tercera posición entre las motivaciones de los turistas cuando deciden visitar un destino luego del interés cultural y el de naturaleza. En cuanto a las razones para realizar este tipo de turismo hay ciertos aspectos que intervienen, según Mitchell y Hall (2002) en el turismo gastronómico hay un segmento de consumidores cuya intención es la visita a productores primarios o secundarios de alimentos, participación en festivales gastronómicos y búsqueda de restaurantes o lugares específicos donde la degustación de alimentos y toda experiencia inherente es la razón principal para viajar (Oliveira, 2007).

Ahora bien, detrás de ello hay otras expectativas que están allí, McIntosh, Goeldner y Ritchie (1990), identifican cuatro tipos de motivaciones gastronómicas asociadas al turismo a las que denominan de tipo físico, cultural, interpersonal y de estatus y prestigio. (DEFINIR LAS MOTIVACIONES) Al respecto se podría decir que la culinaria está asociada también a los intereses de explorar culturas nuevas y costumbres. Kivela y Crofts (2006) hacen hincapié en el error que se comete al considerar la gastronomía exclusivamente como el arte de cocinar y del buen comer. Esta acepción resulta limitativa, sobre todo si se admite la carga cultural que se esconde detrás de los alimentos y, aún más, si se consideran sus relaciones con el turismo (Oliveira, 2007).

La Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Basque Culinary Center (BCC), en el 8° Foro Mundial de Turismo Gastronómico en 2023, entre sus conclusiones más relevantes destacaron, la importancia de la gastronomía como vehículo de expresión de identidad y el

potencial del turismo gastronómico para estimular el crecimiento de destinos más pequeños en áreas rurales y fomentar el desarrollo local, combatir la despoblación y crear oportunidades de empleo para los jóvenes (ONU Turismo, 2023).

Leal (2011) considera que el turismo gastronómico

resulta en la actualidad como una de las mejores expresiones de la sociedad postindustrial en donde el hecho de ver, oler y degustar se convierte en una actividad completamente experiencial que es generada por esas industrias (productores, transformadores, restauradores) cuya principal finalidad o producto es poder otorgarle al turista una experiencia que pueda ser vivida a través de la comida o la bebida (Hernández Mogollón, 2015)”.

Para Ritzer (1995), el turismo gastronómico representa una tipología turística que, a través de la valorización de los recursos culinarios locales expresa autenticidad, espectacularidad, sensorialidad, erudición del consumidor, experiencias y coproducción del servicio. Es así como la experiencia gastronómica de una región representa sus costumbres, cultura y es una manifestación autóctona y es un símbolo territorial que muestra el arraigo de las personas a un lugar, que se convierte en una vivencia perdurable.

c) El turismo de aventura o extremo

Turismo y aventura son dos conceptos relacionados que hacen parte de procesos culturales y ambientales. “Entender cómo estas dos actividades han permitido en una primera instancia activar patrimonios que por años han sido olvidados, como el arte rupestre o caminos prehispánicos (Osorio Osorio, 2016)”. La OMT, considera que “el turista en contacto con la naturaleza involucra destreza física para realizar actividades que se hacen por lo

general al aire libre. Ejemplos: Escalada, tirolesa, buceo, trekking y pesca deportiva (Osorio Osorio, 2016)”. Las actividades que se realizan en el turismo de aventura “son continuidades de procesos históricos y culturales, lo que hoy se denomina deportes y actividades de aventura, tiene siglos de practicarse (Osorio Osorio, 2016). En las culturas indígenas hace siglos que se realizaban actividades como: escalar farallones de roca, montañas nevadas y conectar vastos imperios, por motivos religiosos, estratégicos o comerciales.

6.1.4 Tipos de turismo de aventura

En este sentido la Secretaría de Turismo de México, estableció una clasificación de las actividades de aventura en cuanto al espacio en el cual se realizan.

- a. Aéreos: paracaidismo, parapente, vuelta en la Delta, vuelo en globo y vuelo en ultraligero, escalada de roca, cañonismo, ciclismo de montaña, alpinismo, rapel.
- b. Terrestres: caminata, espeleísmo y cabalgata.
- c. Acuáticas: buceo autónomo, buceo libre, espeleo buceo, rafting y descenso en ríos, kyaquismo y pesca recreativa.

a) Perfil de viajero de aventura

Quienes tienen inclinación a este tipo de diversión les interesa realizar esta “novedosa actividad por la necesidad natural de experimentar sensaciones emocionantes, que evidencian una actividad física representativa bajo un esquema de recreación, con un ánimo competitivo para practicar un deporte fuera de su lugar de residencia o con el propósito de renovación y relajación (Beltrán Galindo, 2008)”. Estos turistas buscan lugares y parajes que ofrezcan una alternativa diferente donde puedan experimentar diferentes actividades con la naturaleza donde además tengan emociones extremas por motivos asociados como “la búsqueda del riesgo,

autodescubrimiento, autorrealización y una alta descarga de adrenalina. El turismo de aventura es un turismo activo que surge de la fusión que existe entre deporte y turismo (Beltrán Galindo, 2008)”.

6.1.5. Turismo de aventura en Colombia

Esta clase de turismo fue promovido por los destinos y actividades que hay para hacer en la campaña, “Vive Colombia: viaja por ella”, con orientación al mercado doméstico e internacional. De igual forma, el producto se incluyó de manera decidida en la promoción turística de las regiones, por ejemplo: Santander: “tierra de aventura”, Cundinamarca: “corazón de Colombia”, Antioquia: “un tesoro por descubrir”, Boyacá: “es para vivirla”, Risaralda: “algo nuevo siempre” y Valle del Cauca: “un estado de ánimo”, entre otras (Beltrán Galindo, 2008).

Entre estos destinos se destaca Santander, como uno de los predilectos para realizar turismo de aventura. San Gil, es un sector donde los visitantes se deslizan en botes por las aguas del río Fonce y se divierten con el torrentismo (descenso en rappel por cascadas). En este mismo lugar se encuentra ubicado el Cañón del Chicamocha, las condiciones geográficas son ideales para practicar parapente. Según la página de “Aventura Colombia” canyoning, el rappel y la espeleología son otras actividades que se pueden realizar en las numerosas cuevas y cascadas de la zona (Cueva de la Vaca, cerca de Curití; Cueva del Indio, cerca de Páramo; la Antigua).

En 2002 el Ministerio de Comercio Industria y Turismo indicó que: La potencialidad para el turismo de aventura se identificó como producto bandera para el departamento de Santander y se evidenció como servicio complementario al ecoturismo y otros tipos de turismo, en el 45% de los clústeres analizados.

6.1.6 El turismo internacional

El mundo se transformó luego de la pandemia del coronavirus en todo sentido y el sector del turismo no estuvo exento de estos cambios. Éste fue uno de los más golpeados por el cierre de los hoteles, las medidas restrictivas en materia de movilidad, el cierre de las fronteras, la prohibición de los gobiernos al flujo de turistas del exterior e incluso la clausura del espacio aéreo. De ahí que se generará una profunda incertidumbre acerca del futuro del turismo. Surgieron entonces muchos interrogantes ¿Cómo lograr la recuperación y la reapertura del turismo? ¿Cómo reinventar una industria que estaba en crisis y cómo enfrentar los nuevos desafíos luego de la pandemia?

En los últimos cuatro años el turismo a nivel internacional ha ido evolucionando aceleradamente. Según el portal de noticias Deutsche Welle (DW) (PONER FECHA) la crisis sanitaria trajo como resultado el impulso de la digitalización en numerosos ámbitos. Según los últimos datos del Barómetro de la Organización Mundial del Turismo (2023), los ingresos por turismo internacional alcanzaron los \$1,4 billones en ese año, aproximadamente, el 93% de los \$1,5 billones ingresados por los destinos en 2019. El turismo cerró el 2023 con 1.300 millones de viajeros, el 88% de las cifras que se presentaron en el 2019 antes de la pandemia. En cuanto a las cifras de crecimiento que se presentaron en el 2023 la OMT informó que:

-El Medio Oriente lideró la recuperación, con un 20% por encima de los niveles previos a la pandemia hasta septiembre de 2023. Hasta ese momento, fue la única zona que excedió los niveles de 2019.

-Europa, se consolidó como la mayor región de destino del mundo, que recibió 550 millones de turistas internacionales en los primeros nueve meses del año, es decir, el 56% del total global, un número que representa el 94% de los niveles prepandémicos.

- África recuperó el 92% de los visitantes durante el mismo periodo.
- América alcanzó el 88% de los números de 2019 de enero a septiembre. La región se benefició de la fuerte demanda estadounidense, especialmente para los destinos del Caribe.
- Asia y el Pacífico alcanzaron el 62% de los niveles de 2019 debido a la reapertura más lenta de los viajes internacionales. Sin embargo, el rendimiento entre las subregiones es variado, ya que el sur de Asia recuperó el 95% de los niveles prepandémicos, y el noreste asiático sólo el 50%.

Según los datos emitidos por la ONU Turismo, el sector recuperará en 2024 los niveles registrados antes de la pandemia y las estimaciones iniciales le apuntan a un crecimiento del 2% en relación con los niveles alcanzados en el 2019, sin embargo, se cree que esto estará sujeto a la recuperación de Asia debido a la coyuntura económica y geopolítica desfavorable por la que está pasando, de modo que, hay retos bastante importantes que pueden repercutir en el avance del turismo como la persistente inflación, los altos tipos de interés, la volatilidad de los precios del petróleo entre otros indicadores económicos, que tienen efectos directos sobre los precios del alojamiento y el transporte. El turismo mundial está sujeto a elementos externos como la política internacional y la economía, pues depende del rumbo que tome para que se den las condiciones ideales para el aumento de los viajeros.

6.1.7. Turismo en Colombia

El sector del turismo en Colombia según el Banco de la República presentó un crecimiento favorable, porque al cierre de 2023 tuvo un ingreso récord de US\$9.000 millones por transporte aéreo de pasajeros y viajes, lo que significa un crecimiento de 22,4 % en comparación a 2022. Así mismo, un informe de la Oficina de Estudios Económicos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, acerca del acumulado de visitantes al cierre de noviembre indicó

que representó un aumento de 26,1% respecto al mismo periodo de 2022, cuando habían llegado al país 4.113.548 visitantes no residentes, según cifras de Migración Colombia.

En la columna Josefina Schaer, directora regional de Relaciones Institucionales de Despegar para el diario económico Portafolio, menciona que Colombia fue escogida en los World Travel Awards, premios que reconocen lo mejor del turismo, en la categoría “Destino Verde Líder de Suramérica 2023”. Pues en el 2023 llegaron al país 435.500 viajeros jóvenes, marcando un 29% en comparación con el mismo período del 2022. Uno de los factores que ha contribuido al aumento del número de turistas en la nación suramericana es el crecimiento de la conectividad aérea colombiana con nuevas rutas, ya que facilita la llegada de más viajeros de todo el mundo. Para que esto continúe en ascenso es conveniente seguir promocionando a Colombia como un destino cultural y natural (Schaer, 2024).

6.1.8. Los retos del turismo en Colombia

La seguridad es uno de los aspectos más importantes que Colombia tiene que trabajar en referencia no solo a los turistas a quienes visitan el país sino también a sus ciudadanos. Actualmente en ese sentido no está pasando por el mejor momento y por eso hay que considerar que esta puede ser una problemática que afecta la imagen del país y por tanto la llegada de más viajeros.

María Claudia Lacouture en su libro “Turismo sostenible, Diez consejos para lograrlo” (2019), explica que:

La seguridad es una de las variables más importantes, si no la más importante en el desarrollo turístico a largo plazo. Lograr una estabilidad que le permita a los turistas disfrutar de las experiencias sin poner en riesgo su integridad, su salud, su vida, su

patrimonio y que la presencia masiva de visitantes no altere la tranquilidad ciudadana local ni afecte el medioambiente es fundamental.

El país debe ofrecer ciertas garantías en el entorno, las normas y los procedimientos que son de esencial cumplimiento en el lugar que se visita. Algunos extranjeros en Colombia han denunciado los cobros excesivos en ciertos productos o servicios que se presentan en algunos lugares de la nación, así como también han denunciado atracos. Por eso es necesario que se establezcan políticas que impidan que se deteriore la imagen turística por estas situaciones. La OMT indica que cualquier plan de seguridad incluye riesgos potenciales según los tipos de viajes, localizaciones y sitios afectados, la prevención de delitos contra turistas, protección de los delincuentes y de los sitios e instalaciones turísticas. Aunque de por sí el turismo conlleva ciertos riesgos de accidentalidad dentro del desarrollo de las actividades como fracturas, caídas y ahogamientos entre otros. La responsabilidad de los prestadores turísticos y de los países que se visitan es reducir al máximo el riesgo e implementar el mejoramiento de la calidad del servicio lo cual repercute en la satisfacción del turista.

6.2. Ecoturismo

Para la Sociedad Internacional de Ecoturismo, el ecoturismo es “un viaje responsable a zonas naturales que preserva el medio ambiente y apoya el bienestar de las comunidades locales” (The International Ecotourism Society , 2015). El arquitecto y ambientalista mexicano Héctor Ceballos Lascuráin creó el término en 1983 y los conceptos básicos del Ecoturismo, los cuales han sido reconocidos por las autoridades del turismo mundial (OMT), las Naciones Unidas (ONU), la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN), el Congreso de Expertos de la Naturaleza (AJEST). Para Ceballos Lascuráin, el ecoturismo “es la forma de turismo que consiste en visitar áreas naturales relativamente intactas o poco alteradas, con el objeto de estudiar y admirar el

paisaje, la flora y los animales salvajes que acogen, así como toda manifestación cultural (pasada o presente), observable en estas zonas (Orgaz Agüera & Castellanos Verdugo, 2013)”.

6.2.1. Evolución el Ecoturismo

Antes que se conociera el concepto de ecoturismo, alrededor de los años 70, se le conocía como “ecotour” el cual consistía en un recorrido silvestre o visita a un lugar de interés generalmente con fines educativos. Durante los años 80 y 90, se promueven eventos donde se habla de la importancia de preservar los recursos naturales, desplegando esfuerzos tanto nacionales como internacionales para preservar y conservar los lugares históricos, naturales y religiosos aún en tiempos de conflictos, los más importantes son la Conferencia Mundial del Turismo que se realizó en Manila (Filipinas) y Cumbre de la Tierra que se realizó en Rio de Janeiro (Brazil) de ahí se establecen los “Principios de Rio” donde “la protección del medioambiente y el desarrollo económico y social son esenciales para lograr el desarrollo sostenible” (Ecotraveling, 2022). El año 2002 fue designado por las Naciones Unidas el año del ecoturismo, durante este año se celebró La Cumbre Mundial del Ecoturismo en Quebec (Canadá), en la “Declaración de Quebec” se estableció que el ecoturismo va de la mano con el turismo sostenible ya que son similares en aspectos sociales, económicos y naturales pero no son lo mismo ya que el ecoturismo “contribuye activamente a la conservación del patrimonio natural y cultural, incluyendo a las comunidades locales e indígenas” (Ecotraveling, 2022) a partir de ahí este se ha convertido en la forma de turismo más popular, el ecoturismo presenta gran variedad de ofertas naturales como lagos, ríos, montañas, bosques, nevados, desiertos, y en estos escenarios y de acuerdo con la motivación e interés del turista, se pueden desarrollar diferentes actividades recreativas tales como cabalgatas, acampadas, caminatas, buceo, escalada. A nivel comercial el término ecoturismo ha tenido éxito porque se presenta como una actividad turística

novedosa, que se asocia al aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de una región. Las naciones alrededor del mundo que han sido “pioneras en ecoturismo son Kenia, Costa Rica, Belice y Ecuador.”

En la actualidad, el ecoturismo a nivel global ha crecido significativamente gracias a las mejoras en la tecnología, como las plataformas de redes sociales que nos permiten a todos aprender y conocer sobre lugares únicos en todo el mundo. Sin embargo, continúa siendo igual de importante educar a los visitantes sobre los cuidados del medio ambiente y de estos lugares naturales, históricos, religiosos y culturales.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Villanueva, Santander, tiene un gran potencial para convertirse en un gran destino turístico al estar ubicado cerca de Barichara, pueblo declarado patrimonio cultural del país, tiene la capacidad de atraer visitantes de todas partes del mundo, dados los atractivos no solo históricos sino de naturaleza que tiene para ofrecer, por eso el objetivo principal del Casa Chicalá es posicionar este municipio a nivel nacional e internacional. El ingreso de visitantes extranjeros e incluso nacionales a Villanueva aún no es significativo, sin embargo, las proyecciones a futuro son positivas, con la apertura del Aeropuerto de Los Pozos, en San Gil y una buena estrategia de marketing podría incrementar el número de viajeros que vayan a disfrutar de la arquitectura colonial, gastronomía típica de la región, el senderismo, la visita a parques naturales, miradores, caminos reales y visitas a pueblos y deportes extremos.

Casa Chicalá se ha diseñado con una infraestructura de alta calidad, en las cuales se utilizan técnicas y materiales de construcción de la zona, como la piedra labrada y tapia pisada, en conjunto con técnicas de construcción modernas y amigables con el medio ambiente, sobre todo para la recolección del agua, un bien primordial y a veces escaso en esta zona, en especial en la época de verano. El municipio de Villanueva cuenta con canteras de piedra y talleres dedicados al arte de labrar la piedra. Para la adecuación y decoración de Casa Chicalá se contará con la ayuda de artesanos locales, que serán los encargados de darle vida a este proyecto con sus artesanías, tejidos, pinturas, esculturas, entre otros. La casa contará con cómodas habitaciones con balcón, áreas comunes acogedoras y piscinas para adultos y niños. La capacidad instalada está pensada para atender eficientemente a familias y parejas, ofreciendo un ambiente seguro y amplio, rodeado de naturaleza. La servucción se centra en brindar una experiencia personalizada,

con atención continua desde el momento de la reserva y llegada, hasta la salida de los huéspedes, asegurando que todas sus necesidades sean satisfechas para maximizar el disfrute de su estadía.

El proyecto Casa Chicalá cumplirá con todos los requisitos legales necesarios para su operación. Esto incluye las licencias de construcción y operación, normativas ambientales y de seguridad, así como las regulaciones sanitarias y fiscales. La conformidad con estos requisitos es esencial para asegurar la legalidad y sostenibilidad del negocio. Se dará prioridad en la contratación de los colaboradores que se requieren en Casa Chicalá a los que sean de Villanueva, con esto se busca apoyar el empleo del municipio, también se harán alianzas con los campesinos para comprarles directamente los insumos y alimentos necesaria para la Casa Chicalá.

Desde una perspectiva financiera, el proyecto Casa Chicalá se muestra prometedor. Tras un análisis exhaustivo de factores como la ubicación, la demanda turística en la región, la competencia y las proyecciones de ventas, se espera que Casa Chicalá se convierta en un destino de alojamiento turístico exclusivo, exitoso y rentable a largo plazo. Los cálculos financieros realizados muestran un escenario positivo para el proyecto, sin embargo, es fundamental mantener una vigilancia constante sobre las condiciones y las ofertas del mercado, las preferencias de los clientes, ajustando la oferta según sea necesario para garantizar la viabilidad y rentabilidad continua del proyecto, manteniéndose dentro del presupuesto, buscando las mejores alternativas en cuanto a precio-calidad, para las compras de insumos de aseo, alimentos, menaje, equipos, electrodomésticos, y lo que se requiera para el funcionamiento de la Casa Chicalá, para mantenerse siempre a la vanguardia . Con una infraestructura de calidad, servicios personalizados y una estrategia de marketing enfocada en el público objetivo, se espera un crecimiento significativo en la afluencia de turistas. Casa Chicalá no solo será un lugar para hospedarse, sino una experiencia inolvidable para cada visitante.

BIBLIOGRAFÍA, CIBERGRAFÍA O REFERENCIAS

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (22 de Diciembre de 2020). *Política de Turismo Sostenible: "Unidos por la Naturaleza"*. Obtenido de Departamento Nacional de Planeación : <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible>

Santander para el mundo 2020-2023. (18 de Marzo de 2020). *Plan de Desarrollo 2020-2023*. Obtenido de Gobernación de Santander:

<https://santander.gov.co/publicaciones/7651/plan-de-desarrollo-2020-2023/>

UNWTO. (Mayo de 2023). *UNWTO - Últimos datos sobre turismo*. Obtenido de BARÓMETRO OMT DEL TURISMO MUNDIAL: <https://www.unwto.org/es/barometro-del-turismo-mundial-de-la-omt>

Toda Colombia. (21 de Febrero de 2019). *Toda Colombia*. Obtenido de Clima Departamento de Santander: <https://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/santander/clima.html>

World Travel & Tourism Council . (2022). *World Travel & Tourism Council* . Obtenido de Economic Impact Research: <https://wtcc.org/research/economic-impact>

Prensa Presidencia . (5 de Julio de 2023). *Presidencia de la República*. Obtenido de Colombia, tercer país en América en superar las cifras prepandemia en turismo, según la Organización Mundial del Turismo:
<https://petro.presidencia.gov.co/prensa/Paginas/Colombia-tercer-pais-en-America-en-superar-las-cifras-prepandemia-en-turismo-segun-la-Organizacion-Mundial-230705.aspx#:~:text=Colombia%20es%20el%20tercer%20pa%C3%ADs,a%C3%B1o%20antes%20de%20la%20pandemia.>

UNWTO . (s.f.). *SOBRE LA OMT*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/acerca-de-la-omt>

OMT y ONU. (1 de Octubre de 1999). *Código Ético Mundial para el Turismo*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo : https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/37826/gcetbrochureglobalcodees.pdf

Banco Mundial . (07 de Junio de 2023). *Colombia: panorama general*. Obtenido de Banco Mundial : <https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview>

Gallego, C. M. (2023 de Enero de 2023). *El nuevo gobierno y el proceso de paz con el ELN: expectativas, retos y escepticismos*. Obtenido de Periodico UNAL: <https://periodico.unal.edu.co/articulos/el-nuevo-gobierno-y-el-proceso-de-paz-con-el-eln-expectativas-retos-y-escepticismos>

Fernández, A. G. (07 de Junio de 2021). *El País*. Obtenido de Barichara, el hermoso municipio de Santander que no puede dejar de conocer: <https://www.elpais.com.co/entretenimiento/viajes/barichara-el-hermoso-municipio-de-santander.html>

Barichara Vive. (s.f.). *Declaratoria Barichara Monumento Nacional*. Obtenido de Barichara Vive : <https://baricharavive.com/viva-mexico-2-2-3-2-4-4-3-2-copy-copy-3-copy-2-copy-33-copy-2-copy-copy-copy-copy-2-copy-copy-copy/nggallery/slideshow>

El Espectador. (11 de Julio de 2013). *Historia y piedra en Barichara, "el pueblo más lindo de Colombia"*. Obtenido de El Espectador - Turismo: <https://www.elespectador.com/turismo/historia-y-piedra-en-barichara-el-pueblo-mas-lindo-de-colombia-article-433072/>

Travelgrafia. (s.f.). *Barichara Santander*. Obtenido de Travelgrafia:

<https://travelgrafia.co/blog/barichara-santander/>

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2022). *Informes*. Obtenido de Cámara de Comercio de Bucaramanga:

https://www.camaradirecta.com/imagenes/vdo_conexion/cone_bc52c5aa4fdea2260b48839b5734e05d4470454d.pdf

El Espectador. (30 de Junio de 2023). *El sector turístico en Santander aporta a la economía \$700.000 millones cada año*. Obtenido de El Espectador :

<https://www.larepublica.co/especiales/santander-corazon-de-colombia/el-sector-turistico-en-santander-aporta-a-la-economia-700-000-millones-cada-ano-3648207#:~:text=El%20sector%20tur%C3%ADstico%20en%20Santander%20aporta%20a%20la%20econom%C3%ADa%20%24700.00>

Gobernación de Santander. (12 de Diciembre de 2022). *Boletín de Prensa No. 16* . Obtenido de Gobernación de Santander Secretaría de Cultura y Turismo:

<https://santander.gov.co/documentos/2050/secretaria-de-cultura-y-turismo/>

Sistema de Información Turístico. (2019). *Participación visitantes extranjeros*. Obtenido de SITUR : <http://www.sitursantander.co/Estadisticas/Graficos>

Muñiz, L. (2010). *Guía práctica para mejorar un plan de negocio*. Barcelona: Profit Editorial.

Moyano , L. E. (2015). *Plan de Negocios*. Lima: Editora Macro.

Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el plan de negocios*°. Mexico: BV Counsulting.

El Gran Santander. (03 de Junio de 2020). *Villanueva Corredor turístico de Santander*. Obtenido de Revista el Gran Santander: <https://elgransantander.com/villanueva-corredor-turistico-de-santander>

Telencuestas. (2022). *Cuántos habitantes tenía Villanueva, Santander en 2022*. Obtenido de

Telencuestas: <https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2022/santander/villanueva>

Weekend Santander. (2023). *Villanueava*. Obtenido de Weekend Santander:

<https://www.weekendsantander.com/blogs/villanueva>

Colprensa. (12 de Noviembre de 2022). *El corredor turístico imperdible del nororiente*.

Obtenido de Cambio: <https://cambiocolombia.com/la-fuerza-de-las-regiones/el-corredor-turistico-imperdible-del-nororiente>

Saberes Patiamarillos. (s.f.). *Saberes Patiamarillos*. Obtenido de Saberes Patiamarillos:

<https://www.saberespatiamarillos.com/que-hacer-en-barichara-4>

Ecolombia Experience. (2018). *Ecolombia Experience*. Obtenido de Ecolombia Experience:

<https://sangildeportesextremos.com>

Itinari. (2023). *Parque Nacional Natural Serranía de Los Yariguíes*. Obtenido de Itinari:

<https://www.itinari.com/es/location/parque-nacional-natural-serrania-de-los-yariguies#:~:text=La%20mejor%20época%20para%20visitar,más%20accesibles%20durante%20esta%20época>.

Parque Nacional del Chicamocha. (2023). Obtenido de Parques de Santander:

<https://parquesdesantander.com/parques/parque-nacional-del-chicamocha/>

Vanguardia . (08 de Septiembre de 2023). *Aeropuerto de San Gil estrenó su primera ruta de*

aviación comercial. Obtenido de Vanguardia :

<https://www.vanguardia.com/economia/local/aeropuerto-de-san-gil-estreno-su-primera-ruta-de-aviacion-comercial-IH7458758>

Invest in Santander . (s.f.). *Santander Corazón de Colombia*. Obtenido de Invest in Santander :

<https://www.investinsantander.co/razones-para-invertir-/conectividad-redes-conexin-transporte-aeropuertos-fluvial/>

Colprensa. (12 de Noviembre de 2022). *El corredor turístico imperdible del nororiente*.

Obtenido de Cambio: <https://cambiocolombia.com/la-fuerza-de-las-regiones/el-corredor-turistico-imperdible-del-nororiente>

Flight Connections. (2023). *Vuelos sin escala desde Bucaramanga (BGA)*. Obtenido de Flight

Connections: <https://www.flightconnections.com/es/vuelos-desde-bucaramanga-bga>

Romo, H. L. (1988). La metodología de encuesta. En L. J. Galindo Caceres, *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación* (págs. 33-73). Ciudad de México:

Logman.

Observatorio de Turismo de Bucaramanga. (2022). *Boletín de Turismo de Bucaramanga*

Consolidado 2022. Obtenido de Instituto Municipal de Cultura y Turismo de

Bucaramanga: <https://turismo.imct.gov.co/wp-content/uploads/2023/05/BOLETIN-DE-TURISMO-2022-CONSOLIDADO.pdf>

La República . (Junio de 2023). *Santander, corazón de Colombia*. Obtenido de La República :

<https://www.larepublica.co/especiales/santander-corazon-de-colombia/el-sector-turistico-en-santander-aporta-a-la-economia-700-000-millones-cada-ano-3648207>

Díaz, L. L. (2023). *Empresas SAS, qué son, cómo se crean y sus beneficios* . Obtenido de El

Tiempo : <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/empresas-sas-que-son-como-se-crean-y-sus-beneficios-735699>

Registro Nacional de Turismo . (s.f.). *Camara de Comercio Bucaramanga* . Obtenido de

<https://www.camaradirecta.com/media/a88fbed28a0947619b92da829e5e305babe7ff.pdf>

SBM Sociedades. (s.f.). *SBM Sociedades*. Obtenido de BENEFICIOS DE FORMAR UNA S.A:

<https://sbmsociedades.com/blog/beneficios-formar-s-a/#:~:text=Una%20S.A%20genera%20una%20muy,%2C%20finanzas%2C%20legalidad%2C%20etc.>

Lofwork. (2022). *Sociedad anónima: Qué es, Características, requisitos y ventajas*. Obtenido de

Lofwork: <https://www.lofwork.cl/que-es-una-sociedad-anonima/#:~:text=Una%20de%20las%20principales%20desventajas,personas%20para%20constituir%20la%20organización.>

Abogados Legal Team Workers. (s.f.). *Ventajas y Desventajas de una S.A.S. en Colombia*.

Obtenido de Abogados Legal Team Workers:

<https://abogadocolombia.wordpress.com/2016/08/03/ventajas-y-deventajas-de-una-s-a-s/>

M Abogados. (2023). *¿Qué es una sociedad de responsabilidad limitada en Colombia?* Obtenido

de M Abogados: <https://www.mabogados.co/blog/sociedad-de-responsabilidad-limitada/#:~:text=Constitución%20de%20una%20sociedad%20limitada&text=Se%20puede%20constituir%20mediante%20documento,inferiores%20a%20500%20salarios%20m%C3%ADnimos.>

Función Pública. (s.f.). *SUIT* . Obtenido de

<https://visorsuit.funcionpublica.gov.co/auth/visor?fi=85242>

Lobby. (2021). *¿Cómo abrir un hotel o un hostel? Guía paso a paso*. Obtenido de Lobby:

<https://lobbypms.com/impulsar-hotel/como-abrir-hotel/>

Reinoso Sanchez, M. A. (2009). El análisis matemático aplicado al cálculo de la muestra. En M. A. Sanchez, *El análisis matemático aplicado al cálculo de la muestra* (pág. 6). Ciencia UNEMI.

Cuerpo oficial de bomberos Bucaramanga. (2023). *VISITA DE INSPECCIÓN A ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES*. Obtenido de Cuerpo oficial de bomberos:
<https://bomberosdebucaramanga.gov.co/contenido/inspecciones-comerciales/>

Alcaldía de Villanueva . (s.f.). *Alcaldía Municipal de Villanueva Santander*. Obtenido de Alcaldía Municipal de Villanueva Santander: <https://www.villanueva-santander.gov.co/>

Cámara de Comercio Bucaramanga . (s.f.). *Impuesto Registro* . Obtenido de Cámara de Comercio Bucaramanga :
<https://www.sintramites.com/sintramites/General/ImpuestoRegistro.html>

Fuster, L. F. (1974). *Teoría y técnica del turismo*. En L. F. Fuster. Madrid : Editora Nacional.
Naciones Unidas. (1971). *Directrices para la compilación de estadísticas de turismo*. Nueva York : Secretaría de la UNCTAD.

Mojica Campo, L. (2008). *Mi primer concepto de turismo*. Bogotá : Universidad Externado de Colombia.

Acerenza, M. (2017). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. Editorial Trillas.

Palomo, M. F. (1985). *Teoría económica del turismo*. Madrid: Alianza Editorial.

Muñoz de Escalona, F. (2015). REFLEXIONES SOBRE LA EPISTEMOLOGÍA DEL TURISMO. En F. M. Escalona, *Revista de Antropología Experimental* (págs. 85-99). Jaen: Universidad de Jaén (España).

National Park Service . (s.f.). *About Us*. Obtenido de National Park Service :
<https://www.nps.gov/aboutus/index.htm>

Parque Nacional Nahuel Huapi. (s.f.). *Parque Nacional Nahuel Huapi*. Obtenido de Parque Nacional Nahuel Huapi: https://www.nahuelhuapi.gov.ar/notas_principal/pnnh.html

Ministerio de Salud y Ambiente. (s.f.). *Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable*.

Obtenido de , Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable:

www.medioambiente.gov.ar»

Lacouture, M. C. (2018). *Turismo naturaleza, tendencia mundial*. Obtenido de La República:

<https://www.larepublica.co/analisis/maria-claudia-lacouture-402341/turismo-naturaleza-tendencia-mundial-2797710#:~:text=El%20turismo%20de%20naturaleza%20representa,alojamientos%20que%20incluyen%20pr%C3%A1cticas%20ecol%C3%B3gicas>»

0turismo%20de%20naturaleza%20representa,alojamientos%20que%20incluyen%20pr%C3%A1cticas%20ecol%C3%B3gicas»

Oliveira, S. (2007). La importancia de la gastronomía en el turismo. Un ejemplo de Mealhada -

Portugal. En S. Oliveira, *Gastronomía y Turismo* . Instituto Politécnico de Leiria .

ONU Turismo. (2023). *8º Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT*. Obtenido de

<https://www.unwto.org/es/8-unwto-world-forum-gastronomy-tourism>

Hernández Mogollón, J. M. (2015). El turismo gastronómico como experiencia cultural. El caso

práctico de la ciudad de Cáceres (España). En E. D.-G. José Manuel Hernández

Mogollón. Cáceres : Boletín De La Asociación De Geógrafos Españoles.

Beltrán Galindo, L. C. (2008). Turismo de aventura: reflexiones sobre su desarrollo y

potencialidad en Colombia. En *Turismo y Sociedad* (págs. 103–112). Bogotá:

Universidad Externado de Colombia.

Osorio Osorio, J. A. (2016). La aventura del turismo; revivificando la cultura a través del turismo

y el patrimonio. En *Del turismo aventura a la aventura del Turismo: Gestión del*

patrimonio cultural y sus usos turísticos en el altiplano Cundiboyacence (págs. 285-295).

Huelva: Universidad de Huelva España.

Schaer, J. (2024). ¿A dónde va el turismo del país en 2024? *Portafolio*.

The International Ecotourism Society . (2015). *What Is Ecotourism?* Obtenido de The International Ecotourism Society : <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>

Orgaz Agüera, F., & Castellanos Verdugo, M. (2013). *Conceptualización y consideraciones en torno al ecoturismo*. Obtenido de Revista de investigación en turismo y desarrollo local: https://www.eumed.net/rev/turydes/15/turismo-sostenible.html#google_vignette

Ecotraveling. (2022). *Historia del Ecoturismo*. Obtenido de Ecotraveling : <https://ecotraveling.info/historia-y-evolucion-del-ecoturismo/>

Fernandez , J. R. (2023). *Tasa Interna de Retorno* . Obtenido de Sage : <https://www.sage.com/es-es/blog/tasa-interna-de-retorno-tir-que-es-y-como-se-calcula/>

Váquiro, J. D. (2019). *El Valor Presente Neto*. Obtenido de Pymes Futuro: <https://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm>

Bello, E. (2022). *Las 5 fuerzas de Porter: Qué son, ejemplos y cómo aplicarlo a tu negocio*. Obtenido de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/las-5-fuerzas-porter-marketing-digital/>

Corporación Autónoma Regional de Santander . (2021). *Corporación Autonoma Regional de Santander* . Obtenido de CAS: <https://cas.gov.co/5-retos-plan-de-accion/reto-4-santander-biodiverso/>

Porvenir. (2022). *¿Qué son los aportes parafiscales en Colombia?* . Obtenido de Porvenir : <https://www.porvenir.com.co/web/independiente/obligaciones-dia/que-son-parafiscales> (s.f.).

