

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL TEMÁTICO EN LA
CIUDAD DE TUNJA.

FRANCY JULIETH ARCOS SANABRIA

SANDRA MILENA HERNÁNDEZ MOYA

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

DIVISIÓN DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TUNJA

2019

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL TEMÁTICO EN LA
CIUDAD DE TUNJA.

FRANCY JULIETH ARCOS SANABRIA

SANDRA MILENA HERNÁNDEZ MOYA

Director de proyecto

Dr. JORGE ERNESTO GONZALEZ HOFMANN

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

DIVISIÓN DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TUNJA

2019

NOMBRE DEL PROYECTO Y DE LOS FORMULADORES

“Plan de negocio para la creación de un motel temático en la ciudad de Tunja.”

- Francy Julieth Arcos Sanabria. Tecnólogo en gestión bancaria y entidades financieras del SENA, candidata a opción de titulación profesional en Administración de Empresas. de la Universidad Santo Tomás de Aquino, seccional Tunja – Boyacá, con desempeño laboral en áreas de asistencia administrativa y micro finanzas. *

- Sandra Milena Hernández Moya. Bachiller técnico en Electricidad y Electrónica de la I.E. Técnica Industrial Antonio Ricaurte de Villa de Leyva, candidata a opción de titulación profesional en Administración de Empresas. de la Universidad Santo Tomás de Aquino, seccional Tunja – Boyacá, con desempeño laboral principalmente en el área de mercadeo y comercialización. *

** Información hojas de vida completas en la parte final de los anexos.*

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIAS

Este plan de negocio quiero dedicarlo principalmente a mi madre por su apoyo incondicional en cada ciclo y paso de mi vida.

A la Universidad Santo Tomas y sus profesores por brindar sus conocimientos en función de guiar y apoyar el desarrollo de este plan de negocios.

A dios por guiarme y permitirme culminar con este proceso tan importante para mi vida profesional.

A mi familia por su constante apoyo y orientación para el desarrollo de mis sueños.

A la universidad Santo Tomas, sus profesores y en especial a nuestro tutor quien con sus conocimientos y apoyo constante, permitió culminar este proyecto académico.

A mi compañera de estudio y amiga Francy Arcos por su apoyo y acompañamiento este largo proceso.

Sandra M. Hernández M.

Agradezco a Dios por guiarme, acompañarme y permitirme culminar este gran logro.

A mis padres por su amor, su compañía y su apoyo incondicional en este proyecto de vida; a mi padre por darme la oportunidad de poder iniciar este propósito académico y a mi madre por su voz de aliento en cada momento de dificultad, a los dos mis más sinceros agradecimientos por confiar en mí y por permitir que este sueño de ser profesional hoy se haga realidad.

También agradezco a la institución, a los directivos administrativos, a los docentes, a mi tutor de tesis, a mis compañeros y a todos quienes me brindaron su apoyo y sus conocimientos como aporte a mi formación.

Por ultimo agradezco a mi compañera de tesis, quien con su entrega y dedicación permitió que culmináramos esta etapa, además de su amistad leal y su compañía en todo momento.

Este trabajo lo dedico a mi hermano, por haber creído en mí, por haber apoyado mi sueño para crecer y ser una mejor persona, por su voz de aliento, por sus palabras de lucha y entrega constante a pesar de las adversidades, por haber querido un mundo y una vida perfecta para mí, a él gracias por todo lo que me brindo, gracias por haber sido mi compañía y MI MEJOR HERMANO, gracias y mil gracias.

Hoy culmino una etapa importante en mi vida y la dedico a ti, mi mejor ángel, hoy alzó mi voz de agradecimiento hasta el cielo, te llevo en mi corazón y quiero que junto con mis padres estés feliz y orgulloso de saber que soy y seré la mejor “Administradora De Empresas”.

Francy J. Arcos S.

RESUMEN

El plan de negocios Para la creación de un motel temático en la ciudad de Tunja presenta una estructura de análisis de mercado donde se estableció e mercado potencial del negocio desde la aplicación de una encuesta, lo precede un análisis técnico donde se establecieron los requerimientos físicos, humanos y financieros necesarios para el funcionamiento del negocio acorde a la innovación presentada en la idea de negocio. Inmediatamente se aprecia el estudio organizacional y legal de la empresa donde se estableció su formalización como S.A.S., denominada COMIC MOTEL SAS, su estructura orgánica, manuales de funciones y otros manuales que se necesitan para este tipo de negocio. Finalmente podemos encontrar el estudio financiero, donde se muestra la cuantificación de la inversión, comparada en los flujos de fondos con los Ingresos menos los costos y gastos de operación en la puesta en funcionamiento del negocio. En este último estudio se pudo apreciar la viabilidad económica del proyecto ofreciendo una TIR del 47% en cinco años frente a una tasa de oportunidad del 15% si se financiara con un crédito y sin financiamiento aun arroja una TIR más alta del 52% con la misma TIO el cual resulta atractivo frente a una alta inversión que bordea los \$800.000.000 de pesos y teniendo en cuenta que es una idea poco convencional dentro de los planes de negocio más conocidos y con ese valor agregado de ser un motel temático de comics, lo cual también resulta atractivo para los clientes potenciales (parejas) tanto de la ciudad de Tunja como de sus municipios más cercanos.

ABSTRAC

The business plan for the creation of a themed motel in them Tunja city, has a structure done market analysis and market potential of the business was established since the implementation of a survey, This is preceded by a technical analysis where the physical, human and financial requirements necessary for the operation of the business were established according to the innovation presented in the business idea. The organizational and legal study of the company where its formalization as S.A.S., called COMIC MOTEL SAS, its organic structure, function manuals and other manuals needed for this type of business is immediately appreciated. Finally we can find the financial study, where the quantification of the investment is shown, compared in the cash flows with the Income minus the costs and operating expenses in the start-up of the business. In this last study, the economic viability of the project could be appreciated by offering an IRR of 47% in five years compared to an opportunity rate of 15% if it was financed with a loan and without financing it still yields a higher IRR of 52% with the same TIO which is attractive against a high investment that borders the \$ 800,000,000 pesos and considering that it is an unconventional idea within the best known business plans and with that added value of being a comic-themed motel, which is also attractive to potential customers (couples) of both the city of Tunja and its closest municipalities.

Lista de tablas

<i>Tabla 1. Proyección de la población Tunjana (DANE, 2016)</i>	16
<i>Tabla 2. Identificación de servicios públicos</i>	41
<i>Tabla 3. Requerimientos de muebles y enceres del proyecto</i>	51
<i>Tabla 4. Personal requerido</i>	59
<i>Tabla 5. Presupuesto de construcción</i>	78
<i>Tabla 6. Presupuesto de inversión sin financiamiento</i>	85
<i>Tabla 7. Presupuesto de inversión con financiamiento</i>	86
<i>Tabla 8. Presupuesto de costos de producción o de prestación del servicio</i>	87
<i>Tabla 9. Presupuesto de gastos de administración</i>	88
<i>Tabla 10. Presupuesto gastos de ventas</i>	88
<i>Tabla 11. Resumen de presupuesto de costos y gastos de operación</i>	88
<i>Tabla 12. Programa de ingresos anuales con incremento de precio con índice de inflación del 5%</i>	89
<i>Tabla 13. Flujo de caja con financiamiento</i>	92
<i>Tabla 14. Flujo de caja con financiamiento</i>	93
<i>Tabla 15. Flujo de fondos con financiación</i>	94
<i>Tabla 16. Flujo de fondos sin financiamiento</i>	95
<i>Tabla 17. Flujo neto sin financiamiento para aplicar VPN y TIR</i>	96
<i>Tabla 18. Flujo neto con financiamiento para aplicar VPN y TIR</i>	97
<i>Tabla 19. Amortización del crédito</i>	98

Lista de Figuras

Figura 1 Espina de pescado causas y efectos	6
Figura 2 Árbol de medios y fines del sector moteles de la ciudad de Tunja.....	7
Figura 3 Caracterización socio-económica de Tunja y de la región central POT p. 30.....	9
Figura 4. Caracterización demográfica de Tunja y de la región central POT p. 18.....	10
Figura 5 Línea del tiempo moteles en Chile (Concha, Calle 2012)	19
Figura 6 Pregunta 1. Caracterización de Género.	24
Figura 7 Pregunta 2. ¿Ha tomado anteriormente los servicios ofrecidos en un motel?	25
Figura 8 Pregunta 3. ¿Por cual de los siguientes aspectos no ha hecho uso de los servicios ofrecidos por los diferentes establecimientos?.....	25
Figura 9 Pregunta 3. De acuerdo con su concepto, califique de 1 a 5 el portafolio de servicios ofrecidos por el establecimiento.	26
Figura 10 Al momento de buscar un servicio de motel, ¿Qué es lo que mas le interesa?	26
Figura 11 ¿Tiene algun grado de conocimiento sobre que es un motel temático?.....	27
Figura 12 ¿Qué expectativa se generaría en usted, si le informan que se pretende llevar a cabo el proyecto de crear un motel temático en la ciudad de Tunja?.....	28
Figura 13 ¿Qué temáticas le gustaría encontrar en el motel?.....	28
Figura 14 Si Tunja contara con un motel temático, ¿En qué lugar le gustaría que estuviera ubicado?	29
Figura 15 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicio ofertados por el motel temático (3horas)? ...	29
Figura 16 Si desea hacer uso del motel temático toda la noche, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?.....	30
Figura 17 ¿Con cuál de los siguientes servicios le gustaría que contará el motel temático?	30
Figura 18 ¿En qué horario considera usted que visitaría el establecimiento?.....	31
Figura 19 ¿Con qué frecuencia haría uso de los servicios del motel temático?.....	31
Figura 20. Días de frecuencia de uso	32
Figura 21. Proyección de los ingresos de acuerdo a la capacidad instalada	37
Figura 22. Capacidad instalada del proyecto.	40
Figura 23 .Localización del proyecto elaborada por las autoras	42
Figura 24. Flujoograma de proceso de prestación del servicio.....	45
figura 25. Mapa de procesos estratégicos	46
figura 26. Organigrama	60
figura 27. Nómina de sueldos de personal	71
figura 28 Diagrama de flujo del servicio	76

Lista de ilustraciones

	Pg.
Ilustración 1. Mapa de Tunja	43
Ilustración 2. Mapa Ubicación del lote	44

Contenido

Introducción.....	1
1. Descripción de la situación actual (identificación).....	3
1.1 Descripción del problema.....	3
1.2 Análisis de causas y efectos.	5
1.3 Árbol de medios fines.	7
1.4 Población afectada.....	7
1.5 Zona o área de influencia.	7
1.6 Características geográficas de la región: ubicación, clima. Temperatura, etc.	8
1.7 Características económicas, sociales y demográficas de la zona o área de influencia....	9
1.8 Análisis de antecedentes del proyecto.....	10
2. Descripción general del proyecto (identificación).....	13
2.1 Nombre del proyecto.....	13
2.2 Objetivos del proyecto: objetivo general y objetivos específicos.	13
2.3 Agentes promotores, formuladores y responsables de la ejecución.....	13
2.4 Descripción general de la alternativa seleccionada.....	14
2.5 Justificación del proyecto.....	15
2.6 Población objetivo.....	16
2.7 Zona beneficiada.	16
2.8 Tipo de proyecto.....	17
2.9 Resultados esperados.....	17
2.10 Antecedentes	18
3. Estudio de mercado	20
3.1 Marco teórico y conceptual del estudio de mercado.....	20
3.2 Metodología utilizada en el estudio de mercado.....	21
3.3 Identificación del bien o servicio.	21
3.4 Análisis de la demanda.....	22
3.5 Análisis de la oferta.....	37
4. Estudio técnico	39
4.1 Aspectos técnicos.	39
4.2 Tamaño del proyecto: volúmenes de producción y comercialización del bien o servicios proyectados.....	40
4.3 Análisis de los factores condicionantes del tamaño del proyecto.	40
4.4 Ingeniería del proyecto, diagramas de macroproceso y diagrama de planta física.	45

4.5	Plan de acción y cronograma de la fase de inversión y operación del proyecto	47
4.6	ISO 14001 VERSION 2015	52
5.	Organización y aspectos administrativos	59
6.	Marco teórico y conceptual de los aspectos administrativos y organizacionales.....	59
6.2	Metodología utilizada para la formulación de los aspectos administrativos y organizacionales.....	59
6.3	Estructura orgánica y funciones a nivel de áreas.	60
6.4	Planta de cargos requerida.....	60
6.5	Descripción de funciones y perfiles a nivel del cargo.....	61
5.6	Función de planeación corporativa	68
5.7	Función de recursos humanos.	70
5.8	Función de mercadeo: plan de mercados, sistema de divulgación y promoción del bien o servicio, sistemas de ventas.....	73
5.9	Función de servicios administrativos: seguridad y mantenimiento de instalaciones.....	77
5.10	Pautas para garantizar la sostenibilidad del proyecto una vez entre en operación.....	79
7.	Marco legal e institucional del proyecto.....	81
8.	Definición del tipo de organización.....	81
8.2	Preparación de estatutos, minutas de escrituras de constitución.....	81
8.3	Requisitos y trámites de formalización de la empresa.	81
8.4	Trámites y permisos de funcionamiento: patentes, licencias, etc.	82
8.5	Requerimientos de coordinación y apoyo interinstitucional.....	83
9.	Estudio Financiero.....	84
9.1	Marco teórico y conceptual del estudio financiero.	84
9.2	Metodología utilizada para la formulación del estudio financiero.....	84
9.3	Presupuesto de inversiones: inversiones fijas, inversiones diferidas, capital de trabajo, fuentes de financiamiento.....	85
9.4	Costos de producción: costos de fabricación, gastos de comercialización, gastos administrativos, otros gastos indirectos.	86
9.5	Ingresos y flujo de producción.	88
9.6	Balance de inicio del proyecto.	89
9.7	Flujo de fondos del proyecto.....	92
9.8	Calculo de indicadores para evaluación financiera del proyecto: TIO, VPN, TIR.....	96
9.9	Fuentes de financiación propuestas.....	97

Introducción

Los moteles han sido catalogados desde que fueron creados en los Estados Unidos de América como posadas para motociclistas y en Latinoamérica como un lugar para que las parejas puedan expresar su intimidad sexual por un lapso del día o de la noche.

Con el tiempo han venido evolucionando y hoy se han convertido en una industria que como todas, tiene que innovar y darle valor agregado a sus productos y servicios; por ello, si se piensa en un motel como un plan de negocio se debe hacer un análisis exhaustivo de lo que presenta el mercado de la industria de los moteles y sus tendencias y de esta manera plantear una idea innovadora que llame la atención no solo de los clientes habituales si no de nuevos clientes.

Con base a este análisis se ha determinado que los establecimientos de este tipo han modificado su función principal, que era de servir de posada casual para los encuentros sexuales, a convertirse en lugares que ofrecen espacios de entretenimiento sexual para las parejas.

Esta industria se ha propuesto cambiar la concepción de motel como un lugar para el encuentro sexual para convertirlo en un lugar donde las parejas pueden salir de la rutina, con elementos y actividades que no pueden tener en sus lugares de residencia habitual; es por ello que la connotación de los moteles denominados de jabón chiquito tiene una tendencia a desaparecer.

En artículo del diario el Espectador (2018) referencia que Colombia es un país muy atractivo en la industria de los moteles, por eso es que la aplicación de teléfonos móviles MotelNow creada en Chile, ha elegido a Colombia como su primer país para expandirse. Esta

aplicación es una pequeña muestra de lo importante que es actualizar y renovar ideas para mantenerse vigentes en el negocio.

Cali, la tercera urbe más poblada del país, es de lejos la que más concentra este tipo de establecimientos, con alrededor de 5.565 registros ante la cámara de comercio, seguidos en su orden por Barranquilla con 800 y Bogotá con 681 sitios (Diario el portafolio, 2018).

Estos números crecen y por eso el negocio también se ha tenido que adaptar a las dinámicas del mercado para innovar y estar a la vanguardia de los cambios culturales que trae consigo cada generación, los moteles con suite de un hotel cinco estrellas, los de infraestructuras modernas y los temáticos son los que están tomando importancia y ventaja competitiva en el mercado.

Por estas razones se presenta el plan de negocios de un motel temático en la ciudad de Tunja para establecer su viabilidad teniendo en cuenta el crecimiento poblacional y desarrollo económico que la ciudad ha presentado en la última década, apropósito de ser la capital del Departamento verde catalogado por Fontur y el Viceministerio de Turismo como destino turístico .

Para esto es importante concebir un plan de negocio ajustado a estereotipos no convencionales frente al tema de la intimidad sexual ajustado a los requerimientos de la demanda de este mercado y las normativas aplicables a la industria hotelera en aspectos de higiene, seguridad y sostenibilidad ambiental. Lo anterior permitirá establecer los requerimientos técnicos para su funcionamiento y determinar las inversiones necesarias para que la apuesta a un motel temático sea exitosa y viable.

1. Descripción de la situación actual (identificación)

1.1 Descripción del problema.

Tunja capital del departamento de Boyacá, de acuerdo al censo poblacional realizado por el DANE (2016), cuenta con 191.878 habitantes permanentes, que con el paso del tiempo han incrementado como resultado de la calidad y estilo de vida, la oportunidad de negocio y la economía que hacen parte de la ciudad, lo cual la han convertido en un lugar atractivo para la población nacional e internacional, quienes buscan una estadía permanente o de paso con una inversión económica mínima a cambio de adquirir lo necesario y de satisfacer necesidades básicas y complementarias.

Además de lo anterior, Tunja es reconocida como ciudad estudiantil, ya que cuenta con una alta presencia de instituciones académicas tanto de educación básica, tecnológica y superior, razón por la cual el sector económico ha desarrollado una variación de mercados con el fin de satisfacer a la población, evitando el desplazamiento a municipios aledaños y con esto impactar el desarrollo y crecimiento económico del municipio,

Como consecuencia a lo anterior, el incremento de las necesidades insatisfechas en la población se hace cada vez más representativa y tanto el mercado como la economía requieren abarcar en mayor porcentaje todas estas para así producir ideas de negocio que permitan satisfacer las diferentes necesidades de esta región.

El desarrollo del plan de negocio busca satisfacer una de las necesidades básicas o fisiológicas (Maslow, 1943) presente en todos los seres humanos “el sexo”; por lo cual se busca atender el nicho de mercado ajustado en la prestación de servicios de moteles, teniendo en cuenta que en la actualidad estos han venido impactando el mercado, visualizándose como una alternativa viable de inversión, la cual busca beneficio equitativo para las partes involucradas

(inversionista – cliente) lo que requiere contar con variedad de productos y servicios que con el tiempo requerirán la implementación de cambios y mejora continua en lo que refiere a la innovación y creatividad, siendo factores relevantes en la cadena de valor de cada uno de los establecimientos.

Como resultado de los estudios investigativos realizados, se selecciona como referente principal a Agredo (2014) , con su trabajo plan de mercadeo estratégico para el “Motel Kissme” de la ciudad de Cali, el cual busca impactar el mercado de moteles de la ciudad, implementando un valor agregado al establecimiento con el fin de implementar un factor diferenciador frente a su competencia y llamativo para los clientes potenciales, el cual se enfocó en darle un tema específico para ser aplicado tanto en la parte interna como externa del establecimiento, centrado su idea en la aplicación de aspectos provenientes de la naturaleza, plasmados en esculturas situadas en diferentes lugares del motel y algunos otros aspectos propios del tema.

Por otro lado encontramos a Doncel (2010) con su propuesta Plan de negocio para la creación de “The Colombian House”, hotel universitario en Bogotá, donde determinó su mercado objetivo para la atención de estudiantes universitarios provenientes de diferentes regiones tanto del país como del extranjero, lo que facilita enfocar sus productos y servicios en un nicho específico de mercado el cual busca satisfacer necesidades y cumplir y superar expectativas.

Es importante anotar que la ciudad de Tunja cuenta con algunos establecimientos que brindan sus servicios de estadía casual o comúnmente llamada por horas, para las parejas; sin embargo, aún no satisfacen en su totalidad sus requerimientos y no superan las expectativas de los clientes en cuanto al escenario y recreación de la habitación .

Este potencial de mercado se ha descuidado en la ciudad de Tunja, y no se ha identificado como una oportunidad de negocio, a pesar de contar con un sin número de habitantes tanto permanentes como flotantes (nicho de mercado potencial) que harían de este negocio una buena

inversión; por esta razón se propone la creación de un motel temático que presente un portafolio de productos y servicios innovadores con el fin de atender y satisfacer las necesidades demandadas por los clientes, cumplir y superar las expectativas existentes en la población, con un valor agregado con un enfoque de establecimiento con temáticas que se encontrarán en cada uno de los espacios que hagan parte de este, de tal manera que la innovación y la creatividad facilitaran el goce y disfrute de las instalaciones por parte de los clientes y/o consumidores.

- **Formulación del problema.**

¿ Cuáles son los requerimientos físicos, humanos y financieros que permitirán establecer un motel temático en la ciudad de Tunja, acorde a las expectativas de los clientes potenciales ?

1.2 Análisis de causas y efectos.

Al realizar un análisis de los diferentes moteles localizados en la ciudad de Tunja, se identificó un alto porcentaje de dichos establecimientos, los cuales cuentan con diversidad de servicios y productos y con un valor agregado que los identifica en el mercado pero que ha hoy no logran satisfacer las expectativas de los clientes. Los anterior teniendo en cuenta que con el paso del tiempo surgen nuevas ideas de implementación en el mercado las cuales buscan impactar y acoger un número significativo de clientes y además de esto posicionarse ante la competencia. En la siguiente figura se puede apreciar las causas y efectos de la problemática descrita:

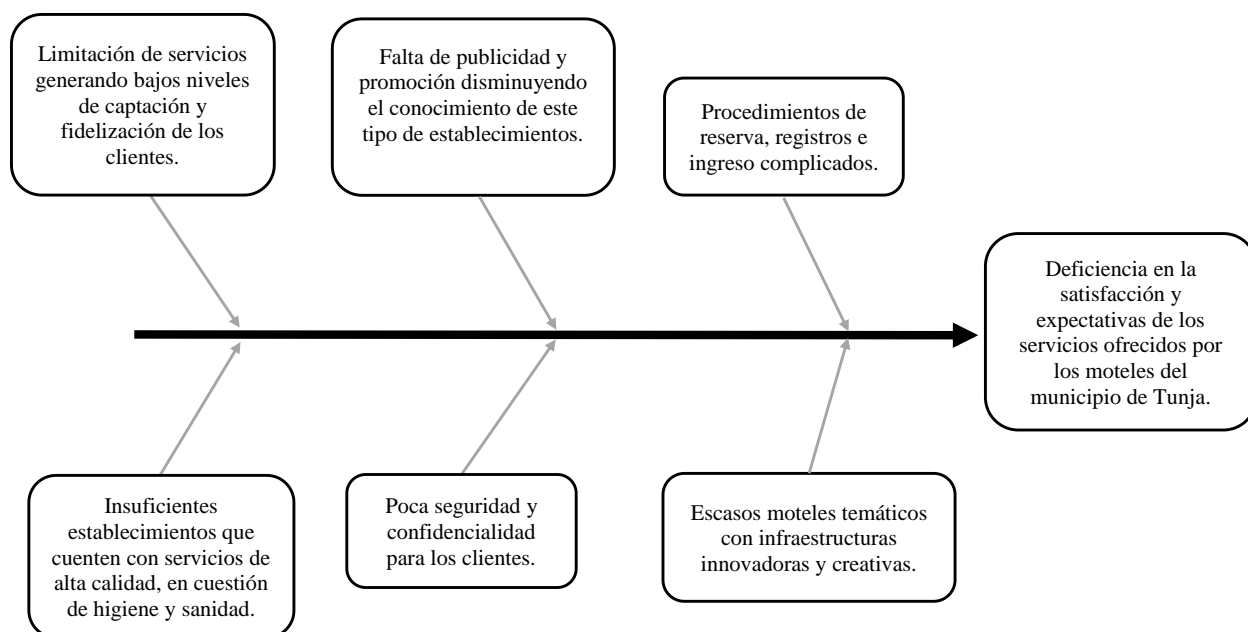


Figura 1 Espina de pescado causas y efectos

A partir de esto se busca impactar el mercado con la creación de un motel temático, el cual pretende innovar con su infraestructura, servicios, productos, temáticas tales como comics, islas paradisíacas, medios de transporte, variedades y de época y algunos servicios adicionales que harán parte de este, con el fin de captar la atención de la población, logrando identificarlo como una alternativa y eligiéndolo como la mejor opción que existe en el nicho de mercado.

1.3 Árbol de medios fines.

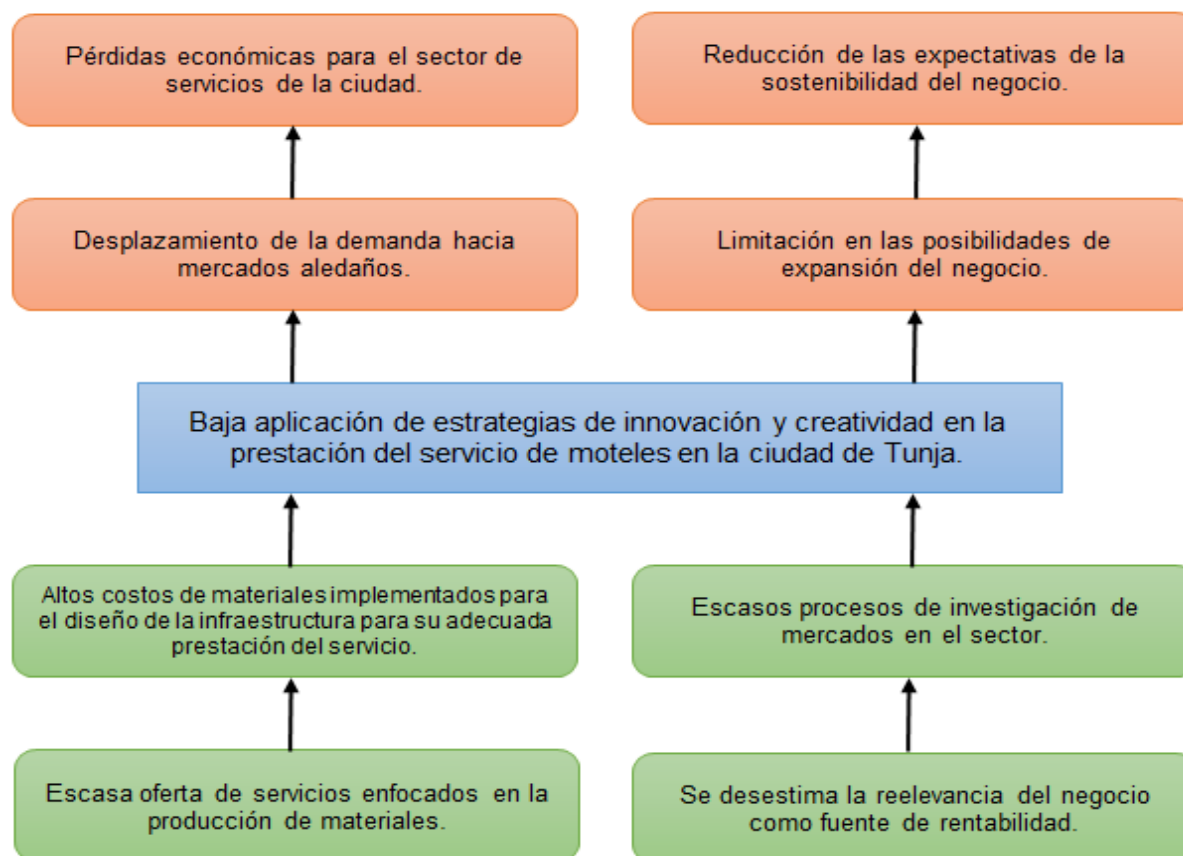


Figura 2 Árbol de medios y fines del sector moteles de la ciudad de Tunja.

1.4 Población afectada.

Estará enfocada principalmente en la población Tunjana, que cumplan con la normatividad y los requisitos establecidos en la estructura organizacional de acuerdo al perfil de cliente planteado (Mayor de edad, con disponibilidad presupuestal, etc.), y que además busquen espacios propicios con el fin de satisfacer cada una de sus necesidades.

1.5 Zona o área de influencia.

La zona de influencia donde se desarrollara el plan de negocios es en la ciudad de Tunja y municipios aledaños en el departamento de Boyacá, buscando impactar el mercado del sector

moteles mediante la innovación y la creatividad desde la infraestructura, hasta el portafolio de productos y servicios, satisfaciendo las expectativas latentes en la población.

1.6 Características geográficas de la región: ubicación, clima. Temperatura, etc.

Tunja es la capital del departamento de Boyacá y capital más alta de Colombia por lo tanto una de las más frías del país. Su altura sobre el nivel del mar oscila entre 2.400msnm en el extremo suroriental y de 3.200msnm en límites con Cucaita. La extensión territorial de Tunja es de 121.4Km² de los cuales el 87% corresponde al área rural y el 13% al área urbana.

Se encuentra ubicada en la cordillera Oriental del país, a una distancia de 137 kilómetros de Bogotá, rodeada por colinas en el oriente y occidente pero desprotegida por el sur y por el norte. Su clima es de tipo templado y frío de alta montaña, con una temperatura que varía de 5°C a 17°C y rara vez disminuye a menos de 1°C o sube a más de 20°C, de acuerdo a lo anterior su promedio anual es de 12.7°C. (Plan de Ordenamiento Territorial, 2002)

Según el informe de la caracterización socio-económica de Tunja (2002) Dentro del sistema urbano colombiano, Tunja se ubica en las ciudades de tercer orden (población entre 100 mil y 500 mil habitantes), con un estimado actual de 177.971 habitantes. A su vez, se localiza en el área de influencia de Bogotá, dadas las relaciones económicas, sociales y demográficas que se han establecido, favorecidas por la cercanía entre estas dos ciudades (120 km).

De acuerdo con los datos presentados en la caracterización mencionada, se puede afirmar que Tunja ha experimentado en los últimos años un aumento constante de su población, Se observa que para 1993 el número de habitantes había aumentado casi cuatro veces con relación a los resultados del censo de 1951. El crecimiento dado al inicio del siglo XXI fue cercano a los

45.000 habitantes, pues para 2005 se registraron 152.419 personas en la ciudad, de las cuales 86.1% se ubicaban en el área urbana.

La ubicación de la ciudad de Tunja y el aumento de la población en el casco urbano es favorable para el desarrollo del proyecto ya que según esto hay un gran potencial de clientes que laboran o estudian dentro de la ciudad y el corredor metropolitano, sumado a ellos los diferentes municipios ubicados a pocos kilómetros de la capital de Boyacá, tales como Paipa, Duitama y Sogamoso permiten la captación de clientes potenciales no habituales.

1.7 Características económicas, sociales y demográficas de la zona o área de influencia.

Características socio-económicas: Según estudios realizados por la Alcaldía Mayor de Tunja, la capital de Boyacá centra sus actividades económicas en actividades pertenecientes al sector terciario (servicios - comercio), con una participación del 80% aproximadamente frente a los demás sectores económicos.

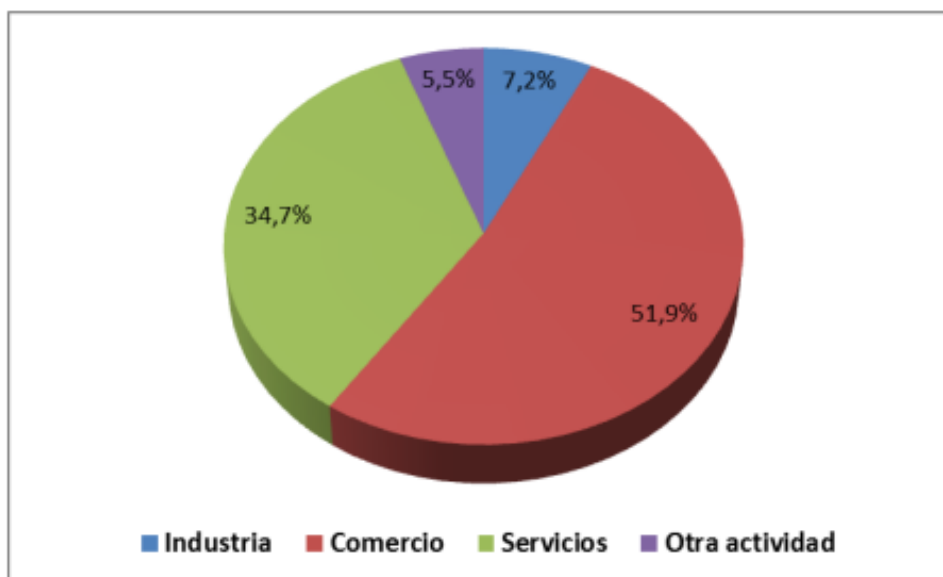


Figura 3 Caracterización socio-económica de Tunja y de la región central POT p. 30

Características demográficas: Tunja se encuentra ubicada en las ciudades de tercer orden (población entre 100 mil y 500 mil habitantes), con un estimado actual de 199.137 habitantes. Se localiza en el área de influencia de Bogotá, debido a las relaciones económicas, sociales y demográficas que han establecido por la cercanía entre estas dos ciudades (120 km). Según los datos presentados se puede afirmar que Tunja ha experimentado en los últimos años un aumento constante de su población.

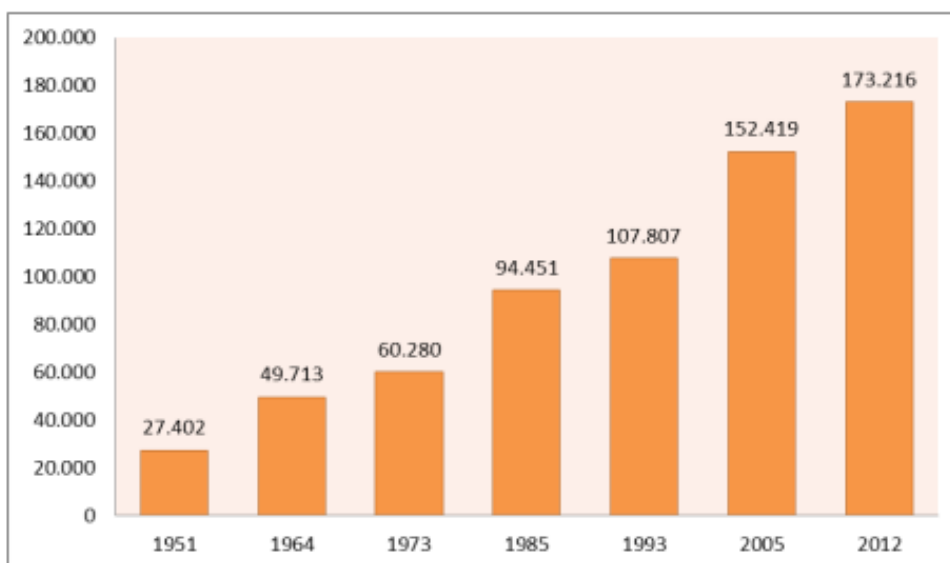


Figura 4. Caracterización demográfica de Tunja y de la región central POT p. 18

1.8 Análisis de antecedentes del proyecto.

1.8.1 Acciones ejecutadas anteriormente para resolver el problema, características, resultados obtenidos, aciertos, yerros y acciones pendientes, etc.

Humbert y Lolita, Dean Moriarty y Sal Paradise, Thelma y Louise... ¿Mickey y Mallory? Todas estas almas de carretera y manta, de coche y asfalto, de colcha húmeda y máquina expendedora, fueron encandilados por un elemento sórdido y decadente: el motel. Y esto es,

sencillamente, una oda al alojamiento denostado y a su evolución hasta hoy en día. Edificios alargados, bajos, con grandes ventanales de vistas a tu propio coche (aparcado, cómo no, justo en la puerta), máquinas expendedoras y de cubitos de hielos para sobrevivir al calor del desierto, colchas kitsch, muy kitsch.. (Carballo, 2013)

Un motel de cine. Literalmente. The Pink Motel nació en 1946 y desde entonces ha sido escenario de películas como Más falsas apariencias e incluso de series como The OC junto con su adyacente Cadillac Jack's Cafe. Hoy en día siguen ofreciéndose ambos como pack-cinéfilo para el mundo de Hollywood.

En un artículo de la sección de finanzas del conocido buscado de Yahoo, Aguirre (2019) refiere: “Brasil es, junto a México, los mercados más dinámicos para esta industria en la región, asegura a Yahoo Finanzas el chileno José Miguel Hurtado, director ejecutivo y cofundador de MotelNow, una app para reservar habitaciones en estos sitios, que por ahora funciona en su país natal y en Colombia. Dice Hurtado que los planes alternativos que ofrecen moteles como el Lush dan cuenta de que los establecimientos de este tipo han modificado su función original, que era servir de posada temporal para los encuentros sexuales, a convertirse en lugares de entretenimiento.”

Cuando de moteles se trata en Colombia el tamaño de la ciudad no importa. Cali, la tercera urbe más poblada del país, es de lejos la que más concentra este tipo de establecimientos, con alrededor 5.565 registros ante la cámara de comercio de la capital vallecaucana. (Portafolio, 2018)

Según registro de la Cámara de Comercio de Barranquilla, en la ciudad están inscritos 111 moteles. Sin embargo, en registro de la Asociación de Propietarios de Residencias y Moteles

de Barranquilla (Asoremo), la capital del Atlántico cuenta con 860 establecimientos que prestan el servicio de alojamientos por horas, de los cuales gran parte son informales. (Periódico el Herald, 2016).

El Motel Las Dunas, de Cartagena, es un ejemplo de diversificación, pues agrega servicio de restaurante a la habitación y sex-shop o tienda de juguetes sexuales. “Al momento de expresar el amor, los clientes quieren experimentar nuevas sensaciones por lo que nos piden los objetos. Otros necesitan recargar energía para la faena, para lo cual la carta de asados y mariscos es muy apetecida”, expresa el administrador del lugar.

A nivel general en todas las capitales y principales ciudades del país, no es extraña la presencia de estos lugares llamados Moteles, residencias o últimamente amoblados para darles un toque más ciudadano. Es un negocio creciente y rentable ya que las expresiones afectivas sexuales cada vez son más normales en nuestra sociedad globalizada y más abierta gracias a la disponibilidad del internet.

2. Descripción general del proyecto (identificación)

2.1 Nombre del proyecto.

Plan de negocio para la creación de un motel temático en la ciudad de Tunja.

2.2 Objetivos del proyecto: objetivo general y objetivos específicos.

2.2.1 Objetivo general. Diseñar un plan de negocio mediante el cual se estudie la viabilidad de crear un motel temático en el municipio de Tunja – Boyacá, implementando la innovación y creatividad en el portafolio de productos y servicios.

2.2.2 Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado, con el fin de determinar las características del producto y la competencia.
- Diseñar un estudio técnico operativo en el cual se visualice la ventaja competitiva y el valor agregado del plan de negocio.
- Elaborar un estudio administrativo mediante un direccionamiento estratégico y organizacional que permitan el funcionamiento del negocio.
- Realizar un estudio legal y medio ambiental para la creación de un Motel temático, teniendo como base la normatividad vigente y su impacto ambiental.
- Establecer un estudio financiero que mida la viabilidad y la proyección a largo plazo del plan de negocio.

2.3 Agentes promotores, formuladores y responsables de la ejecución.

Los responsables y formuladores del proyecto son las estudiantes en ase de opción de grado de la Facultad de Administración de Empresas de la ciudad de Tunja, Francy Julieth Arcos Sanabria. Tecnólogo en gestión bancaria y entidades financieras del SENA con experiencia laboral en las áreas de asistencia administrativa y bancaria y Sandra Milena Hernández Moya.

Bachiller técnico en Electricidad y Electrónica de la I.E. Técnica Industrial Antonio Ricaurte de Villa de Leyva, con trayectoria laboral en el las áreas de mercadeo y comercialización de bienes y servicios con apoyo de los docentes de la misma facultad.

2.4 Descripción general de la alternativa seleccionada.

El motel temático es una idea de negocio que pretende brindar a la población adulta una alternativa creativa e innovadora de un lugar adecuado para el encuentro íntimo y sexual entre parejas, basado en la infraestructura temática y su portafolio de servicios; brindándoles de esta manera un lugar y espacio propicios para la satisfacción de su necesidad básica del amor con pleno goce y disfrute.

Los moteles no se han identificado aun como unidades productivas interesantes, debido a que dentro de la línea de negocios de hospedaje el Ministerio de Industria, comercio y turismo no los incluye dentro de la oferta turística, porque sus clientes por lo general no pernoctan una noche y son clientes habituales que viven por lo general dentro del municipio.

Sin embargo, otras personas que buscan oportunidades de negocio, ven a los moteles como lugares para satisfacer esa necesidad básica o fisiológica del sexo que describe Maslow en la base de su pirámide de necesidades humanas y también la necesidad en el tercer eslabón de intimidad (relación de pareja) dentro de sus necesidades sociales.

Las personas que se han dedicado a estos negocios ven más allá de los criterios y prejuicios morales de otras personas, encuentran una oportunidad para generar ingresos, satisfaciendo las necesidades mencionadas y agregando además innovación en la prestación del servicio, mejorando y ampliando el paquete del servicio para tener clientes satisfechos.

2.5 Justificación del proyecto.

La idea de negocio surge como una alternativa de inversión resultado de conversaciones de estudiantes acerca de los lugares que frecuentan para tener intimidad con sus parejas. Es un tema que pasó de ser un tabú a ser parte de la vida cotidiana de las personas que han liberado su mente y no se esconden entre el recato y mojigatería.

Las ideas de negocio deben ofrecer un agregado que es lo innovador en un producto o servicio. Por lo anterior se estableció ofrecer un servicio conformado por una diversidad de productos para uso de sus clientes, el cual por medio de su valor agregado (temáticas) busca satisfacer las necesidades (fantasías sexuales para otros), cumplir y superar expectativas, imponerse en el mercado y ser competitivo frente a los demás establecimientos presentes en la ciudad, con el fin de desarrollar su actividad económica aportando al desarrollo y al crecimiento económico de la ciudad mediante la innovación, creatividad y diferenciación frente al mercado.

Teniendo en cuenta que la economía abarca diversos nichos de mercado, el sector de moteles se identifica como una actividad económica alterna y viable de acuerdo a su impacto en la economía; a pesar de ser una actividad de alta competitividad, el valor agregado permite impactar el mercado, dependiendo de la atracción y curiosidad despertada por parte de los establecimientos hacia los consumidores, buscando fidelizar al cliente mediante la mejora continua.

Por lo anterior se pretende que mediante la implementación de temáticas tanto en sus instalaciones, como en sus productos y servicios, se logre imponer y posicionar su marca, su estilo, su innovación y creatividad en el mercado.

Otra de las consideraciones para llevar a cabo dicho plan de negocio es la oportunidad de participar activamente en la economía de la población, desarrollando una actividad económica que genere beneficios de rentabilidad, empleo y oportunidades de mejoras en cuanto al estilo y

la calidad de vida de las personas, siendo éste uno de los campos de desempeño de los administradores de empresas como emprendedores, capaces de crear y desarrollar ideas de negocio innovadoras en su contexto social.

2.6 Población objetivo.

La población objetivo es la población entre los 23 a 60 años de edad, de la ciudad de Tunja, así como se relaciona a continuación:

Tabla 1.

Proyección de la población Tunjana (DANE, 2016)

<i>Año</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>
<i>Total</i>	96.794	98.827	100.824	102.847	104.932	107.086
<i>Hombres</i>	45.173	46.321	47.453	48.596	49.775	50.990
<i>Mujeres</i>	51.621	52.506	53.371	54.251	55.157	56.096

2.7 Zona beneficiada.

La zona beneficiada está enmarcada principalmente en la personas que habitan permanente o temporalmente la ciudad de Tunja, principalmente aquellas personas que buscan espacios propicios y privados para satisfacer sus necesidades, teniendo en cuenta que el motel temático brindará por medio de sus instalaciones y su portafolio diversidad de entreteniendo y de confort para estos.

El espacio donde funcionará estará acorde a los planes de expansión y uso de suelos establecidos en el Plan de ordenamiento Territorial y en su radio de acción pueden crearse restaurantes, bares o discotecas que pueden ser beneficiarios indirectos de las parejas que viniesen a hacer uso de nuestros servicios.

2.8 Tipo de proyecto.

El plan de negocio para la creación de un motel temático, es de tipo descriptivo. Según Hernández, Fernández y Baptista (1999), su preocupación radica en describir algunas características fundamentales de conjunto de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos. Este estudio se delimita a la descripción de los aspectos teóricos y resultados del desarrollo de un estudio de mercado, administrativo, técnico, legal – ambiental.

Una de las etapas de la investigación descriptiva se centra en la observación, diseño, aplicación y análisis de resultados obtenidos mediante la aplicación de instrumentos que permiten obtener resultados de tipo cuantitativo que se demuestran en el estudio financiero de este proyecto.

Este estudio tiene una connotación combinada de los estudios cualitativos y cuantitativos. Las investigaciones sociales emplean hoy un complemento entre los procesos de estudio cualitativos y cuantitativos, que aun cuando tienen campos específicos en las investigaciones, como expresa Pelekais (2000), pueden complementarse en la comprensión de la realidad. Señala además que la decisión sobre una u otra técnica depende también de las necesidades del estudio donde se ponen en juego factores importantes tales como el tiempo, los recursos humanos y financieros y los resultados esperados, como sucede en el complemento de cada fase del plan de negocio.

2.9 Resultados esperados.

Los resultados esperados para el presente plan de negocios se basan principalmente en el total cumplimiento de cada uno de los objetivos propuestos para los diferentes estudios, con el fin de identificar la viabilidad de un motel temático en la ciudad de Tunja.

2.10 Antecedentes

En consulta en la página etimologías de Chile se ha encontrado la siguiente referencia de origen de la palabra “*Motel*” el cual dice que el primer motel se construyó en San Luis Obispo, California en 1925; se llamaba Motel Inn. La palabra Motel es una contracción de dos palabras “*motor*” y “*hotel*”. Desde la aparición de los automóviles las personas crearon una cultura de viajes en auto que la denominaron en esa época “*motoristas*”, que necesitaron hospedajes especiales para poder acomodarse no sólo ellos sino también sus autos; de esta manera la connotación de motel se usó para hospedajes a orillas de la carretera con estacionamiento.

El RAE (2018), define como motel a aquel “Establecimiento público, situado generalmente fuera de los núcleos urbanos y en las proximidades de las carreteras, en el que se facilita alojamiento en departamentos con entradas independientes desde el exterior, y con garajes o cobertizos para automóviles, próximos o contiguos a aquellos”.

De acuerdo a las características expuestas en su definición, se evidencia que los moteles con el paso del tiempo han presentado una serie de cambios que debido a su valor diferenciador han impactado la economía identificándose como una actividad viable y sostenible, que busca atender una de las necesidades fisiológicas del ser humano implementando la innovación y la creatividad como factor primordial del servicio.

Lo expuesto anteriormente, hace necesario identificar factores históricos y de evolución que se han venido presentando con el paso del tiempo y que han permitido un cambio significativo desde su concepto hasta su estilo e innovación en la prestación del servicio, como se presenta a continuación en la figura 5:

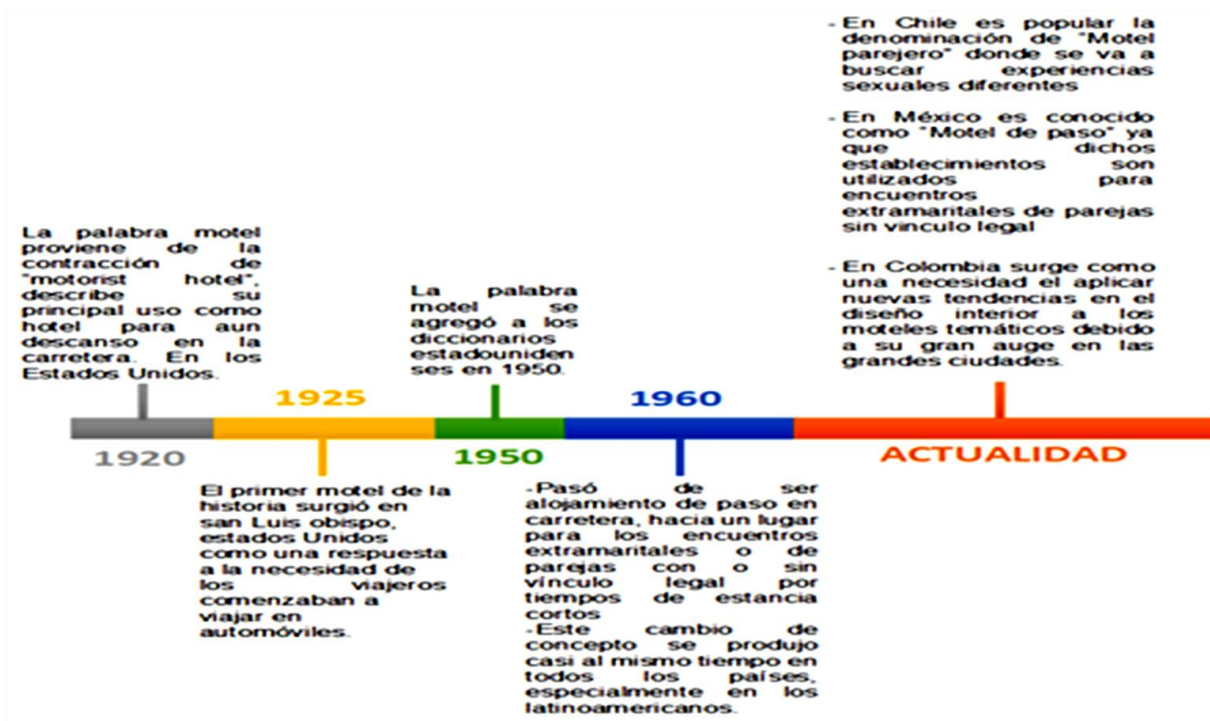


Figura 5 Línea del tiempo moteles en Chile (Concha, Calle 2012)

3. Estudio de mercado

3.1 Marco teórico y conceptual del estudio de mercado.

Según Malhotra (2018), clasifica al estudio de mercado como “un tipo de investigación descriptiva” (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), la cual mediante la aplicación de diversos métodos de recolección de información (encuesta, entrevista, mapa de procesos, diagrama de flujo, cuestionario, diagrama de gannt, etc.) facilita la identificación de las necesidades y expectativas existentes en la población, posibilitando el diseño de modelos e ideas de negocio que satisfagan cada una de las necesidades y que superen las expectativas, además de lograr un posicionamiento en el mercado aportando de manera significativa a la economía de la región donde se lleva a cabo.

Por lo anterior la investigación de mercados se realiza con el fin de recopilar información acerca del mercado objetivo, lo que facilita la toma de decisiones y el diseño de estrategias de marketing necesarias para poner en marcha y llevar a cabo dicho plan de negocio; además se hace necesario un estudio en lo que se refiere a la competencia empresarial siendo esta uno de los factores más representativos en la economía y una de las barreras a superar, pues los ideales y la aplicación de conocimientos e ideas innovadoras van de la mano con la experiencia que se tenga frente al sector.

La creación de un motel temático en la ciudad de Tunja, busca diferenciarse de los demás existentes en la ciudad, gracias a aspectos como la innovación y creatividad, atención y servicio al cliente y la variedad de servicios plasmados en el portafolio.

3.2 Metodología utilizada en el estudio de mercado.

Teniendo en cuenta que el estudio de mercados es el medio por el cual se logran identificar alternativas, ideas y mejoras; el presente plan de negocio iniciará el desarrollo de su estudio de mercado mediante el diseño de una encuesta la cual será aplicada a la población de Tunja entre un rango de edad de 23 a 60 años, con el fin de recolectar información valiosa para la toma de decisiones y así poder finalizar con un análisis estadístico y conceptual de lo recolectado.

3.3 Identificación del bien o servicio.

El motel temático se encuentra clasificado en el sector terciario de la economía, centrado en la prestación de servicios; dicha idea de negocio está dirigida a la población permanente y flotante de la ciudad de Tunja que cuente con mayoría de edad y solvencia económica para la adquisición de los productos y servicios ofrecidos.

Los servicios se basan principalmente en la diversidad de temáticas tanto en su portafolio como en su infraestructura, esto con el fin de brindar espacios propicios para el disfrute de encuentros pasionales.

3.3.1 Servicios

3.3.1.1 *Habitaciones temáticas.* Contarán con:

- Enceres como: silla del amor, columpio, jacuzzi, baño privado, cama king, bar, pista pole dance (lo anterior referente a cada temática).
- Comics: personajes de ciencia ficción. Superman, Batman, Guasón, Capitán América, Spiderman
- Islas paradisiacas: características que asocian al paraíso, la belleza del paisaje y el bienestar. Bahamas, Ibiza, Hawai, Bora Bora, Bali,

- Épocas: Tiempos de la historia que se han identificado y reconocido por características propias del momento. Los 80's, Prehistoria, Los 60's, Colonización, Moderna
- Medios de transporte: Proceso que tiene como finalidad el desplazamiento y la comunicación: Avión, Barco, Ferrocarril, Moto, Automóvil
- Variedad: Conjunto de temas a elegir de acuerdo a cada gusto. Las vegas, Prisioneros, África, El hospital, De cabeza
- Room Service. Servicio de atención personalizada a los clientes, que busca la satisfacción de las necesidades.
- Parqueadero. Espacio cubierto diseñado para el estacionamiento de vehículos.

3.3.1.2 Productos

- Bebidas alcohólicas y fermentadas
- Comidas rápidas y snacks
- Tiendas Sex Shop (aceites, esencias, juguetes, preservativos, lencería, etc.)
- Disfraces (temáticas)

3.4 Análisis de la demanda.

3.4.1 Objetivo del análisis de la demanda. Estudiar el comportamiento actual del mercado y las alternativas que suplan las expectativas existentes en la población, para determinar precios y capacidad adquisitiva de nuestros consumidores.

3.4.2 Metodología para el análisis. La demanda se determina mediante diferentes variables como son el precio del bien y la renta, aplicadas para determinar la demanda del presente plan de negocios.

Para lo anterior se llevó a cabo una recolección de información basada inicialmente en la identificación de la muestra, diseño de encuestas, interacción con la población, consultas en páginas web (Dane, apps, etc.). El tipo de la investigación es descriptivo con un muestro no probabilístico ya que no todas las personas de la ciudad de Tunja tienen la probabilidad de ser encuestados, según esto el tipo de muestro utilizado es de intención o conveniencia, ya que se quiere llegar a una población entre los 23 y 60 años de edad.

- **Enfoque de la investigación.** Para la determinación la demanda se emplea la “triangulación”, la cual consiste en llevar a cabo un enfoque cuantitativo el cual nos permite la recolección de datos numéricos de tendencias y comportamientos de la población objetivo a estudiar, pero que a su vez requiere un enfoque cualitativo con el fin de analizar y concluir los resultados obtenidos.

- **Tamaño de la muestra.**

N: Tamaño de la muestra, el cual corresponde a 104.932 el total de población entre los 23 a 60 años.

Z: Nivel de confianza de 95% equivalente a 1.96

Q: Probabilidad de fracaso del 0.5

P: Probabilidad de éxito 0.5

e: Error de estimación del 6

Para hallar el tamaño de la muestra se despeja la siguiente fórmula:

$$N = \frac{Z^2 \times P \times Q}{e^2}$$

$$N = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.06^2}$$

$$N = \frac{0.9604}{0.0036}$$

$$N = 267$$

Lo que concluye una muestra de 267 personas para aplicar la encuesta

- **Instrumentos de recolección**

Análisis y procesamiento de la información. La encuesta fue realizada por medio físico, aplicada a la población de la ciudad de Tunja, entre los 23 a 60 años de edad. El objetivo de la encuesta es identificar la viabilidad e impacto de un motel temático, por medio del estudio de productos, servicios, precio, temáticas, etc. que deseen encontrar en el establecimiento.

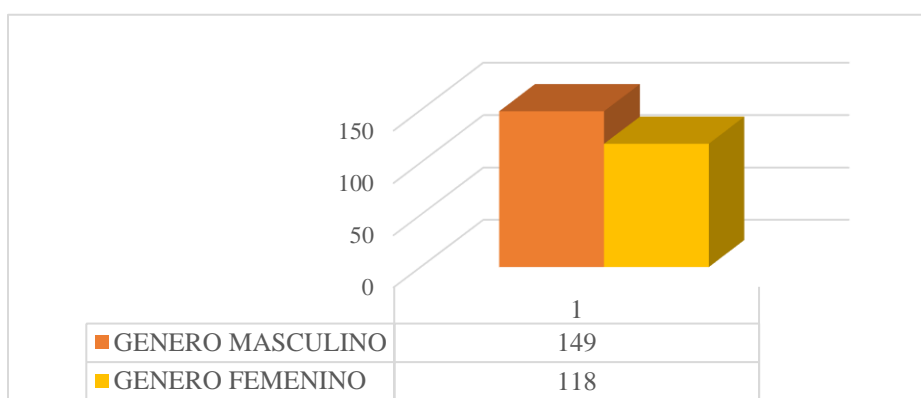


Figura 6 Pregunta 1. Caracterización de Género.

De 267 encuestas aplicadas el 149% pertenece al género masculino y el 118% al género femenino; lo que nos indica que el plan de negocio es de gusto para ambas partes.

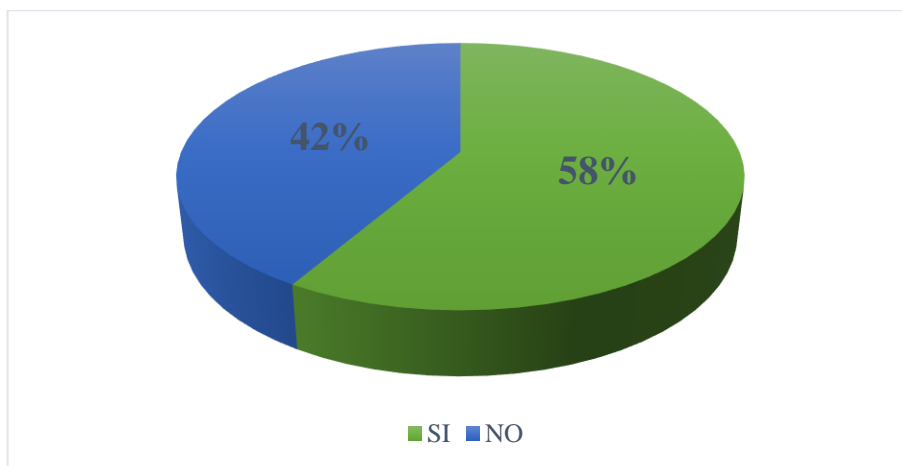


Figura 7 Pregunta 2. ¿Ha tomado anteriormente los servicios ofrecidos en un motel?

La finalidad de esta pregunta es conocer qué % de las personas encuestas han hecho uso de los servicios ofrecidos por un motel, de lo cual se identificó que un 58% ha hecho uso.

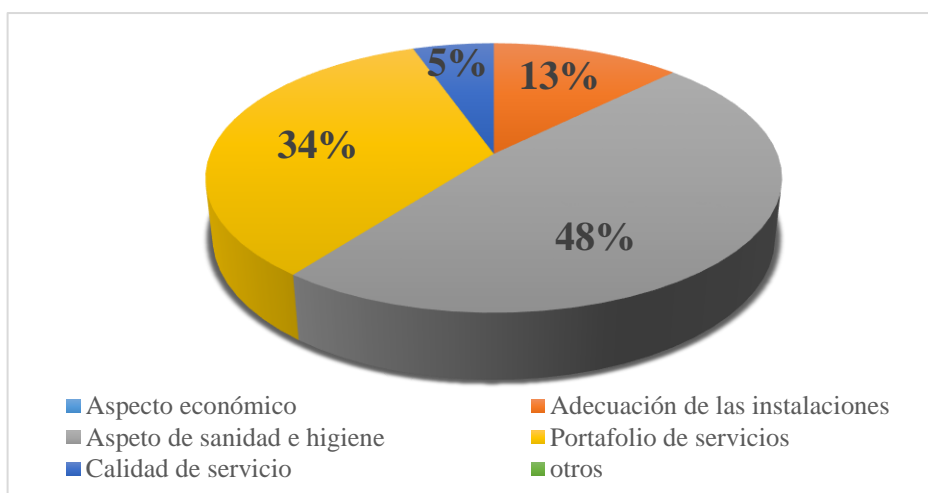


Figura 8 Pregunta 3. ¿Por cual de los siguientes aspectos no ha hecho uso de los servicios ofrecidos por los diferentes establecimientos?

De acuerdo a la pregunta N° 2, tenemos que un 42% de los encuestados no ha hecho uso de los servicios de un motel por aspectos relevantes como la sanidad e higiene con un 48% y portafolio de servicios con un 34%.

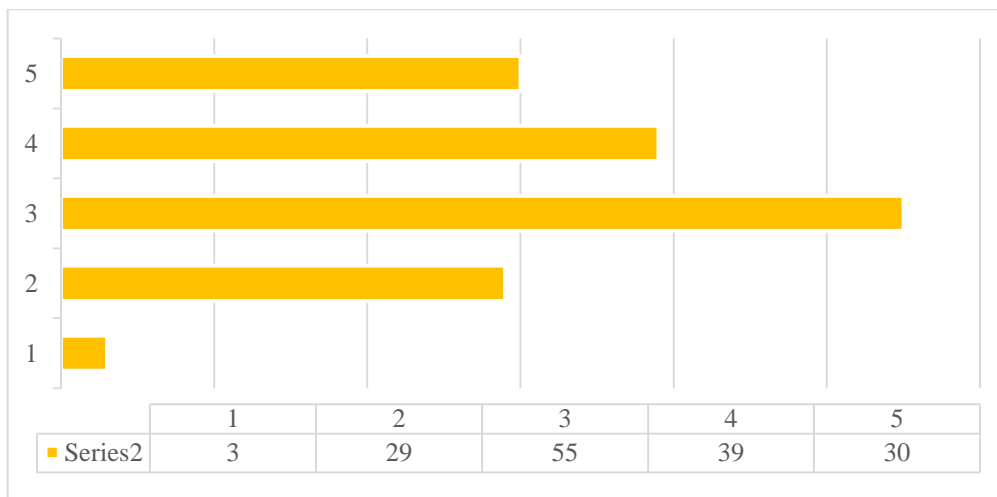


Figura 9 Pregunta 3. De acuerdo con su concepto, califique de 1 a 5 el portafolio de servicios ofrecidos por el establecimiento.

Del 58% de personas encuestadas que han hecho uso de los servicios de un motel, el 35% que equivalen a 55 personas califican en 3 (Regular) el portafolio de servicios ofrecido por este.

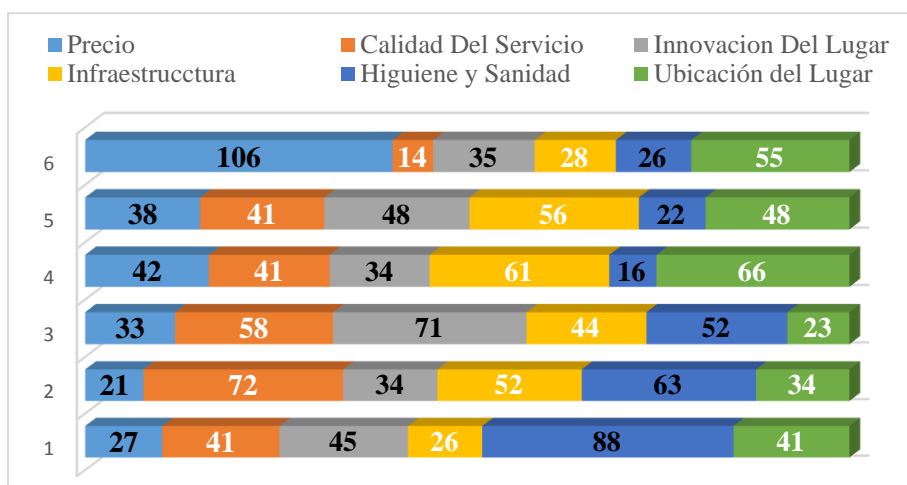


Figura 10 Al momento de buscar un servicio de motel, ¿Qué es lo que mas le interesa?

Es importante conocer las necesidades y expectativas que los clientes esperan encontrar en el motel temático. Por lo anterior se identifica que 88 personas de las encuestadas consideran que lo más importante es la Higiene y sanidad y que 106 personas, no consideran importante el precio ofrecido, a cambio de encontrar el cumplimiento de los demás aspectos nombrados.

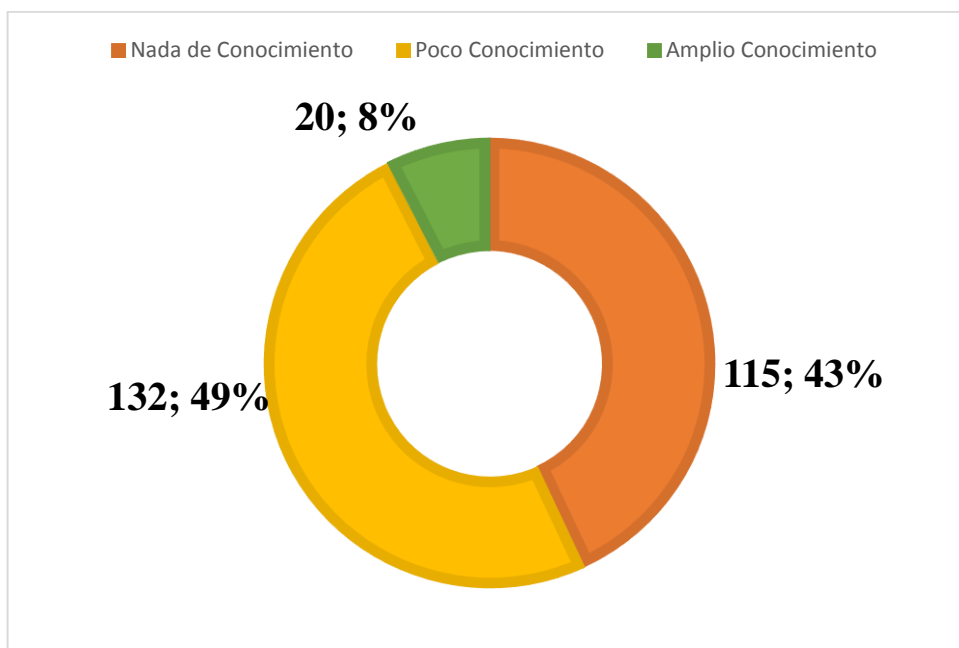


Figura 11; Tiene algún grado de conocimiento sobre que es un motel temático?

132 personas de las encuestadas que equivalen a un 49% tienen poco conocimiento de que es un motel temático, por esta razón se hace necesario implementar estrategias de marketing que facilite al establecimiento dar a conocer a la población su objetivo.

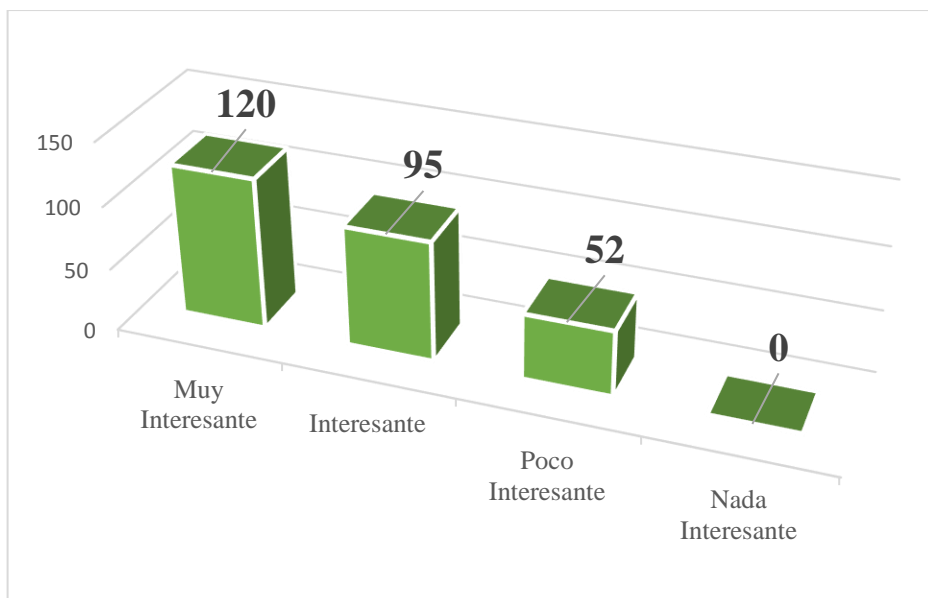


Figura 12 ¿Qué expectativa se generaría en usted, si le informan que se pretende llevar a cabo el proyecto de crear un motel temático en la ciudad de Tunja?

De acuerdo a la participación de los encuestados se puede concluir que el proyecto genera buena expectativa en la población.

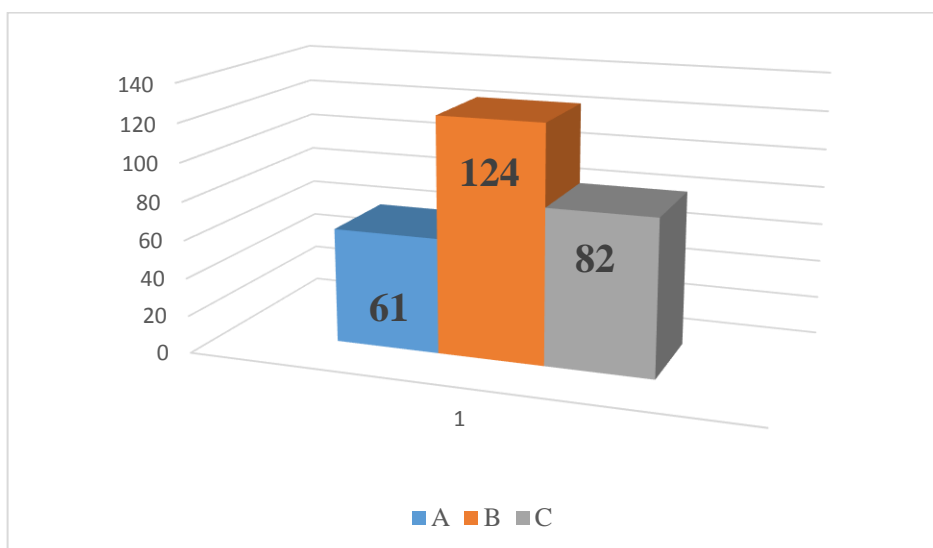


Figura 13 ¿Qué temáticas le gustaría encontrar en el motel?

Teniendo en cuenta que el plan de negocio centra su objetivo en plasmar variedad de temáticas en el motel; 124 personas de las encuestadas eligen la opción B (Comics, Islas paradisíacas, De época, Medio de transporte y Variedad) como la de mayor preferencia.

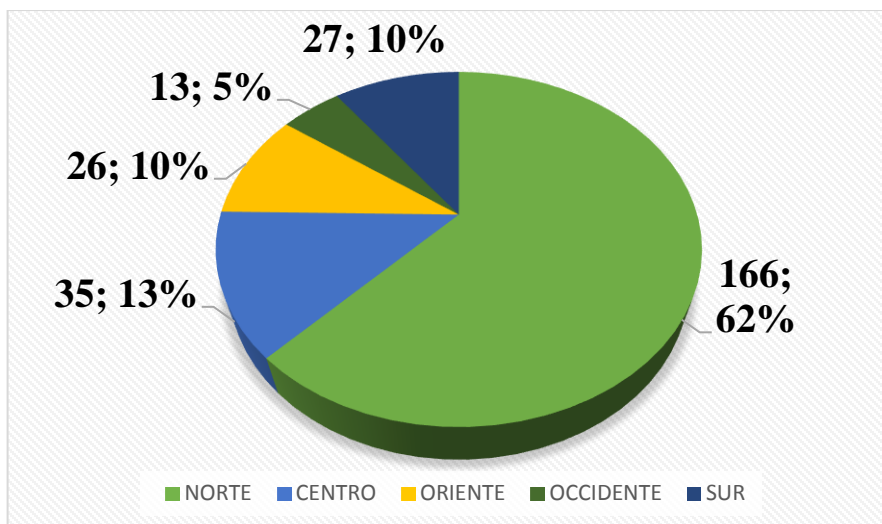


Figura 14 Si Tunja contara con un motel temático, ¿En qué lugar le gustaría que estuviera ubicado?

Con esta pregunta se busca identificar la ubicación del motel temático, con un 62% que equivale a 166 personas, el norte de la ciudad es el de preferencia para los encuestados.

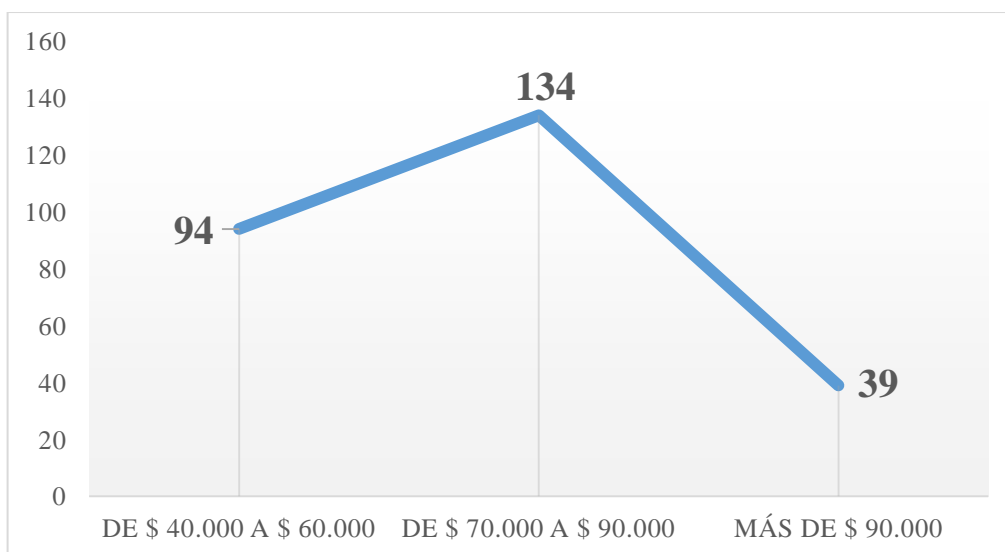


Figura 15; Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios ofertados por el motel temático (3 horas)?

Con esta se busca conocer el valor que estarían dispuestos a pagar por el servicio del motel en un rango entre 1 a 3 horas. Para lo anterior se evidencia que 134 personas de las encuestadas llegarían a pagar entre 70.000 a 90.000 pesos, valor seleccionado por mayor participación.

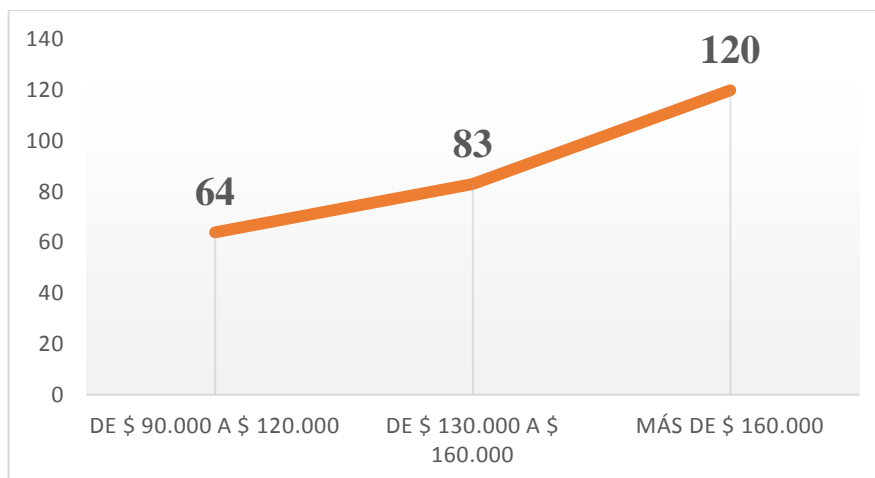


Figura 16 Si desea hacer uso del motel temático toda la noche, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

Como servicio alternativo, el motel temático brinda a sus clientes la posibilidad de hacer uso de dicho servicio en un tiempo máximo que corresponde a 12 horas, para lo que los encuestados estarían dispuestos a pagar el valor de Más de 160.000 pesos.

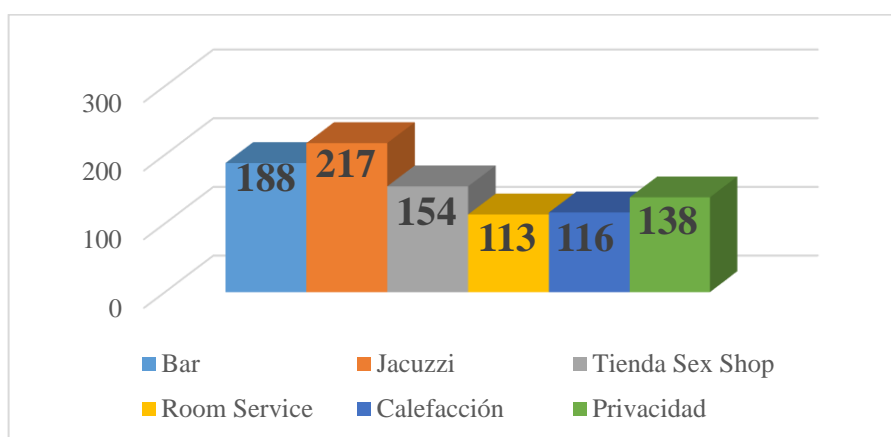


Figura 17 ¿Con cuál de los siguientes servicios le gustaría que contará el motel temático?

De las 6 opciones de servicios estipuladas en la encuesta, todas cuentan con una participación significativa por parte de los encuestados, por lo que se puede concluir que todos los servicios son de interés para las personas y por tal razón se deben implementar en el motel temático.

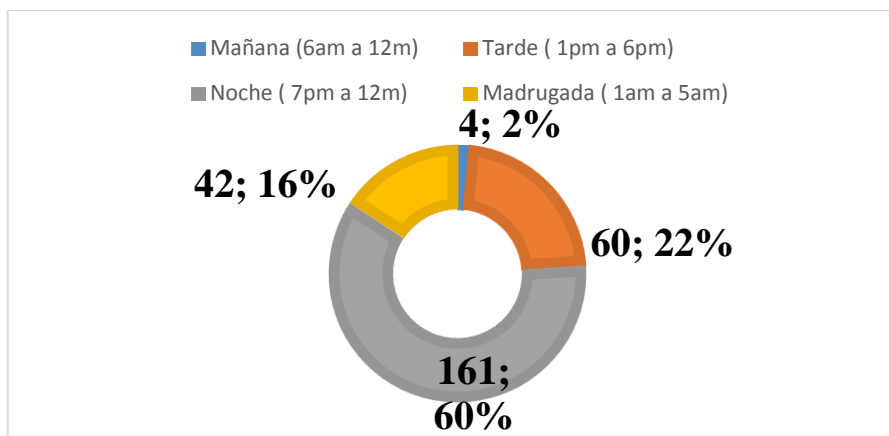


Figura 18 ¿En qué horario considera usted que visitaría el establecimiento?

El horario de preferencia de las personas encuestadas es la Noche (7pm a 12am) con una participación de 161 personas que corresponden a un 60%.

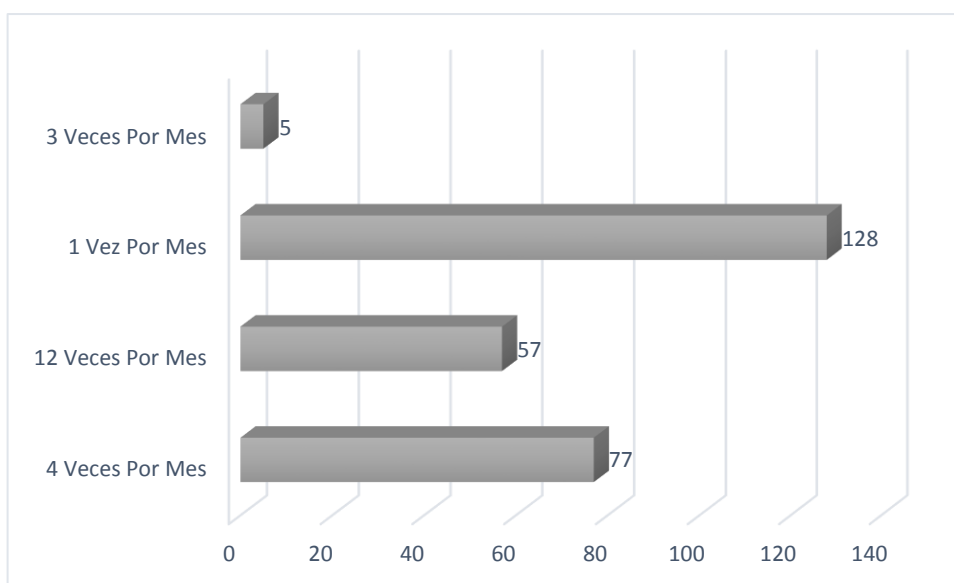


Figura 19 ¿Con qué frecuencia haría uso de los servicios del motel temático?

De las 128 personas de las encuestadas, la frecuencia con la que harían uso de los servicios del motel temático sería de 1 vez por mes, seguida de 4 veces por mes con una participación de 77 personas.

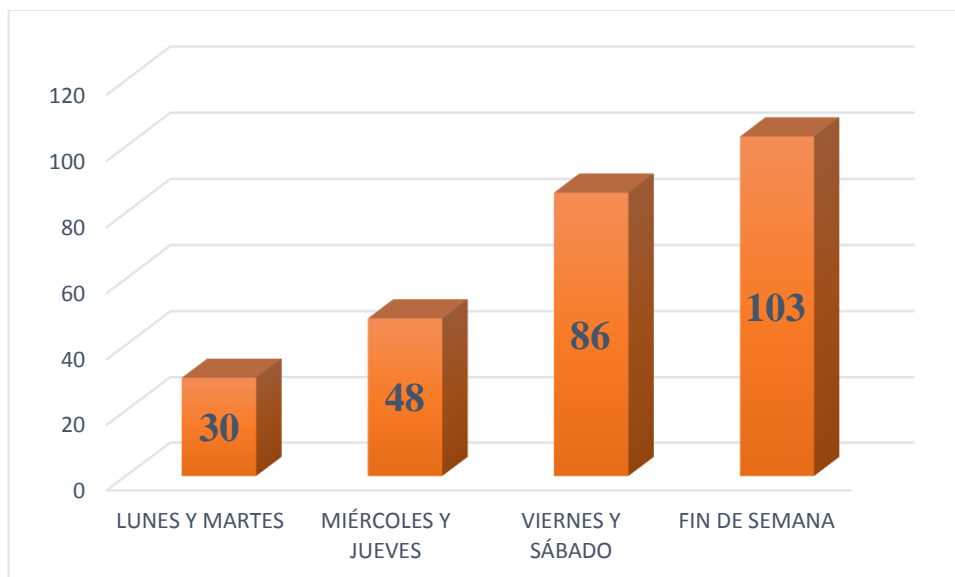


Figura 20. Días de frecuencia de uso

Los días en los que se presentaría mayor uso de los servicios del motel temático, serían los fines de semana y los días viernes y sábado. Los demás días también habría ingreso de personas pero con un menor %.

Formularios

El formato de encuesta fue diseñado con 17 preguntas donde participaron adultos entre 23 y 60 años y se puede observar en el Anexo 1

3.4.3 Comportamiento histórico.

Respecto al comportamiento histórico del sector de los moteles, la Cámara de comercio informa que este sector está incluido en el sector servicios de hospedaje y no está clasificado con una estadística específica. El informe de Boyacá en cifras (2018) presenta en el siguiente cuadro la participación del PIB de los hoteles junto a servicios de restaurantes, comercio y reparación y su evolución del 2010 al 2016.

Actividad económica	2010	2011	2012	2013	2014	2015p	2016pr
Electricidad gas y agua	578	651	630	619	654	678	669
Construcción	696	747	803	800	900	972	1.010
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	1.375	1.423	1.455	1.497	1.576	1.661	1.687
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	995	1.160	1.160	1.187	1.168	1.146	1.113
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	1.005	1.116	1.157	1.204	1.269	1.308	1.324
Actividades de servicios sociales, comunales y personales.	1.792	1.817	1.895	1.968	2.057	2.095	2.130

Nota: Informe Boyacá. En cifras tabla 2.9 Valor agregado según actividad económica, a precios constantes 2010 - 2016pr con fuente : DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales. Consulta: febrero de 2018

De acuerdo a lo anterior los hospedajes están dentro del segundo renglón que más aporta al PIB del departamento y es una industria creciente, ahora cuando el turismo se ha convertido en el sector bandera para el desarrollo económico del departamento. Los moteles pueden tener un mercado potencial y seguir aportando al PIB ya que su uso se ha convertido en habitual en especial los fines de semana aunque con manejo de discreción ya que aún no han desaparecido los tabús de una cultura conservadora como lo son los Boyacenses y en especial de Tunja su capital.

- **Segmentación del mercado.**

La segmentación de uso de moteles en Colombia se toma a partir de los 18 años en adelante, que es cuando los ciudadanos colombianos adquieren su reconocimiento de mayoría de edad y consecución de la cedula de ciudadanía, de esta manera acatar la prevención de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ECSNNA) liderada por el

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo desde el Viceministerio de Turismo en coordinación con el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF.

- **Consumo aparente, consumo per cápita.**

No se han encontrado registros de estadísticas de uso de los Moteles en el municipio de Tunja ya que estos lugares no están obligados a llevar el libro de registro de huéspedes dado que no pernoctan noches completas sino tiempos parciales. Sin embargo si están obligados a exigir los documentos de identidad para contrarrestar la ECSNNA, anteriormente, mencionada.

Sin embargo de acuerdo a la estadística de las encuestas aplicadas frente a la pregunta ¿Con qué frecuencia haría uso de los servicios del motel temático? El 00% contestaron que al menos una vez al mes la utilizarían, lo cual permite establecer que el consumo aparente por persona es de una vez al mes siempre y cuando sean personas económicamente activas que perciben ingresos, dado que se debe asumir unos costos para acceder a este servicio.

3.4.4 Características teóricas de la demanda.

El mercado de los servicios de negocios comprende compradores de servicios de investigación del mercado y los servicios de agencias de publicidad. Parte de este mercado también son los transportistas y los servicios públicos, así como la multitud de compañías financieras, de seguros, jurídicas y corredoras de bienes raíces, e incluye organizaciones que proporcionan servicios tan diversos como renta de viviendas, recreación y entretenimiento, ayuda temporal, reparaciones, que son también ejemplos del mercado de servicios. Stanton, Etsel, Walker (2007).

- **Función de demanda.**

Según Stanton et.al (2007) Cuatro características de la demanda distinguen al mercado de negocios del de consumo en los mercados de negocios la demanda es derivada, la demanda de un producto tiende a ser inelástica, la demanda fluctúa mucho y el mercado está bien informado.

Para Para identificar la demanda de mercado es necesario que esta cumpla con las características que se describen a continuación:

- La demanda es analizada por el vendedor para así proporcionar un precio que incremente sus ventas.
- El consumidor establece la demanda, es decir que, el que compra crea el estatus de servicios y productos más utilizados por las personas de la región.
- Es el principal factor que utilizan las empresas a la hora de fijar los precios de sus productos.
- La demanda es influida por las tendencias, necesidades y culturas.
- Influye de forma directa en la cantidad de artículos producidos o servicios prestados por una empresa.

También existen unas variaciones que funcionan como determinantes en la demanda que se deben tener en cuenta en el proyecto, tales como:

- Precio: A menor precio, mayor demanda, a mayor precio, menor demanda.
- Cantidad de dinero: A mayor cantidad de dinero en circulación en una economía más demanda, a menor cantidad de dinero, menor demanda.
- Ingresos: Al haber mayor cantidad de ingresos hay mayor demanda, a menor ingresos, menor demanda.
- Población: Aumento de demanda según el crecimiento de la población y viceversa.

- Moda, preferencias y gustos: Influyen directamente en la cantidad demandada.
- Bienes complementarios o sustitutos: Cambio en la demanda si hay bienes complementarios o bienes sustitutos.
- **Elasticidad de la demanda.**

Para este estudio es importante tener en cuenta que el precio no siempre es un factor que modifique o genere tendencia a que la demanda presente inelasticidad, teniendo en cuenta que en el caso de los hoteles la demanda es inelástica cuando por mucho que baje el precio esta sigue adquiriendo la misma cantidad del servicio.

La demanda es elástica cuando las ventas empiezan a descender si incrementa el precio y aumentan cuando se baja. Esta situación se da cuando la competencia es alta, los servicios están muy estandarizados o el precio del servicio es un alto porcentaje en relación al presupuesto del cliente.

Para el caso de los moteles el precio se establece de acuerdo a los servicios y agregados de éste y no se puede jugar con la demanda del servicio aumentando o disminuyendo precios, el cliente paga la tarifa para disfrutar de su servicio y no pide rebajas máxime teniendo en cuenta que es por horas. La pernoctación de noches tendrá un precio superior por el tiempo de ocupación. En conclusión es inelástica la demanda.

3.4.5 Estimación de la demanda futura

De acuerdo con la capacidad instalada del motel y la recepción positiva de los encuestados se puede establecer en mantener una ocupación al 40 y 50% de los dos servicios aplicando estrategias de mercado agresivas. Entonces la demanda proyectada para los 5 años versus los ingresos estaría dada según la figura 21 por:

ITEM			Total servicios a la semana	%	Numero de servicios
Total servicios x3 h	15000	7500	22500	60	13500
Total servicios x 10 h	5000	2500	7500	40	3750
Capacidad total	20000	10000	30000	100	17250

Indice de Inflación		4%		INGRESOS			
servicio	servicio 3 horas Lunes a viernes			servicio 3 horas Lunes a viernes			
años	Cantidad	Precio Unitario	Valor	Cantidad	Precio Unitario	valor	TOTAL INGRESOS
1	13500	\$ 40.000	\$ 540.000.000	3750	\$ 120.000	\$ 450.000.000	\$ 990.000.000
2	13500	\$ 41.600	\$ 561.600.000	3750	\$ 124.800	\$ 468.000.000	\$ 1.029.600.000
3	13500	\$ 43.264	\$ 584.064.000	3750	\$ 129.792	\$ 486.720.000	\$ 1.070.784.000
4	13500	\$ 44.995	\$ 607.426.560	3750	\$ 134.984	\$ 506.188.800	\$ 1.113.615.360
5	13500	\$ 46.794	\$ 631.723.622	3750	\$ 140.383	\$ 526.436.352	\$ 1.158.159.974

Figura 21. Proyección de los ingresos de acuerdo a la capacidad instalada

3.5 Análisis de la oferta.

3.5.1 Objetivo del análisis de la oferta.

Según Mercado y Palmerín (2007), la oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio.

3.5.2 Metodología para el análisis de la oferta.

Teniendo en cuenta que no se encuentran registros específicos del mercado de los moteles en Tunja, se procederá a revisar en las páginas web el registro de los moteles que ofrecen sus servicios y los precios de referencia de las habitaciones para compararlos y establecer la competencia a la cual se enfrenta el proyecto.

3.5.3 Proveedores actuales del bien o servicio.

En el siguiente cuadro comparativo se pueden apreciar los moteles más populares y modernos que prestan sus servicios y están ubicados por lo general hacia las afueras de la ciudad en la vía que comunica con los municipios vecinos. Se presenta el nombre del establecimiento, la dirección y los servicios que presta y precios que publican en las redes sociales como Facebook.

Nombre de establecimiento	Dirección	Precios habitación y servicios
Motel el Nogal	Km 4 vía Tunja Paipa	Alojamiento por horas. Duración variable • El precio varía Se presta el servicio de habitaciones con jacuzzi, tina y sencilla. Decoración para fechas especiales (previa reserva).
Motel Mansión Real	KM 3.5 TUNJA, Villa de Leyva, Tunja, Boyacá	6 horas • Desde \$ 38.000 Habitaciones Sencillas o Suite Presidencial Servicio de Sauna de Jacuzzi 1 hora • El precio varía Decoraciones Especiales Duración variable • El precio varía
Motel Arco Iris	Carrera 4 #59-116	Alojamiento por horas Precio varía según los servicios de habitación y decoración
Motel el Paraiso	Tunja-Paipa, Tunja, Cómbita, Boyacá	El precio varía según las horas Se presta el servicio de habitaciones con y sin jacuzzi, servicio de parqueadero, servicio de decoración, previa reservación.
Las acacias 24 horas	Las Juntas-Garagoa, Garagoa, Boyacá	Alojamiento por horas. Duración variable • El precio varía Habitaciones con parqueadero privado cada una

4. Estudio técnico

4.1 Aspectos técnicos.

4.1.1 Marco teórico y conceptual de los aspectos técnicos.

Según *Francisco Rosales*, un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

Sapag (2008), indica que una de las conclusiones de este estudio es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto

El estudio técnico es llamado por otros autores como el plan de operaciones. Tiene como fin establecer los objetivos de producción en función al plan de marketing, los procesos de producción o prestación de un servicio en función de sus atributos; los estándares de producción que harán que la producción sea suficiente, se logre satisfacer la demanda de los clientes y la rentabilidad esperada por los inversionistas y establecer el presupuesto de inversión, para la transformación de insumos en servicios finales (Weinberger, 2009, p.75-76).

4.1.2 Metodología utilizada para la formulación de los aspectos técnicos.

Para llevar a cabo el desarrollo del estudio técnico se hace necesario realizar un análisis cuantitativo y cualitativo de los aspectos necesarios (maquinaria, equipos, materia prima, costos,

inversión, localización, etc.) para la puesta en marcha del motel temático, además de la implementación de procesos y gestión de calidad para cada uno de los aspectos nombrados anteriormente.

4.2 Tamaño del proyecto: volúmenes de producción y comercialización del bien o servicios proyectados.

En el siguiente cuadro se presenta la capacidad instalada del hotel, teniendo en cuenta que son 25 habitaciones disponibles y con 50 semanas en el año disponibles. Se toma como referencia dos servicios uno de tres horas con oportunidad de tres (3) veces en el día y otro de noche completa hasta por 10 horas

	Lunes a viernes	fin de semana	subtotales	precio x servicio
semanas del año	50	50		
Días a la semana	4	2		
Numero habitaciones	25	25		
servicios día 3 horas	3	3		40000
servicio noche 10 h	1	1		120000
Total servicios x3 h	15000	7500	22500	900.000.000
Total servicios x 10 h	5000	2500	7500	900.000.000
Capacidad total	20000	10000	30000	1.800.000.000

Figura 22. Capacidad instalada del proyecto. De lo anterior para la proyección de los ingresos se estableció ocupar el 60 % en los servicios de tres Horas y 50 % ocupación en los servicios de noche completa hasta 10 horas, teniendo en cuenta que es un negocio nuevo y estamos en la etapa de introducción al mercado y hay una competencia existente en la ciudad de Tunja.

4.3 Análisis de los factores condicionantes del tamaño del proyecto.

- Tamaño, costos y aspectos técnicos

La población a la cual va dirigida el proyecto según el estudio de mercados, son personas de cualquier género, creencia y raza entre los 23 a 60 años, los cuales según la encuesta están

dispuestos a pagar por el servicio de 3 horas un valor entre \$70.000 y \$90.000 y por un servicio de toda la noche un valor de más de \$160.000.

Tabla 2.
Identificación de servicios públicos

Servicios Públicos		
Servicio	Estrato	Costo
Energía	Comercial	\$600.000
Agua	Comercial	\$800.000
Gas natural	Comercial	\$300.000
Internet	N.A	\$250.000
Televisión	N.A	\$600.000
Seguros	NA	\$1.500.000

4.3.1 Tamaño y localización

La funcionalidad de proyecto, tendrá una única localización que será en la doble calzada en cercanía al centro empresarial Green Hills, ya que este se identifica como punto estratégico para su fácil acceso y reconocimiento por parte de los habitantes permanentes y transeúntes de la ciudad, además de ser un espacio apto de acuerdo al POT.

Tamaño y financiación. El proyecto será financiado en un 50% por los socios de la junta administrativa, será enviado a estudio por parte de fondo emprender y además, se tendrá como alternativa contar con el sector bancario para la financiación del % faltante.

4.3.1 Localización: macro localización y micro localización, matriz de planta física.

De acuerdo a lo establecido en el Art 196 “Área de ocupación especializada en servicios” del Acuerdo Municipal 0014 de 2001, en el ítem de SERVICIOS GRUPO CUATRO (S4): Por su impacto social: Moteles, Amoblados y similares: Casas de lenocinio, coreográficos, deberán

estar fuera del perímetro urbano, alejados de las zonas de uso residencial, a más de 500 metros del perímetro urbano.

Teniendo en cuenta lo reglamentado por el POT y por preferencia de la población, el motel temático estará ubicado en la ciudad de Tunja en la avenida circunvalar (doble calzada), punto estratégico por ser vía principal en donde transita con frecuencia población permanente y flotante de la ciudad de Tunja.

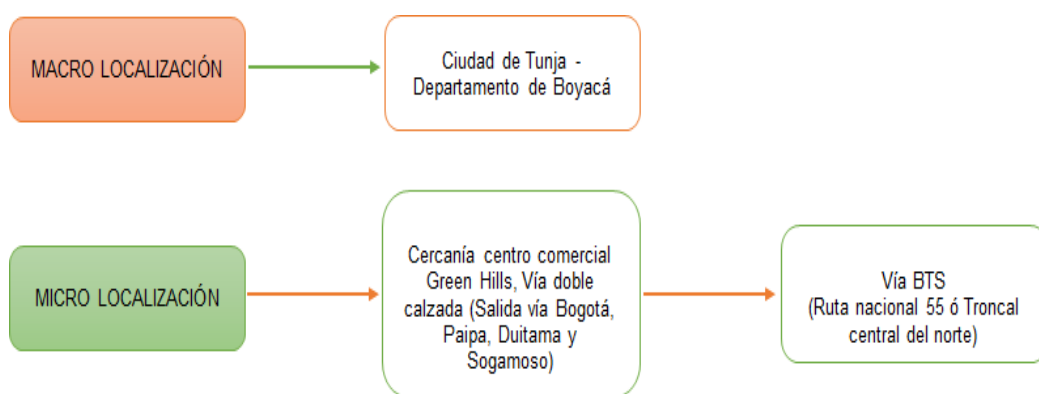


Figura 23 .Localización del proyecto elaborada por las autoras

Macro localización

La ciudad de Tunja se ha convertido en una ciudad metropolitana y de conectividad importante con la capital de Colombia, el departamento de Santander y el departamento de Casanare, tiene una circunvalar y una vía alterna hacia Bogotá sin necesidad de ingresar al centro de la ciudad. En la siguiente ilustración se presenta el contexto del municipio de Tunja.



Ilustración 1. Mapa de Tunja. Google maps. <https://www.google.com/maps>

Microlocalización.

El motel temático se llevará a cabo sobre la Vía BTS de la ciudad de Tunja, en cercanía al centro empresarial Green Hills, al norte de la ciudad; el sector cuenta con el 100% de los servicios públicos como acueducto, alcantarillado, energía, gas natural, teléfono, internet y televisión.

Los factores por los cuales fue elegido el sector se debe al cumplimiento del POT, por situarse sobre una vía principal de la ciudad que conecta a diferentes municipios, ser de fácil acceso para clientes y proveedores, por encontrarse ubicado en el norte de la ciudad donde la

actividad económica tal como discotecas y bares tienen mayor presencia siendo estos aliados estratégicos.

En la siguiente ilustración se aprecia la ubicación del lote donde se ha proyectado realizar la construcción del motel.



Ilustración 2. Mapa de ubicación del lote

4.4 Ingeniería del proyecto, diagramas de macroproceso y diagrama de planta física.

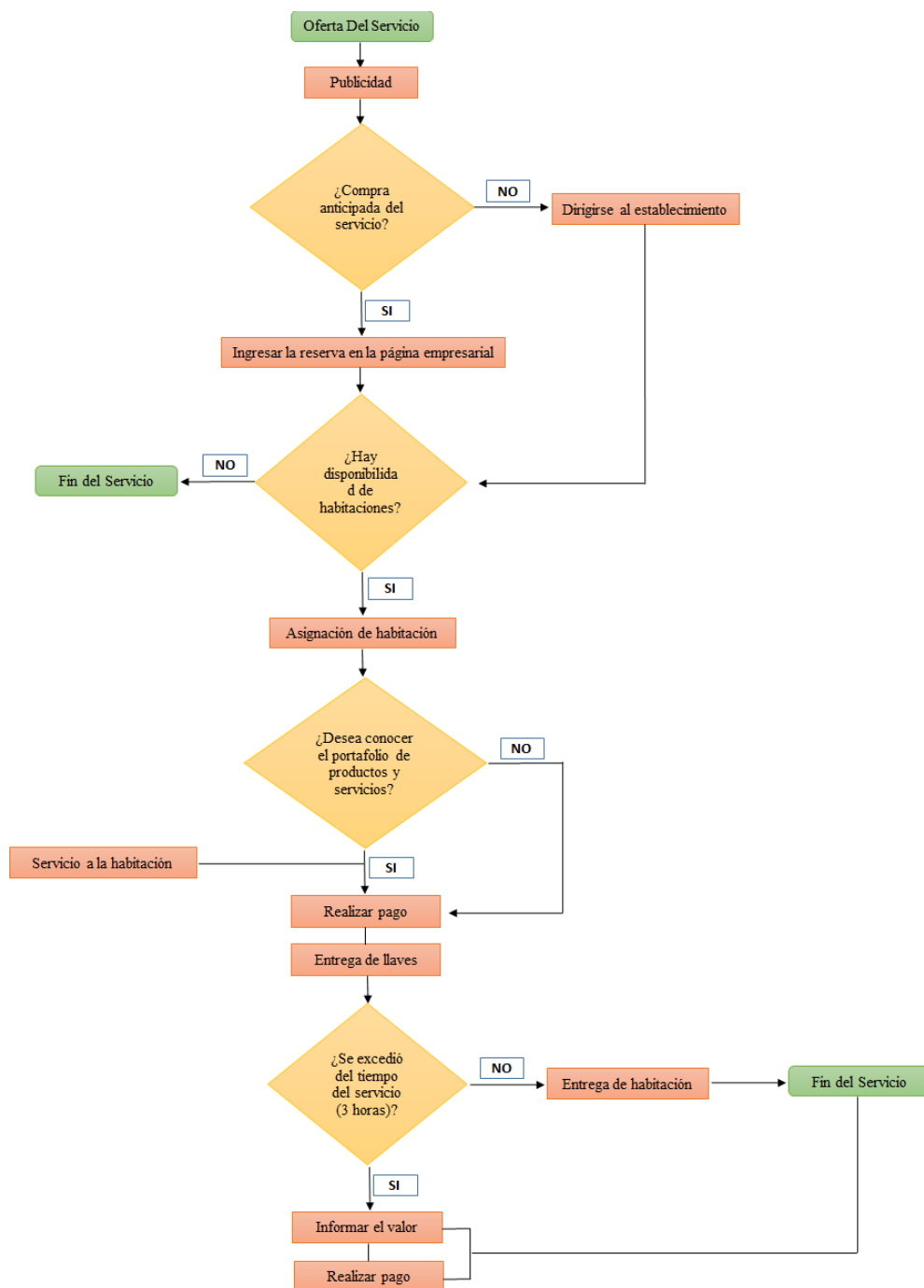


Figura 24. Flujograma de proceso de prestación del servicio

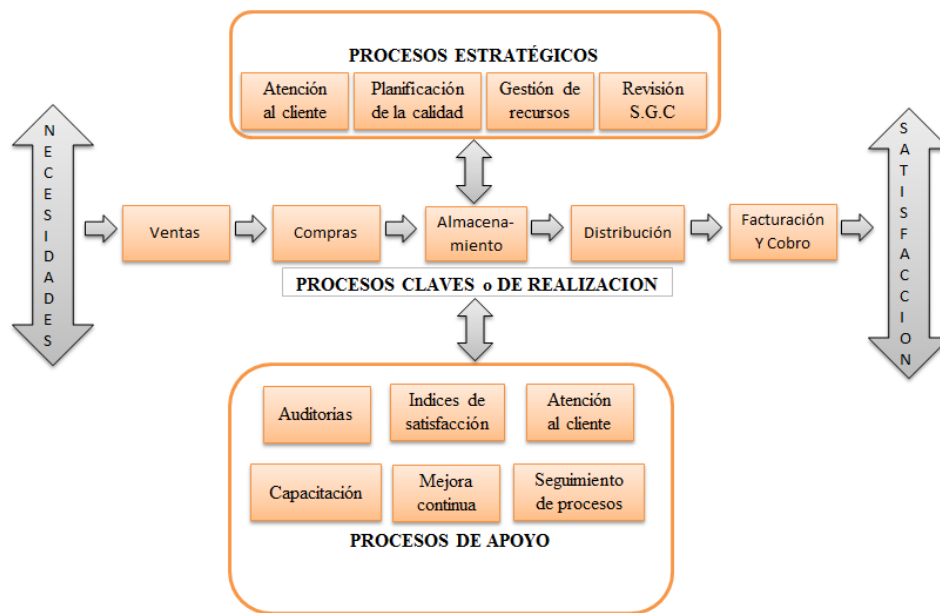


figura 25. Mapa de procesos estratégicos

En el anexo 2 se presentan los mapas de la planta física que se ha proyectado construir para prestar los servicios de habitaciones del hotel y demás secciones para su funcionamiento.

4.4.1 Aspecto tecnológicos de los procesos

- Implementación de software contable. Para la contabilidad del negocio se adquirirá el paquete SIIGO y facilitar los procesos de registro de soportes contables y mantener la información financiera siempre disponible.
- Diseño e implementación de página web con botones de chat y servicio al cliente con enlaces desde whatsapp y facebook para información personalizada a los clientes y reserva on line con pago con tarjeta débito y crédito. Para el pago con tarjeta se implementará un datafono con una entidad bancaria nacional y facilitar los pagos a nuestros clientes.
- Adquisición e implementación de un software de alarmas y cámaras de seguridad con doble propósito, uno para garantizar la seguridad de nuestros clientes sus vehículos y otro para la intercomunicación interna con nuestros clientes para brindarles room service a nuestros clientes.

4.5 Plan de acción y cronograma de la fase de inversión y operación del proyecto

A continuación se presenta el cronograma de actividades y responsables de las actividades en un tiempo de 5 meses desde la constitución de la empresa hasta la construcción y apertura del negocio:

Actividad	Responsable	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Formalización de la empresa	Accionistas	■	■																		
Reconocimiento de terreno	Accionistas firma de ingenieros		■	■																	
Tramite de licencias de construcción	Firma de ingenieros Repres. Legal				■	■															
Adecuación de terreno inicio de obra	Firma de ingenieros					■	■														
Construcción en obra gris	Firma de ingenieros						■	■	■	■											
Adecuaciones instalaciones sanitarias	Firma de ingenieros									■	■	■									
Mampostería pisos carpintería	Firma de ingenieros										■	■	■								
Adquisición de muebles, encerres y equipo de oficina	Representante legal empresa													■	■						
Instalación sistema de alarmas y seguridad	Empresa de servicios de seguridad																■				
Pruebas del sistema de seguridad	Empresa de servicios de seguridad																■	■			
Instalación de muebles y encerres	Representante legal empresa																■	■			
Reclutamiento, selección y contratación de personal	Representante legal empresa																■	■			
Montaje de pagina web y publicidad	Firma de publicistas																			■	
Inauguración, apertura del Motel	Accionistas y Represent. legal empresa																				■

- Requerimientos de inversión para la operación del proyecto

En el siguiente cuadro se relacionan los requerimientos de elementos, encerres, equipos y demás inversiones para la puesta en funcionamiento del motel.

Silla Del Amor

Mueble erótico que cuenta con un diseño ergonómico para mantener posiciones naturales y cómodas durante el acto.

Medidas: Alto 72 cm, Largo 1.60 cm y ancho 45cm

Precio unitario: \$250.000

Cama King

Medidas:

Ancho 200cm * Largo 200cm

Precio unitario: \$1.500.000

Columpio Del Amor

Rotación de 360°

Resistencia hasta 300 Lbs

Precio unitario: \$150.000

Pista De Pole Dance

Medidas:

Ancho 1m * Largo 1m

Precio unitario: \$1.000.000

Televisor

Medidas:

43 Pulgadas

Precio unitario: \$1.200.000

Barra De Sonido

Consta de 1 barra principal de sonido y 4 parlantes.

Valor unitario: \$300.000

Jacuzzi

Medidas:

De acuerdo a la infraestructura

Precio unitario: \$3.000.000

Computador

Hp (Todo en uno)

Precio unitario: \$1.250.000

Impresora De Facturas

Impresora de recibos térmica

Precio unitario: \$250.000

Sistema De Circuito Cerrado De Seguridad



Sistema con canales en puntos estratégicos del establecimiento.

Precio: \$5.000.000

Caja De Seguridad



Precio unitario: \$200.000

Citofonos



Ubicados en habitaciones y espacios administrativos.

Precio unitario: \$45.000



Intercomunicador De Ventanilla

Ubicados en la ventanilla de la recepción.

Precio unitario: \$230.000



Caldera Industrial

De acuerdo a su capacidad se destina una caldera para cada sección.

Precio unitario: \$700.000

**Lavadora Industrial**

Precio unitario: \$3.000.000

**Secadora Industrial**

Precio unitario: \$2.500.000

**Plancha Industrial**

Precio unitario: \$1.200.000

**Minibar**

Medidas:

Ancho 43cm, Largo 52cm y Alto 74cm

Precio unitario: \$450.000

Tabla 3.
Requerimientos de muebles, encerres y equipos del proyecto

Producto	Cantidad	Valor Unitario	Total
Silla Del Amor	25	\$ 250.000	\$ 6.250.000
Cama King	25	\$ 1.500.000	\$ 37.500.000
Columpio Del Amor	25	\$ 150.000	\$ 3.750.000
Pista De Pole Dance	25	\$ 1.000.000	\$ 25.000.000
Televisor	29	\$ 1.200.000	\$ 34.800.000
Barra De Sonido	25	\$ 300.000	\$ 7.500.000
Jacuzzi	25	\$ 3.000.000	\$ 75.000.000
Computador	4	\$ 1.250.000	\$ 5.000.000
Impresora De Facturas	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Sistema De Circuito Cerrado De Seguridad	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
Caja De Seguridad	2	\$ 200.000	\$ 400.000
Citófonos	28	\$ 45.000	\$ 1.260.000
Intercomunicador De Ventanilla	2	\$ 230.000	\$ 460.000
Lavadora Industrial	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Secadora Industrial	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
Caldera Industrial	5	\$700.000	\$3.500.000
Plancha Industrial	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Nevera Mini-bar	26	\$ 450.000	\$ 11.700.000
colchones semiortopédicos	25	1.000.000	25.000.000
Combo Escritorio Esquinero + silla	1	469.900	469.900
Combo escritorio y silla gerencial	1	768.000	768.000
Archivador 4 gabetas	2	297.000	594.000
Combo mesa para juntas y 4 sillas	1	950.000	950.000
Gabetero para implementos de aseo	1	290.000	290.000
Total	1		\$ \$ 252.141.900

4.6 ISO 14001 VERSION 2015

En el marco de la responsabilidad ambiental empresarial y teniendo en cuenta los objetivos de desarrollo sostenible es de vital importancia identificar, valorar y por supuesto prevenir, controlar y mitigar los impactos ambientales generados por la organización, a fin de contribuir con el tan anhelado equilibrio social, ambiental y económico como pilares fundamentales para

garantizar la satisfacción de las necesidades presentes sin comprometer las propias de las generaciones futuras.

4.6.1 Marco teórico y conceptual del estudio ambiental.

Para establecer adecuadamente la metodología y lo más importante, los procedimientos encaminados a la protección del medio ambiente es indispensable citar algunos conceptos claves a tener en cuenta:

- **Medio ambiente:** conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos o indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas. (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente en Estocolmo 1972).
- **Aspecto ambiental:** elemento de las actividades, productos o servicios de una organización que interactúa o puede interactuar con el ambiente. (Instituto Colombiano de Normas Técnicas, NTC ISO 14001 de 2015)
- **Impacto ambiental:** Cualquier alteración en el medio ambiental biótico, abiótico y socioeconómico, que sea adverso o beneficioso, total o parcial, que pueda ser atribuido al desarrollo de un proyecto, obra o actividad. (Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible, Decreto 2041 de 2014)
- **Medidas de compensación:** Son las acciones dirigidas a resarcir y retribuir a las comunidades, las regiones, localidades y al entorno natural por los impactos o efectos negativos generados por un proyecto, obra o actividad, que no puedan ser evitados, corregidos o mitigados. (Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible, Decreto 2041 de 2014).

- **Medidas de corrección:** Son las acciones dirigidas a recuperar, restaurar o reparar las condiciones del medio ambiente afectado por el proyecto, obra o actividad. (Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible, Decreto 2041 de 2014)
- **Medidas de mitigación:** Son las acciones dirigidas a minimizar los impactos y efectos negativos de un proyecto, obra o actividad sobre el medio ambiente. (Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible, Decreto 2041 de 2014)
- **Medidas de prevención:** Son las acciones encaminadas a evitar los impactos y efectos negativos que pueda generar un proyecto, obra o actividad sobre el medio ambiente. (Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible, Decreto 2041 de 2014).

4.6.2 Metodología utilizada para la formulación del estudio de impacto ambiental.

Se tiene como base lo establecido en la Metodología General para la Presentación de Estudios Ambientales del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial: el cual busca orientar a los usuarios de proyectos, obras o actividades “*sujetas a la obtención de licencia ambiental o al establecimiento de un plan de manejo ambiental en el desarrollo de los estudios que se requieran para el efecto*”, a fin de que garanticen información precisa y confiable para la toma de decisiones y para el seguimiento al desempeño ambiental de los mismos.

Con base en lo anterior es preciso afirmar que para el proyecto desarrollado en este documento no es requisito la formulación del estudio de impacto ambiental, ya que según los lineamientos establecidos en la legislación ambiental colombiana dicho estudio se realiza para aquellas actividades que general un alto impacto negativo al medio ambiente, las cuales se pueden consultar en el Decreto 2041 de 2014 expedido por el Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible.

4.6.3 Determinación de impactos ambientales del proyecto.

Para la determinación y valoración de los impactos ambientales propios de este proyecto se implementa una metodología cualitativa de tipo matricial mediante el método de Conesa.

Metodología Cualitativa:

Propuesta para España en el año de 1996, por Vicente Conesa, esta metodología se basa en la calificación de 11 atributos que buscan describir de manera detallada el impacto ambiental. Cada atributo es evaluado de manera subjetiva, empleando escalas cualitativas o adjetivos como (alto, medio, bajo, etc.) a los cuales se les ha asignado un valor numérico, de manera que este se incrementa en la medida que describe una situación indeseable.

Por ejemplo, un impacto cuya extensión es “puntual” recibirá una calificación de 1, mientras que uno que afecte toda el área del proyecto (total) recibirá una calificación de 8. En la siguiente tabla se presentan los atributos empleados en la metodología (Metodología para la evaluación de impactos ambientales, Universidad Nacional de Colombia sede Bogotá)

Ecuación para el Cálculo de la Importancia (I) de un impacto ambiental:

$$I = \pm [3i + 2EX + MO + PE + RV + SI + AC + EF + PR + MC]$$

Dónde:

\pm = Naturaleza del impacto.

I = Importancia del impacto

i = Intensidad o grado probable de destrucción

EX = Extensión o área de influencia del impacto

MO = Momento o tiempo entre la acción y la aparición del impacto

PE = Persistencia o permanencia del efecto provocado por el impacto

RV =Reversibilidad

SI =Sinergia o reforzamiento de dos o más efectos simples

AC =Acumulación o efecto de incremento progresivo

EF =Efecto (tipo directo o indirecto)

PR = Periodicidad

MC = Recuperabilidad o grado posible de reconstrucción por medios humanos

Intensidad (I): Este término se refiere al grado de incidencia de la acción sobre el factor, en el ámbito específico en el que actúa. El baremo de valoración estará comprendido entre 1 y 12, en el que 12 expresará una destrucción total del factor en el área en la que se produce el efecto y el 1 una afección mínima.

Extensión (EX): Se refiere al área de influencia teórica del impacto en relación con el entorno del Proyecto dividido el porcentaje del área, respecto al entorno, en que se manifiesta el efecto.

Momento (MO): El plazo de manifestación del impacto alude al tiempo que transcurre entre la aparición de la acción (t_0) y el comienzo del efecto (t_j) sobre el factor del medio considerado.

Persistencia (PE): Se refiere al tiempo que permanecería el efecto desde su aparición y a partir del cual el factor afectado retornaría a las condiciones iniciales previas a la acción por medios naturales o mediante la introducción de medidas correctoras.

Reversibilidad (RV): Se refiere a la posibilidad de reconstrucción del factor afectado por el Proyecto, es decir, la posibilidad de retornar a las condiciones iniciales previas a la acción, por medios naturales, una vez que aquella deja de actuar sobre el medio.

Recuperabilidad (MC): Se refiere a la posibilidad de reconstrucción, total o parcial, del factor afectado como consecuencia del Proyecto, es decir la posibilidad de retornar a las condiciones

iniciales previas a la actuación, por medio de la intervención humana (introducción de medidas correctoras).

Sinergia (SI): Este atributo contempla el reforzamiento de dos o más efectos simples. El componente total de la manifestación de los efectos simples, provocados por acciones que actúan simultáneamente, es superior a la que cabría de esperar de la manifestación de efectos cuando las acciones que las provocan actúan de manera independiente, no simultánea. *Acumulación (AC)*. Este atributo da idea del incremento progresivo de la manifestación del efecto, cuando persiste de forma continuada o reiterada la acción que lo genera.

Acumulación (AC): Este atributo da idea del incremento progresivo de la manifestación del efecto, cuando persiste de forma continuada o reiterada la acción que lo genera.

Efecto (EF): Este atributo se refiere a la relación causa-efecto, o sea a la forma de manifestación del efecto sobre un factor, como consecuencia de una acción.

Periodicidad (PR): La periodicidad se refiere a la regularidad de manifestación del efecto, bien sea de manera cíclica o recurrente (efecto periódico), de forma impredecible en el tiempo (efecto irregular), o constante en el tiempo (efecto continuo). (Metodología para el cálculo de las matrices ambientales, Hidroar S.A)

4.6.4 Reparación del plan de manejo ambiental.

Como el Motel tiene proyectado trabajar con certificación en normas ISO, en uno de sus capítulos se tratará lo correspondiente al manejo de los recursos hídricos, ahorro de energía y manejo de basuras dado que es un servicio que requiere constante aseo después de utilizadas las habitaciones. Se tomará como referencia las NTS – ST 002 de sostenibilidad ambiental para

hacer un ajuste ya que no estaremos obligadas a su implementación por no ser destinado a hotel turístico.

4.6.5 Determinación de requisitos y trámite de licencias y permisos ambientales.

Para este caso solo se tramitará lo respectivo a permisos y licencias de construcción para los puntos de energía eléctrica, el abastecimiento del acueducto y alcantarillado con las entidades respectivas que funcionan en la ciudad de Tunja.

5. Organización y aspectos administrativos

5.1 Marco teórico y conceptual de los aspectos administrativos y organizacionales.

Para la creación de una empresa de cualquier sector económico, existen factores importantes para poder realizar el desarrollo de su actividad como lo es lo recursos humanos; en cargado del reclutamiento, selección, contratación, capacitación y gestión del personal. Dicho cliente interno es fundamental en una compañía ya que es el encargado de realizar las funciones en todas las áreas de una organización para poder realizar el cumplimiento del servicio o producto ofrecido.

En las nuevas organizaciones se está implementando que los trabajadores no sean vistos como máquinas, si no que ellos sean reconocidos como seres humanos que aportan un trabajo de forma creativa y la implementación de factores de motivación, ya que con esto se podrán obtener mejores resultados y productividad laboral los cual se podrán observar en el resultado final y la satisfacción del cliente externo. Los proveedores son un recurso significativo para una empresa ya que con esto se logra obtener mercancía de mejor calidad, precio y fidelidad para la obtención de dichos recursos.

5.2 Metodología utilizada para la formulación de los aspectos administrativos y organizacionales.

En primer lugar se debe establecer la dirección jerárquica para la administración del motel y diseñar el respectivo organigrama. Después de esto se procede a hacer la descripción de perfiles y funciones de cada cargo con el fin de establecer y estandarizar actividades a cumplir bajo ciertos lineamientos y se facilite el cumplimiento en las diferentes áreas de la organización tales

como financiera, administrativa y operacional, ajustadas a las normas legales y sostenibilidad ambiental.

5.3 Estructura orgánica y funciones a nivel de áreas.

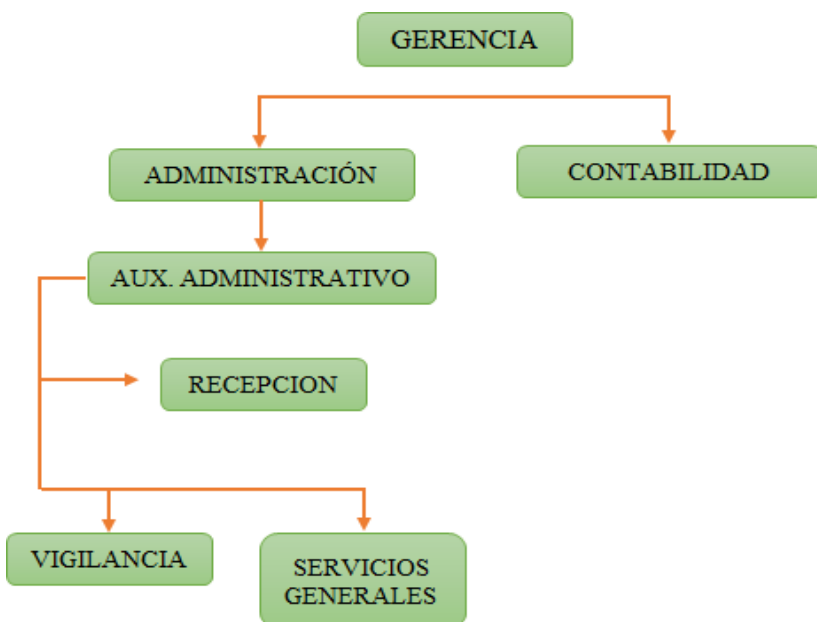


figura 26. Organigrama

5.4 Planta de cargos requerida.

Tabla 4.

Personal requerido

<u>Planta de Personal</u>				
Área	Cargo	Nivel ocupacional	N° de personas	Nivel Académico
Administrativa	Gerente	Directivo	1	Profesional
	Administrador	Administrativo	1	Profesional
	Contador	Contable	1	Profesional
	Auxiliar Administrativo	Administrativo	1	Técnico
Servicio al Cliente	Recepcionista	Asistente	3	Técnico
Vigilancia	Guarda de seguridad	Supervisor	3	Técnico
Servicios Generales	Camarera	Asistente	3	Bachiller

5.5 Descripción de funciones y perfiles a nivel del cargo.

A continuación se presentan los formatos con los requisitos para la ocupación de cada uno de los cargos que se han establecido para el funcionamiento del motel.

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Dependencia	Administrativa
Cargo	Gerente
Nº de cargos	1
II. ÁREA FUNCIONAL – (Administrativa)	
III. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Planificar objetivos generales y específicos de la empresa a corto, mediano y largo plazo, además de la estructura organizacional de esta con el fin de dirigirla en todas sus áreas, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de esta.	
IV. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES PRINCIPALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar, desarrollar y aplicar sistemas de información, clasificación, actualización, manejo y conservación de recursos propios de la organización. 2. Gestionar y coordinar la contabilidad, el presupuesto, los cálculos estadísticos, establecer tarifas y esforzarse por alcanzar los objetivos de beneficios. 3. Elaborar y promover estrategias de marketing. 4. Garantizar el cumplimiento de permisos, licencias, autorizaciones y demás normas legales. 5. Supervisar el mantenimiento, las existencias y el mobiliario. 6. Realizar auditorías en todas las áreas de trabajo y hacer seguimiento a los hallazgos en pro de aplicar mejora continua. 7. Comprobar la calidad para garantizar los estándares esperados por el cliente. 	
V. CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES	
Normas legales y ambientales vigentes. Plan de desarrollo y de ordenamiento territorial. Manejo presupuestal y financiero. Contratación. Marketing y publicidad. Desarrollo empresarial.	
VI. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<u>ESTUDIOS</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Título profesional universitario 2. Título de formación avanzada o de posgrado en modalidad de especialización. 3. Tarjeta profesional <u>EXPERIENCIA</u> (4) años de experiencia en gerencia empresarial y comercial.	

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Dependencia	Administrativa
Cargo	Administrador
N° de cargos	1
II. ÁREA FUNCIONAL – (Administrativa)	
III. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Incentivar el personal de trabajo, liderar actividades y velar por los recursos del motel a través de la aplicación de procesos tales como planear, organizar, dirigir y controlar en pro del cumplimiento de los objetivos establecidos.	
IV. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES PRINCIPALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Seleccionar, capacitar y contratar el personal para cada una de las vacantes según los lineamientos de la organización. 2. Realizar nómina de planta de personal. 3. Diseñar e implementar estrategias de innovación y creatividad que impacten el mercado. 4. Manejar plataformas virtuales propias de la organización. 5. Buscar canales de promoción de productos y servicios ofrecidos por la organización. 6. Controlar el presupuesto asignado por los directivos de la organización. 7. Realizar constantes estudios de mercado que permitan identificar oportunidades y amenazas frente a la competencia, además de posibles mejoras para la organización. 8. Velar por la satisfacción tanto del cliente interno como externo. 9. Llevar a cabo el desarrollo de actividades y capacitaciones al personal de trabajo. 10. Cerciorarse del cumplimiento de manuales, normas y demás lineamientos estipulados por la dirección. 	
V. CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES	
Talento humano. Contratación. Marketing y ventas. Ingresos, costos, gastos y presupuesto. Normatividad. Planeación estratégica. Estudio de mercado.	
VI. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<u>ESTUDIOS</u> 1. Título profesional universitario. 2. Tarjeta profesional. <u>EXPERIENCIA</u> (2) años de experiencia en la parte administrativa, financiera, comercial y de manejo de personal	

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Dependencia	Administrativa
Cargo	Contador
N° de cargos	1
II. ÁREA FUNCIONAL – (Administrativa)	
III. PROPOSITO PRINCIPAL	
Diseñar y operar sistemas financieros y administrativos que generen información adecuada para la toma de decisiones de planeación, operación y control en la organización.	
IV. DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES PRINCIPALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar los resultados contables y financieros según los criterios de evaluación establecidos por la organización. 2. Realizar registros contables y preparar informes de estados financieros. 3. Dictaminar y dar fe pública acerca de la constancia y legalidad de los estados financieros. 4. Liquidar impuestos, declaraciones de renta y otros registros contables y financieros que garanticen la exactitud y cumplimiento de los procedimientos contables y de control interno. 5. Presentar la información tributaria ante la DIAN junto con el representante legal en la fechas establecidas por la entidad 6. Asesorar al representante leal y a la junta directiva en la toma de decisiones que afecten a la organización en aspectos contables y tributarios, acatando lo establecido por las normas y las entidades 	
V. CONOCIMIENTOS BASICOS O ESENCIALES	
Contabilidad y finanzas. Presupuesto. Gestión tributaria. Normas NIF y NIC.	
VI. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<u>ESTUDIOS</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Título profesional universitario. 2. Tarjeta profesional. <u>EXPERIENCIA</u> <ol style="list-style-type: none"> 3 años de experiencia como contador. 	

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Dependencia	Administrativa
Cargo	Auxiliar administrativo
N° de cargos	1
II. ÁREA FUNCIONAL – (Administrativa)	
III. PROPOSITO PRINCIPAL	
Ejecutar procesos administrativos aplicando normas y procedimientos definidos, elaborar documentación necesaria, realizar y revisar cálculos a fin de dar cumplimiento a cada uno de los procesos, logrando resultados oportunos y garantizando la prestación del servicio.	
IV. DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES PRINCIPALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir, revisar, clasificar y controlar documentos y datos relacionados con asuntos de la organización. 2. Preparar y presentar los informes requeridos por la dependencia según las instrucciones recibidas. 3. Organizar y mantener actualizado el archivo manual o computarizado. 4. Recibir y registrar correspondencia. 5. Apoyar las actividades administrativas de la organización. 6. Organizar la agenda del administrador y el representante legal 7. La demás funciones que le sean asignadas y delegadas y que correspondan a la naturaleza del cargo. 	
V. CONOCIMIENTOS BASICOS O ESENCIALES	
Contabilidad general. Manejo de herramientas ofimáticas. Normatividad. Técnicas de información y comunicación. Área comercial. Correspondencia. Servicio al cliente	
VI. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<u>ESTUDIOS</u> 1. Técnico o tecnólogo en áreas administrativas y/o contables.	
<u>EXPERIENCIA</u> 1 año de experiencia.	

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Dependencia	Administrativa
Cargo	Recepcionista
N° de cargos	3
II. ÁREA FUNCIONAL – (Servicio al cliente)	
III. PROPOSITO PRINCIPAL	
Proveer excelente servicio al cliente y apoyar en la consecución de los objetivos de la empresa, a través de una buena atención tanto a clientes externos como internos, y lograr eficiencia en las labores administrativas y de orientación al cliente.	
IV. DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES PRINCIPALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer el portafolio de productos y servicios. 2. Llevar registro y control de personas que ingresen al establecimiento. 3. Realizar cobro de productos o servicios adquiridos. 4. Informar y asignar de acuerdo a la disponibilidad de habitaciones la indicada de acuerdo a la elección y gusto del cliente. 5. Informar al personal (camarera) los productos y servicios adquiridos por el cliente para proceder con la atención. 6. Entregar facturación, soportes y efectivo diario finalizado el turno. 7. Registrar reservas y mantener actualizada plataforma. 8. Confidencialidad de la información propia de la empresa y del cliente externo. 	
V. CONOCIMIENTOS BASICOS O ESENCIALES	
<p>Atención y servicio al cliente. Manejo de efectivo. Manejo de herramientas ofimáticas. Área comercial.</p>	
VI. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<u>ESTUDIOS</u> 1. Técnico o tecnólogo en áreas administrativas y/o de servicio al cliente.	
<u>EXPERIENCIA</u> 6 meses de experiencia.	

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Dependencia	Vigilancia
Cargo	Guarda de seguridad
N° de cargos	3
II. ÁREA FUNCIONAL – (Vigilancia)	
III. PROPOSITO PRINCIPAL	
Garantizar la seguridad y el resguardo de las instalaciones donde presta sus servicios, informar cualquier novedad que se presente y, proteger y resguardar los bienes y personas puestos a su cuidado.	
IV. DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES PRINCIPALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Controlar entrada y salida de clientes. 2. Recorrer las instalaciones a fin de detectar cualquier irregularidad. 3. Verificar condiciones de seguridad de las vías de acceso al establecimiento. 4. Reportar cualquier anomalía observada bajo su vigilancia. 5. Registrar en el libro el inicio, la entrega de turno y/o cualquier novedad presentada. 6. Realizar otras tareas a fines y complementarias conforme a lo asignada por su superior inmediato. 7. Confidencialidad de la información propia de la empresa y del cliente externo. 	
V. CONOCIMIENTOS BASICOS O ESENCIALES	
<p>Manejo de armas de fuego o armas no letales. Habilidades para el trabajo en equipo. Medidas de seguridad requeridas en el puesto de trabajo. Servicio y atención al cliente.</p>	
VI. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<p><u>ESTUDIOS</u> Técnico en vigilancia y seguridad privada.</p> <p><u>EXPERIENCIA</u> 1 año de experiencia.</p>	

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Dependencia	Servicios generales
Cargo	Camarera
N° de cargos	3
II. ÁREA FUNCIONAL – (Servicios generales)	
III. PROPOSITO PRINCIPAL	
Atender habitaciones con su debida limpieza siguiendo los estándares y requisitos de calidad, además de la atención personalizada al cliente.	
IV. DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES PRINCIPALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Velar por el cuidado de los muebles y enseres de la empresa. 2. Cuidar el material y el equipamiento de limpieza. 3. Custodiar las llaves de las instalaciones y devolverlas finalizado el turno. 4. Limpiar las habitaciones siguiendo las instrucciones y prioridades establecidas. 5. Preparar el carro con todos los útiles y material de limpieza necesario para su trabajo. 6. Comunicar las averías para su posterior reparación. 7. Informar al área de recepción la disponibilidad de las habitaciones luego de su debido mantenimiento. 8. Llevar a la habitación los productos que el cliente solicite. 9. Realizar limpieza a las áreas comunes y administrativas del establecimiento. 10. Mantener actualizado el inventario de productos e informar al área administrativa los agotados con el fin de su nueva adquisición. 11. Confidencialidad de la información propia de la empresa y del cliente externo. 	
V. CONOCIMIENTOS BASICOS O ESENCIALES	
<p>Conocimientos de los productos químicos de limpieza.</p> <p>Conocimiento de normatividad.</p> <p>Atención al cliente.</p>	
VI. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<p><u>ESTUDIOS</u></p> <p>Bachiller.</p> <p><u>EXPERIENCIA</u></p> <p>6 meses.</p>	

5.6 Función de planeación corporativa

Visión. A 2025 el motel será reconocido como uno de los mejores de su clase a nivel departamental recibiendo clientes de todas las partes del país.

Misión. Ofrecer a los clientes una idea innovadora mediante espacios cómodos, interactivos y privados, diseñados para compartir momentos románticos e íntimos que van acorde con un servicio de calidad de manera que sea de entera satisfacción para que su estancia sea placentera.

Objetivos.

- Lograr un posicionamiento y reconocimiento frente a la competencia existente en la industria motelera de la ciudad
- Generar un sentimiento de confianza y satisfacción a todos y cada uno de los clientes que tomen nuestros servicios como hotel temático presentando innovaciones acordes a las solicitudes del cliente y épocas del año.
- Ofrecer un servicio innovador e interactivo en la ciudad de Tunja para las parejas que buscan intimidad con estándares de calidad higiene
- Dar a conocer la empresa, por medio de estrategias de marketing en el ámbito local y departamental.

Valores corporativos.

Liderazgo: Implementar las mejores continuas en el menor tiempo posible, con el fin de brindar alternativas innovadoras a sus clientes, además de imponerse ante el mercado.

Confiabilidad: Brindar total tranquilidad a sus clientes tanto externos al momento de hacer uso del portafolio de productos y servicios, como internos al momento del desarrollo de sus funciones.

Responsabilidad: Cumplir con los objetivos planteados y con la información dada a conocer, evitando generar falsas expectativas.

Honestidad: Trabajar bajo los lineamientos legales, con el fin de contribuir al correcto desarrollo de las actividades y un favorable ambiente de trabajo.

Principios

- Mantener estándares de calidad altos acordes al sector y ajustadas a las NTS correspondientes
- Actitud de servicio para llenar las expectativas y obtener la fidelidad de los clientes.
- Actitud hacia la mejora, entre mejores sean los procesos que se lleven a cabo dentro de la operación del motel, mejores serán los resultados
- Trabajo en equipo, el compromiso de todos los miembros de la organización trabajando en unión y solidaridad, contribuye a que los objetivos se logren con más facilidad y eficiencia
- Competitividad, en cada una de las áreas y con el equipo de trabajo para prestar un servicio que consolide el posicionamiento esperado en la visión de la empresa.
-

Matriz axiológica.

Según Serna (2011), La matriz axiológica sirve a la organización como herramienta de divulgación de los principios y valores corporativos, identificando los valores que a cada uno de los stakeholders le competen. Para la divulgación de estos valores y principios, se diseñó la siguiente matriz axiológica que será publicada en la cartelera principal del motel.

REFERENTE	EL ESTADO	LOS CLIENTES	LOS PROVEEDORES	LOS COLABORADORES	LOS ACCIONISTAS
Valores					
Liderazgo		X	X	X	X
Confianza		X	X	X	X
Responsabilidad	X	X	X	X	X
Honestidad		X	X	X	X
Respeto		X	X	X	X
Principios					
Calidad	X	X	X	X	X
Actitud de servicio		X			
Actitud hacia la mejora		X	X	X	
Trabajo en equipo		X	X	X	X
Competitividad		X	X	X	

5.7 Función de recursos humanos.

Sistema de reclutamiento

La selección de talento humano es un proceso que consta de diferentes etapas. Esto con el fin de realizar un análisis riguroso a cada uno de los candidatos y así escoger el que mejor se profile de acuerdo a las características de la vacante. La cantidad de procedimientos que se llevan a cabo en la selección depende de lo estipulado en la política interna de la organización.

1. Análisis del cargo

Consiste en estudiar y determinar los requerimientos y condiciones que exige el cargo para el desempeño de sus funciones.

2. Reclutamiento de candidatos

Divulgación y oferta que realiza la organización para dar a conocer la oportunidad de empleo.

- Tipo de reclutamiento: Interna – Externa
- Publicación de la vacante
- Recopilación de hojas de vida

3. Selección de candidatos

Análisis riguroso a las hojas de vida recopiladas, con el fin de verificar el cumplimiento de los requisitos expuestos para la vacante y así escoger a candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar el cargo dentro de la organización.

- Entrevista personal
- Pruebas de personalidad y de conocimiento
- Verificación de datos consignados en hojas de vida

4. Decisión de contratación

Superadas las etapas del proceso de selección, la organización da paso a la contratación del candidato seleccionado. Para este caso se realizará contrato a término fijo el cual de acuerdo a con prestaciones de ley.

5. Inducción y capacitación

Remuneración

NOMBRE TRABAJADOR	DEVENGADO				TOTAL DEVENGADO	DEDUCIDO		TOTAL NETO
	DÍAS TRABAJADOS	SALARIO BASE	AUXILIO DE TRANSPORTE	HORAS EXTRAS		SALUD 4%	PENSION 4%	
Administrador	30	\$ 1.600.000			\$ 1.600.000	\$ 64.000	\$ 64.000	\$ 1.472.000
Aux. Administrativo	30	\$ 900.000	\$ 97.032		\$ 900.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 925.032
Recepcionista	30	\$ 828.116	\$ 97.032		\$ 828.116	\$ 33.125	\$ 33.125	\$ 858.899
Guarda de seguridad	30	\$ 828.116	\$ 97.032		\$ 828.116	\$ 33.125	\$ 33.125	\$ 858.899
Camarera	30	\$ 828.116	\$ 97.032		\$ 828.116	\$ 33.125	\$ 33.125	\$ 858.899
TOTAL NOMINA					\$ 4.984.348	\$ 199.374	\$ 199.374	\$ 4.973.728

figura 27. Nómina de sueldos de personal

Bienestar laboral

La función del bienestar laboral es considerada como la creación y manejo de un conjunto de servicios que la empresa coloca a disposición del trabajador y su familia, en forma gratuita y semi-gratuita con el propósito de satisfacer sus necesidades básicas. En la administración de personal se involucran los beneficios recibidos por parte del trabajador pero que no constituyen

salarios. La compensación directamente pagada en dinero como salarios y prestaciones (bonificaciones, primas, auxilios e incentivos) pertenece a la función de remuneración (Londoño y Torijano , 2012, p.31)

Según Fortes (1983), se pueden distinguir dos tipos de beneficios, uno de ellos son los beneficios de tipo obligatorio que por ley las empresas deben entregar a sus funcionarios como es salud, previsión, asignación familiar y accidentes del trabajo y enfermedades y los beneficios voluntarios son aquellos que los trabajadores reciben adicionalmente a su remuneración como las capacitaciones, programas de recreación, programa de vivienda, entre otros.

Además de lo anterior es importante incluir que el Ministerio del Trabajo comprometido con las políticas de protección de los trabajadores colombianos y en desarrollo de las normas y convenios internacionales, estableció el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), el cual debe ser implementado por todos los empleadores y consiste en el desarrollo de un proceso lógico y por etapas, basado en la mejora continua, lo cual incluye la política, la organización, la planificación, la aplicación, la evaluación, la auditoría y las acciones de mejora con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que puedan afectar la seguridad y la salud en los espacios laborales.

De esta manera el Motel realizará este plan de incentivos para sus trabajadores y diseñará e implementará el SG- SST y nombrará la persona que se encargará de su verificación y revision al menos dos veces en el año. En este documento el empleador se obligará a:

- Definir, firmar y divulgar la política de seguridad y salud en el trabajo.
- Rendir cuentas a las personas que conforman la organización.
- Cumplir con los requisitos normativos

- Realizar el plan de trabajo anual en seguridad y salud en el trabajo.
- Fomentar la participación de los empleados.
- Asignar los responsables y comunicarlo a todos los miembros de la organización
- Definir y asignar los recursos necesarios para establecer, mantener y mejorar el SG-SST.
- Gestionar los riesgos y los peligros que se puedan dar en la organización.
- Prevenir los riesgos laborales.
- Darle rumbo al SG-SST en la organización.
- Integrar los aspectos de seguridad y salud en el trabajo, al conjunto de sistemas de gestión, procesos, procedimientos y decisiones de la organización.

5.8 Función de mercadeo: plan de mercados, sistema de divulgación y promoción del bien o servicio, sistemas de ventas.

MATRIZ DOFA	
<u>FORTALEZA</u>	<u>OPORTUNIDADES</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Pioneros en brindar el servicio de motel temático - El motel temático cuenta con servicios adicionales como room service, sex shop y parqueadero privado. - La empresa cuenta con capacitación en servicio y atención al cliente para todos sus empleados anualmente. 	<ul style="list-style-type: none"> - El motel temático está ubicado a las afueras de la ciudad y sobre una vía principal que conecta a varios municipios. - Consideramos la expansión de la infraestructura a mediano-largo plazo dependiendo de la demanda del mercado.

<u>DEBILIDADES</u>	<u>AMENAZAS</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Desconocimiento del público acerca de los moteles temáticos. - El servicio de motel temático no va dirigido a todos los estratos sociales del municipio. - Inicio de operaciones con deudas financieras. - El motel temático no está posicionado a un en la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> - Que lo moteles existentes modifiquen sus instalaciones de tal modo que se asemeje a nuestra idea de negocio. - Se implemente la creación de moteles temáticos en la región. - Complicaciones al momento de obtener licencias y permisos de construcción.

- **Estrategia de servicio.** Es necesario para poder implementar en el mercado tunjano el servicio de motel temático, posicionar esta idea de negocio con el fin de tener un crecimiento en términos de venta del servicio, rentabilidad y desarrollo, explotando la industria y la falta de competencia directa. Así mismo, se deben desarrollar estrategias y procesos que creen en los usuarios finales una fidelización y gusto por el nuevo concepto de un motel temático logrando un impacto innovador, haciendo que este sector económico se incremente y posiciones en el municipio de Tunja.

- **Estrategia de promoción.** Se realiza a través de redes sociales como Facebook, Instagram y por medio de la App Motelnow disponible para Android y ios y con la ayuda de un marketing voz a voz, donde por medio de un grupo de personas sientan la curiosidad y la intensión de tener una nueva experiencia.

Lo anterior tiene como alcance la interacción y llegada de información sobre los servicios prestados por el motel temático a futuros clientes potenciales a los cuales se le hará saber que

hay fechas del año dentro de las cuales la demanda será mayor y por lo mismo se crearán dinámicas y ofertas para promocionar los servicios, algunas de las fechas claves son:

- San Valentín.
- Día de la secretaria.
- Amor y amistad.
- Partidos de la selección.
- Día de la madre y el padre.

Recalcando la creatividad e innovación de nuestro motel temático para poder llegar a la mente del consumidor para que sienta la necesidad de hacer parte de esta diferente experiencia, de tal modo que su agrado este a un nivel elevado que quiera recomendarlo, repetirlo y ponerlo de moda.

- **Estrategia de publicidad.** Para divulgar de manera correcta el servicio innovador a cargo del motel temático, se hará una máxima utilización de las redes sociales y de las plataformas virtuales para dar a conocer el servicio, las cuales contarán con una interacción constante con los usuarios para resolver dudas, dando apertura inmediata al marketing digital, para que los usuarios finales vayan conociendo el concepto y se vayan familiarizando con la idea, así mismo, esta estrategia contará con una actualización diaria para promociones, rutas, precios, servicios y ofertas que se manejen en todos los momentos del año.

- **Estrategia de fidelización.** Se identifica una estrategia que logre el éxito frente a la competencia “moteles tradicionales”, y no basta con excelente calidad y servicio, el público objetivo es exigente y requiere ciertos incentivos para acceder al servicio “calidad, experiencia y confort”, de hecho el cliente será el que evalúe nuestro valor agregado, y es por esto que se hace necesario, el promocionar nuestro servicio, con el fin de atraer la mayor cantidad de clientes

posible para poder fidelizarlos, y así posicionar muy alto el nombre del motel temático y maximizar las ventas.

Es por esto que se creará una membresía de cliente frecuente, la cual otorgará un descuento en licores, disfraces y servicios adicionales, en el momento que complete 5 servicios con nosotros en menos de 6 meses, se le obsequiará un servicio de 3 horas totalmente gratis.

- **Estrategia post-venta.** Es importante conocer la percepción en la prestación del servicio, por lo anterior el motel temático implementara las siguientes estrategias:

Una política de promoción con descuentos y beneficios para usuarios frecuentes, recomendados y nuevos.

El cliente siempre sentirá protección y seguridad por parte de la empresa, así como soporte y confidencialidad.

Se realizara un acompañamiento a usuarios que realicen sus reservas por medios virtuales o directamente en el establecimiento explicándoles servicios, y productos para su mayor disfrute.

Se tiene en cuenta las sugerencias para mejorar y generar valor al concepto.

- **Diagrama de flujo de servicio**

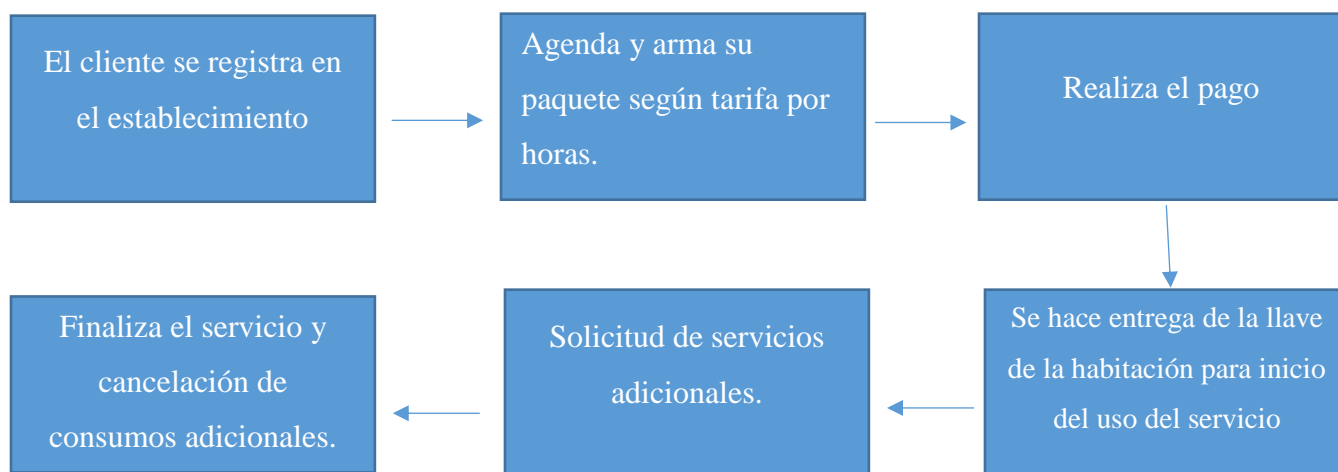


figura 28 Diagrama de flujo del servicio

5.9 Función de servicios administrativos: seguridad y mantenimiento de instalaciones.

5.9.1 Mantenimiento de instalaciones

- **Aseo :** Se contara con apoyo en cada turno de trabajo por parte de las camareras quienes realizaran el mantenimiento de habitaciones, áreas comunes y parte administrativa, dicho lo anterior esto se realizará diario y en cuanto al tema de mantenimiento de habitaciones será cada que termine el servicio de la mencionada.
- **Infraestructura:** Se hará mantenimiento de pintura de fachada cada año y el mantenimiento de instalaciones internas será cada que el mismo así lo necesite ya sea pintura, reparación, construcción, sistema eléctrico, de cámaras, entre otros, para que el hotel temático siempre se encuentre es perfecto estado para el disfrutes de sus cliente y para que no genere costos adicionales y afecta la imagen de la empresa.
- **Fumigación de plagas:** De acuerdo a estándares de sanidad y calidad se realizara una alianza estratégica con una empresa en cargada de hacer limpieza de tanques, fumigación de plagas, limpieza de colchones, etc. Lo cual será realizado una vez al año, esto para poder brindar a nuestros clientes un servicio de calidad y evitar cualquier virus, bacteria y enfermedad.
- **Equipo y mobiliario:** El mantenimiento del equipo y mobiliario se realiza de acuerdo al bien lo necesite ya que estos equipos tienen una vida útil. Para el software de operatividad de la empresa se actualizara una vez al año para poder garantizar que toda la información sea correcta, verídica y rápida.

5.9.2 Seguridad de instalaciones

La seguridad se refiere a la identificación y análisis de las amenazas y riesgos que enfrentan o pueden llegar a enfrentar instalaciones, bienes y procesos a fin de implementar

planes y sistemas tendientes a prevenir, dificultar o limitar los resultados de las posibles acciones dañinas contra la seguridad.

El motel temático cuenta con un sistema de seguridad para poder brindarle al cliente más tranquilidad durante su estadía, por lo que el personal contara con una capacitación en primeros auxilios, prevención y control de incendios, simulacro de evacuación, salud en emergencia y desastres, defensa personal. El guarda de seguridad será la persona encargada de implementar medidas de protección registrando el ingreso de personas, objetivos y vehículos Para poder brindar mayor seguridad el motel temático implementara los siguientes sistemas de seguridad:

- Circuito cerrado de cámaras
- Sistema de seguridad las 24 horas
- Sistema de alarma contra incendio
- Señalización de ruta de evacuación y punto de encuentro
- Mecanismo de apertura y cierre de puertas

Lo anterior para evitar cualquier tipo de riesgo ya sea natural o artificial, para poder minimizar las condiciones de vulnerabilidad y evitar cualquier tipo de riesgos.

En la tabla 5 se presenta el presupuesto del costo de construcción del motel según una firma de construcción de la ciudad de Tunja a precios de hoy con todos los elementos que constituyen las normas de urbanismo y construcción y contempladas en las oficina de Curaduría, lo que permite establecer el costo de inversión en la construcción y que hará parte del estudio financiero del proyecto.

Tabla 5.
Presupuesto de construcción

Presupuesto De Obra	
Descripción	Valor total
Costos directos	
Terreno	\$ 90.000.000
Instalación eléctrica	\$ 18.000.000
Permisos y licencias	\$ 15.000.000
Planos	\$ 8.000.000
Preliminares	\$ 27.854.829
Cimentación	\$ 67.929.625
Estructura	\$ 32.820.000
Mampostería	\$ 10.045.000
Pisos	\$ 112.623.750
Cubiertas	\$ 5.760.000
Pañetes	\$ 48.336.000
Carpintería	\$ 62.960.000
Aparatos sanitarios	\$ 6.577.000
Subtotal Costos Directos	\$ 505.906.204
Costos Indirectos	
AIU	\$ 35.000.000
Subtotal Costos Indirectos	\$ 35.000.000,00
Valor Total	\$ 540.906.204,00

5.10 Pautas para garantizar la sostenibilidad del proyecto una vez entre en operación.

Con el fin de general que una empresa sea sostenible, es importante crear un valor agregado para poder mitigar la gestión del riesgo, esto generado a la responsabilidad social de cada empresa siendo este la integración voluntaria en sus operaciones comerciales y sus relaciones interpersonales. es esencialmente la sostenibilidad económica del negocio a largo y media plazo para poder mantener una rentabilidad económica de sus actividades, contemplando nuevos riesgos y oportunidades asociados a los aspectos sociales, servicio y relaciones laborales.

Es por lo anterior que el motel temático implementara varias estrategias de sostenibilidad contemplando acciones simples y medidas elaboradas, ya que la empresa piensa a largo plazo

para poder generar un retorno de inversión, ética para los negocios, relacionamiento con los clientes, desarrollo de proveedores, gestión de crisis e inversión responsable.

Adicionalmente se va a evaluar el ahorro de agua, energía, papel y realizar compras responsables con esto nos referimos a productos ecológicos. Por lo que se aplicaran las siguientes estrategias para poder lograr la sostenibilidad de la empresa:

- **Estrategia de capacitación de empelados:** Capacitar a los empleados, para hacerles conocer la importancia, dentro de la empresa y los beneficios de participar en pequeñas acciones, con el apoyo de directivos, implementando la manera correcta de separar la basura, reducción de gasto de agua y energía y reutilizar materiales.
- **Estrategia de ambiente favorable:** Se realizará la contratación de empleados y proveedores con personas de la región para así incrementar la economía y generar un impacto para que la ciudad se vea beneficiada. Para realizar un ambiente favorable y que otras empresas también desarrollen este tipo de acciones para que se sientan motivados y comprometidos con la sostenibilidad.
- **Estrategia de negocio:** Realizar campañas de descuentos en meses los cuales no se vean afluencia de clientes, para no dejar decrecer los ingresos del motel temático y poder cumplir con las metas establecidas y el flujo de caja. Para poder tomar acciones de crecimiento, mejora y optimización de cualquier área de la empresa y así no tener a largo plazo problemas de liquidez.

6. Marco legal e institucional del proyecto

6.1 Definición del tipo de organización.

De acuerdo a lo establecido en la Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008, por la cual se crea la sociedad por acciones simplificada, según lo determinado por el *Congreso de la república* se define como “Sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se registrará por las reglas aplicables a las sociedades anónimas”.

6.2 Preparación de estatutos, minutas de escrituras de constitución.

Tomando como referente el modelo de estatutos que ofrece la Cámara de Comercio de Tunja, se establece la Sociedad por acciones simplificada establecida por dos socias con cuotas iguales de participación, con duración indefinida, no tendrá Junta Directiva y tendrá una asamblea general durante cada año una dentro de los 3 primeros meses de año.

La asamblea hará siempre el nombramiento del representante legal, y éste tendrá las atribuciones que le confiere la ley para el majeo y representación legal de la empresa, en este caso el Motel. Tendrá la disposición de decidir sobre el presupuesto de la empresa hasta por un monto de 20 SMMLV. La cuantía que se supere de este monto deberá ser autorizada por la asamblea de accionistas de la SAS en mención. Ver Anexo 4

6.3 Requisitos y trámites de formalización de la empresa.

Para constituir la SAS la Cámara de Comercio de Tunja desde su web, recomienda:

- Redactar los estatutos de la S.A.S.
- Diligenciar los siguientes formularios: formulario del RUES, el formulario de establecimiento de comercio, el formulario para aplicar al beneficio por ser menor de 35

años y el formulario adicional de registros con otras entidades (la Cámara ayuda con la información para la DIAN y el Municipio, facilitando el proceso). Se debe tener claro el código CIU antes de llenar los formularios.

- Inscribir el pre-RUT. Se puede hacer la inscripción del pre-RUT en la página de la DIAN o en las oficinas de la Cámara de Comercio.
- Realizar el registro en la Cámara de Comercio. Una vez tengas todos los documentos diligenciados correctamente, los presentas en la Cámara de Comercio.
- Pagar los impuestos. Para finalizar, se pagan los impuestos y costos según el capital y las características de la S.A.S. Estos impuestos se pueden pagar en la misma Cámara de Comercio. Normalmente en 24 horas ya se puede tener respuesta sobre la SAS

6.4 Trámites y permisos de funcionamiento: patentes, licencias, etc.

Es importante antes de llevar el documento de los estatutos para registro primero llevarlos a la oficina jurídica de la cámara de comercio para que ellos los revisen y si hay algunos errores se corrijan antes de radicarse, ya que después de pagar el registro si la cámara considera cambios se debe cancelar una suma adicional por esos cambios.

También es importante consultar la homonimia del nombre de la sociedad ya que al haber dos nombres iguales no podrá registrarse con ese nombre y se debe cambiar el nombre en el contenido de los estatutos. Consultar en la oficina de planeación si el motel puede ser construido y funcionar en la zona establecida acorde a la normativa de uso de suelo del municipio de Tunja.

Se debe presentar a la oficina de planeación y curaduría los respectivos planos de la construcción del motel y pagar las licencias respectivas y poner el aviso del permiso de construcción para evitar sanciones tanto legales como económicas. Realizar los formatos de las normas NTS TS que apliquen al funcionamiento del hotel.

6.5 Requerimientos de coordinación y apoyo interinstitucional.

Para este caso por ser un motel se debe hacer los respectivos registros a la secretaria de salud para normas de higiene y a la inspección de policía y realizar el compromiso de la ECSNNA (Estrategia Nacional de Prevención de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes) y en caso de asistir extranjeros al hotel hacer el reporte a la policía de migración.

7. Estudio Financiero

7.1 Marco teórico y conceptual del estudio financiero.

De acuerdo con Ramírez (2,000) el estudio financiero considera la información de los estudios de mercado y técnico para obtener los flujos de efectivo positivos y negativos a lo largo del horizonte de planeación, el monto de la inversión fija y flexible, las formas de financiamiento para la operación y la evaluación para conocer la utilidad y la calidad de la inversión del proyecto (citado en Medina, 2004, p.11).

El estudio financiero se puede utilizar como instrumento de análisis preliminar en la selección de alternativas de inversión o de fusión; también se puede utilizar como instrumento de pronóstico de condiciones y resultados financieros futuros. Así también se puede utilizar como un proceso de diagnóstico administrativo, operativo, o de otras áreas inevitables de incertidumbre que enfrentan todos los procesos de toma de decisión (Medina, 2004).

7.2 Metodología utilizada para la formulación del estudio financiero.

Desde la base de la información del estudio técnico se elaboró el programa de inversiones con sus respectivos costos y cantidades que después contribuyeron a alimentar el valor de la depreciación. Luego se construyó el presupuesto de los Costos de operación para la prestación del servicio de habitaciones del motel y los gastos de administración y ventas que también se incurrieron para la prestación del servicio.

Las proyecciones de gastos y costos se realizaron con una tasa aproximada al índice de inflación establecida por el Banco de la República más un punto. También se proyectó sobre las utilidades el pago de impuesto del 33% como una empresa común y corriente. De otro lado a partir de los resultados de las encuestas del estudio de mercado y de la capacidad productiva para la prestación de los servicios en el motel se proyectó a un 60% por ocupación de 3 horas y a un

50% por ocupación de 10 horas, con un precio promedio entre lo que afirmaron que estarían dispuestos a pagar y el precio que cobran otros moteles de la ciudad de Tunja.

Lo anterior permitió realizar los flujos de caja y los flujos netos para los inversionistas en el proyecto en dos facetas con y sin financiamiento del proyecto, para luego realizar un análisis económico a partir de la evaluación del VPN, la TIR y Relación Costo / Beneficio.

7.3 Presupuesto de inversiones: inversiones fijas, inversiones diferidas, capital de trabajo, fuentes de financiamiento.

A continuación se presenta las tablas de inversiones en activos fijos y el valor proyectado del capital de trabajo y la amortización anual. La tabla 6 corresponde al presupuesto de inversiones sin financiamiento y en la tabla 7 se presenta el presupuesto de inversión con un financiamiento de 229.000.000 y el excedente de recursos propios de los socios o inversionistas del proyecto. El presupuesto discriminado se aprecia en el anexo 4.

Tabla 6
Presupuesto de inversión sin financiamiento

INVERSIONES	OPERACION (AÑOS)						
	Implementación	0	1	2	3	4	5
Inversión en obras físicas	\$	365.051.375					
Inversión en terrenos y edificaciones	\$	70.000.000					
Inversión en maquinaria y equipo	\$	75.710.000					
Inversión en muebles y enseres	\$	176.431.900				\$ -	
Inversiones en Semovientes u otros	\$	-					
Inversión en Activos intangibles	\$	85.854.829					
Capital de trabajo	\$	26.620.072	\$ 1.597.204	\$ 1.693.037	\$ 1.794.619	\$ 1.902.296	
INVERSION TOTAL	\$	799.668.176	\$ 1.597.204	\$ 1.693.037	\$ 1.794.619	1.902.296	

Tabla 7

Presupuesto de inversión con financiamiento

INVERSIONES	Implementación	OPERACIÓN (AÑOS)					
		0	1	2	3	4	5
Inversión en obras							
físicas	365.051.375						
Inversión en terrenos y							
edificaciones	70.000.000						
Inversión en maquinaria							
y equipo	75.710.000						
Inversión en muebles y							
enseres	176.431.900						
Inversión en Activos							
intangibles	85.854.829						
Capital de trabajo	26.620.072	1.597.204	1.693.037	1.794.619	1.902.296		
INVERSION TOTAL	799.668.176	1.597.204	1.693.037	1.794.619	1.902.296		
Créditos para	229.000.000						
Inversión							
RECURSOS PROPIOS	570.668.176						
Amortización créditos		26.578.602	33.887.718	43.206.840	55.088.721	70.238.119	
Capital de trabajo		1.597.204	1.693.037	1.794.619	1.902.296		
TOTAL INVERSIÓN	799.668.176	28.175.806	35.580.754	45.001.459	56.991.017	70.238.119	
CON FINANCIACIÓN							

9.4 Costos de producción: costos de fabricación, gastos de comercialización, gastos administrativos, otros gastos indirectos.

A continuación se presentan las tablas de presupuesto de costos de prestación del servicio, los gastos de administración tanto por personal administrativo como otros gastos y los gastos de ventas representados en la publicidad y el costo del plan de mercadeo.

Estos tres conceptos se presentarán en el flujo financiero neto del proyecto junto a las proyecciones de los ingresos que determinarán si ofrecen una utilidad o pérdida y harán también parte del flujo de caja con una proyección con un Índice Inflación del 5% En el Anexo 4 se presenta los costos de producción y gastos discriminados.

Tabla 8
Presupuesto de costos de producción o de prestación del servicio

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Costos Directos					
Materiales Directos	86.100.000	90.405.000	94.925.250	99.671.513	104.655.088
Mano de Obra Directa	16.856.612	17.699.443	18.584.415	19.513.636	20.489.317
Depreciacion	56.143.659	56.143.659	56.143.659	56.143.659	56.143.659
Subtotal Costos Directos	159.100.271	164.248.101	169.653.324	175.328.807	181.288.064
Gastos generales de prestación del servicio					
Materiales Indirectos	2.075.000	2.178.750	2.287.688	2.402.072	2.522.175
Mano de Obra Indirecta	101.139.672	106.196.656	111.506.489	117.081.813	122.935.904
Servicios y Otros	32.100.000	33.705.000	35.390.250	37.159.763	39.017.751
Subtotal Gastos Generales de Producción	135.314.672	142.080.406	149.184.426	156.643.648	164.475.830
Total Costos de Prestación del servicio	\$ 294.414.943	\$ 306.328.508	\$ 318.837.750	\$ 331.972.455	\$ 345.763.894

Tabla 9.
Presupuesto de gastos de administración

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Sueldos y prestaciones	\$ 79.506.264	\$ 83.481.577	\$ 87.655.656	\$ 92.038.439	\$ 96.640.361
otros gastos	\$ 2.600.000	\$ 2.730.000	\$ 2.866.500	\$ 3.009.825	\$ 3.160.316
Amortización diferidos	\$ 17.170.966	\$ 18.029.514	\$ 18.930.990	\$ 19.877.539	\$ 20.871.416
Total Gastos de Administración	\$ 99.277.230	\$ 104.241.091	\$ 109.453.146	\$ 114.925.803	\$ 120.672.093

Tabla 10
Presupuesto gastos de ventas

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Publicidad y plan					
Mkdeo	3.500.000	3.675.000	3.858.750	4.051.688	4.254.272
Total Gastos Venta	\$ 3.500.000	\$ 3.675.000	\$ 3.858.750	\$ 4.051.688	\$ 4.254.272

Tabla 11
Resumen de presupuesto de costos y gastos de operación

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Costos de producción	294.414.943	306.328.508	318.837.750	331.972.455	345.763.894
Gastos Administrativos	99.277.230	104.241.091	109.453.146	114.925.803	120.672.093
Gastos de Venta	3.500.000	3.675.000	3.858.750	4.051.688	4.254.272
Total Costos					
Operacionales	\$ 397.192.173	\$ 414.244.599	\$ 432.149.646	\$ 450.949.945	\$ 470.690.260

7.5 Ingresos y flujo de producción.

En la siguiente tabla se presenta la proyección de los ingresos con base en la capacidad instalada del hotel con dos servicios uno de 3 horas 60% de la capacidad instalada y servicio de 10 horas, 50% de la capacidad instalada

Tabla 12

Programa de ingresos anuales con incremento de precio con índice de inflación del 5%

Años	Cantidad	Precio Unitario	Valor	Cantidad	Precio Unitario	valor	TOTAL INGRESOS
1	13500	\$ 40.000	\$ 540.000.000	3750	\$ 120.000	\$ 450.000.000	\$ 990.000.000
2	13500	\$ 41.600	\$ 561.600.000	3750	\$ 124.800	\$ 468.000.000	\$ 1.029.600.000
3	13500	\$ 43.264	\$ 584.064.000	3750	\$ 129.792	\$ 486.720.000	\$ 1.070.784.000
4	13500	\$ 44.995	\$ 607.426.560	3750	\$ 134.984	\$ 506.188.800	\$ 1.113.615.360
5	13500	\$ 46.794	\$ 631.723.622	3750	\$ 140.383	\$ 526.436.352	\$ 1.158.159.974

7.6 Balance de inicio del proyecto.

A continuación se presenta el balance inicial del proyecto (estado de la situación financiera de la empresa inicial) en el año de implementación de la inversión. Este estado por lo general es solicitado en la cámara de comercio en el momento de la constitución y a partir del valor de los activos establecen el costo de la inscripción del negocio para nuestro caso la empresa SAS

Se presenta con y sin financiamiento para establecer la presencia de una obligación financiera (pasivo) si se requiere un financiamiento.

THE COMIC MOTEL SAS
ESTADO DE LA SITUACION FINANCIERA (CON FINANCIAMIENTO)
A 31 de diciembre de 2019

ACTIVOS

ACTIVO CORRIENTE		\$ 26.620.072
Caja	\$ -	
Bancos	<u>\$ 26.620.072</u>	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		\$ 26.620.072
ACTIVO NO CORRIENTE		
Propiedad Planta y equipo		\$ 773.048.104
Terrenos y edificaciones	\$ 435.051.375	
Maquinaria y equipos	\$ 75.710.000	
Muebles y enseres	\$ 176.431.900	
Activos intangibles	<u>\$ 85.854.829</u>	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		<u>\$ 773.048.104</u>
TOTAL ACTIVO		<u>\$ 799.668.176</u>
PASIVO		
PASIVO CORRIENTE		\$ 229.000.000
Obligaciones bancarias	<u>\$ 229.000.000</u>	
TOTAL PASIVO CORRIENTE		<u>\$ 229.000.000</u>
PATRIMONIO		
Capital suscrito y pagado		\$ 570.668.176
FRANCY JULIETH ARCOS SANABRIA	\$ 285.334.088	
SANDRA MILENA HERNÁNDEZ MOYA	<u>\$ 285.334.088</u>	
TOTAL PATRIMONIO		<u>\$ 570.668.176</u>
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>\$ 799.668.176</u>

Representante legal

Contador

MAT N.

THE COMIC MOTEL SAS

ESTADO DE LA SITUACION FINANCIERA INICIAL (SIN FINANCIAMIENTO)

A 31 de diciembre de 2019

ACTIVOS

ACTIVO CORRIENTE		\$	26.620.072
Caja	\$	-	
Bancos	\$	<u>26.620.072</u>	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE			\$ 26.620.072
ACTIVO NO CORRIENTE			
Propiedad Planta y equipo		\$	773.048.104
Terrenos y edificaciones	\$	435.051.375	
Maquinaria y equipos	\$	75.710.000	
Muebles y enseres	\$	176.431.900	
Activos intangibles	\$	85.854.829	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE			<u>\$ 773.048.104</u>
TOTAL ACTIVO			<u>\$ 799.668.176</u>
PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			0
Obligaciones bancarias		<u>0</u>	
TOTAL PASIVO CORRIENTE			<u>0</u>
PATRIMONIO			
Capital suscrito y pagado		\$	799.668.176
FRANCY JULIETH ARCOS SANABRIA	\$	399.834.088	
SANDRA MILENA HERNÁNDEZ MOYA	\$	399.834.088	
TOTAL PATRIMONIO			<u>\$ 799.668.176</u>
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			<u>\$ 799.668.176</u>

Representante legal

Contador

MAT N.

7.7 Flujo de fondos del proyecto

7.7.1 Flujo neto de caja.

En las tablas 13 y 14 se presenta los flujos de caja del proyecto, con proyección a 5 años después del año 0 o de implementación del proyecto, se compara la inversión total con respecto al flujo de operación de los 5 años (ingresos menos egresos)

Tabla 13
Flujo de caja con financiamiento

FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Inversión	-\$ 799.668.176					
(-) Flujos Positivos (Desembolsables y no desembolsables)		990.000.000	1.029.600.000	1.070.784.000	1.113.615.360	1.158.159.974
Ventas		990.000.000	1.029.600.000	1.070.784.000	1.113.615.360	1.158.159.974
Venta de Activo Fijo		0	0	0	0	0
(-)Flujos negativos (desembolsables y no desem)		486.745.775	503.798.201	521.703.248	540.503.547	560.243.862
Costos de Producción		294.414.943	306.328.508	318.837.750	331.972.455	345.763.894
Gastos de Administración		99.277.230	104.241.091	109.453.146	114.925.803	120.672.093
Gastos deVentas		3.500.000	3.675.000	3.858.750	4.051.688	4.254.272
Obligaciones Financieras		89.553.602	89.553.602	89.553.602	89.553.602	89.553.602
Utilidad antes de impuestos		503.254.225	525.801.799	549.080.752	573.111.813	597.916.113
(-)Impuestos (renta 33%)		166.073.894	173.514.594	181.196.648	189.126.898	197.312.317
Utilidad después de impuestos		337.180.331	352.287.205	367.884.104	383.984.915	400.603.796
(+)Costos no desembolsables		56.143.659	56.143.659	56.143.659	56.143.659	56.143.659
Depreciación						
FNE proveniente de operación		393.323.989	408.430.864	424.027.763	440.128.573	456.747.454
Saldo Inicial		-\$ 799.668.176	-\$ 406.344.187	\$ 2.086.677	\$ 426.114.440	\$ 866.243.013
FNE (Anual)		-\$ 799.668.176	-\$ 406.344.187	\$ 2.086.677	\$ 426.114.440	\$ 866.243.013
			\$ 1.322.990.467			

Tabla 14
Flujo de caja con financiamiento

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Inversión	-\$729.668.176					
(-) Flujos Positivos (Desembolsables y no desembolsables)		990.000.000	1.029.600.000	1.070.784.000	1.113.615.360	1.158.159.974
Ventas		990.000.000	1.029.600.000	1.070.784.000	1.113.615.360	1.158.159.974
Venta de Activo Fijo		0	0	0	0	0
(-)Flujos negativos (desembolsables y no desem)		397.192.173	414.244.599	432.149.646	450.949.945	470.690.260
Costos de Producción		294.414.943	306.328.508	318.837.750	331.972.455	345.763.894
Gastos de Administración		99.277.230	104.241.091	109.453.146	114.925.803	120.672.093
Gastos de Ventas		3.500.000	3.675.000	3.858.750	4.051.688	4.254.272
Obligaciones Financieras		0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos		592.807.827	615.355.401	638.634.354	662.665.415	687.469.715
(-)Impuestos (renta 33%)		195.626.583	203.067.282	210.749.337	218.679.587	226.865.006
Utilidad después de impuestos		397.181.244	412.288.119	427.885.017	443.985.828	460.604.709
(+)Costos no desembolsables Depreciación		56.143.659	56.143.659	56.143.659	56.143.659	56.143.659
FNE proveniente de operación		341.037.585	468.431.778	484.028.676	500.129.487	516.748.368
Saldo Inicial		-\$729.668.176	-\$388.630.591	\$ 79.801.186	\$ 563.829.862	1.063.959.349
FNE (Anual)	-\$729.668.176	-\$388.630.591	\$ 79.801.186	\$563.829.862	\$1.063.959.349	\$1.580.707.717

7.7.2 Flujo del proyecto con financiación.

En la tabla 15 se presenta el flujo de fondos con financiación es decir bajo el supuesto de la adquisición de un préstamo por valor de \$229.000.000. se presenta la respectiva amortización del crédito y los pagos anuales de intereses reflejados en los gastos financieros y el comportamiento que tiene en la línea del tiempo esta financiación.

Tabla 15
Flujo de fondos con financiación

FLUJO UNICO DE FONDOS						
INVERSIONES	Implementación	OPERACIÓN (AÑOS)				
	0	1	2	3	4	5
Inversión en obras físicas	365.051.375					
Inversión en terrenos y edificaciones	70.000.000					
Inversión en maquinaria y equipo	75.710.000					
Inversión en muebles y enseres	176.431.900					
Inversión en Activos intangibles	85.854.829					
Capital de trabajo	26.620.072	1.597.204	1.693.037	1.794.619	1.902.296	
INVERSION TOTAL	799.668.176	1.597.204	1.693.037	1.794.619	1.902.296	
Créditos para Inversión	229.000.000					
INVERSION NETA	570.668.176	1.597.204	1.693.037	1.794.619	1.902.296	
Amortización créditos		26.578.602	33.887.718	43.206.840	55.088.721	70.238.119
VALOR RESIDUAL						
V.r. capital de trabajo						26.620.072
V.r. Activos fijos						267.904.221
FLUJO NETO DE INVERSIONES	\$ 799.668.176	\$ 28.175.806	\$ 35.580.754	\$ 45.001.459	\$ 56.991.017	\$ 224.286.174
OPERACIÓN						
Ingresos por actividad económica		990.000.000	1.029.600.000	1.070.784.000	1.113.615.360	1.158.159.974
otros ingresos		-	-	-	-	-
TOTAL INGRESOS		990.000.000	1.029.600.000	1.070.784.000	1.113.615.360	1.158.159.974
COSTOS						
costos de producción		294.414.943	306.328.508	318.837.750	331.972.455	345.763.894
gastos de administración		99.277.230	104.241.091	109.453.146	114.925.803	120.672.093
Gastos de venta		3.500.000	3.675.000	3.858.750	4.051.688	4.254.272
TOTAL COSTOS OPERACIONALES		397.192.173	414.244.599	432.149.646	450.949.945	470.690.260
UTILIDAD OPERACIONAL		592.807.827	615.355.401	638.634.354	662.665.415	687.469.715
gastos financieros		62.975.000	55.665.884	46.346.762	34.464.881	19.315.483
UTILIDAD GRAVABLE		529.832.827	559.689.517	592.287.592	628.200.534	668.154.232
Impuestos (33%)		174.844.833	184.697.541	195.454.905	207.306.176	220.490.897
UTILIDAD NETA		354.987.994	374.991.976	396.832.687	420.894.358	447.663.335
Depreciaciones		56.143.659	56.143.659	56.143.659	56.143.659	56.143.659
Amortización diferidos		17.170.966	18.029.514	18.930.990	19.877.539	20.871.416
FLUJO NETO DE OPERACIÓN		\$428.302.619	\$449.165.149	\$ 471.907.335	\$ 496.915.556	\$ 524.678.410
FLUJO DE FONDOS PARA EL INVERSIONISTA	\$(799.668.176)	\$400.126.812	\$413.584.395	\$ 426.905.876	\$ 439.924.539	\$ 748.964.585

7.7.3 Flujo del proyecto sin financiación.

Tabla 16.
Flujo de fondos sin financiamiento

FLUJO UNICO DE FONDOS						
INVERSIONES	Implementación	OPERACIÓN (AÑOS)				
	0	1	2	3	4	5
Inversión en obras físicas	365.051.375					
Inversión en terrenos y edificaciones	70.000.000					
Inversión en maquinaria y equipo	75.710.000					
Inversión en muebles y enseres	176.431.900					
Inversión en Activos intangibles	85.854.829					
Capital de trabajo	26.620.072	1.597.204	1.693.037	1.794.619	1.902.296	
INVERSION TOTAL	799.668.176	1.597.204	1.693.037	1.794.619	1.902.296	
Créditos para Inversión						
INVERSION NETA	799.668.176	1.597.204	1.693.037	1.794.619	1.902.296	-
Amortización créditos		26.578.602	33.887.718	43.206.840	55.088.721	70.238.119
VALOR RESIDUAL						
V.r. capital de trabajo						26.620.072
V.r. Activos fijos						267.904.221
FLUJO NETO DE INVERSIONES	799.668.176	28.175.806	35.580.754	45.001.459	56.991.017	224.286.174
OPERACIÓN						
Ingresos por actividad económica		990.000.000	1.029.600.000	1.070.784.000	1.113.615.360	1.158.159.974
otros ingresos		-	-	-	-	-
TOTAL INGRESOS		990.000.000	1.029.600.000	1.070.784.000	1.113.615.360	1.158.159.974
COSTOS						
costos de producción		294.414.943	306.328.508	318.837.750	331.972.455	345.763.894
gastos de administración		99.277.230	104.241.091	109.453.146	114.925.803	120.672.093
Gastos de venta		3.500.000	3.675.000	3.858.750	4.051.688	4.254.272
TOTAL COSTOS OPERACIONALES		397.192.173	414.244.599	432.149.646	450.949.945	470.690.260
UTILIDAD OPERACIONAL		592.807.827	615.355.401	638.634.354	662.665.415	687.469.715
gastos financieros						
UTILIDAD GRAVABLE		592.807.827	615.355.401	638.634.354	662.665.415	687.469.715
Impuestos (33%)		195.626.583	203.067.282	210.749.337	218.679.587	226.865.006
UTILIDAD NETA		397.181.244	412.288.119	427.885.017	443.985.828	460.604.709
Depreciaciones		56.143.659	56.143.659	56.143.659	56.143.659	56.143.659
Amortización diferidos		17.170.966	18.029.514	18.930.990	19.877.539	20.871.416
FLUJO NETO DE OPERACIÓN		\$ 470.495.869	\$ 486.461.292	\$ 502.959.666	\$ 520.007.026	\$ 537.619.784
FLUJO DE FONDOS PARA EL INVERSIONISTA	\$ 799.668.176	\$ 442.320.062	\$ 450.880.537	\$ 457.958.207	\$ 463.016.009	\$ 761.905.958

7.8 Calculo de indicadores para evaluación financiera del proyecto: TIO, VPN, TIR

A partir de los resultados de los flujos de inversión y operación y una TIO (tasa de oportunidad) del 15% se establecieron el VPN y la TIR con los siguientes resultados

Tabla 17

Flujo neto sin financiamiento para aplicar VPN y TIR

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO NETO DE INVERSIONES	799.668.176	28.175.806	35.580.754	45.001.459	56.991.017	224.286.174
FLUJO NETO DE OPERACIÓN		\$ 470.495.869	\$ 486.461.292	\$502.959.666	\$520.007.026	\$537.619.784
FLUJO DE FONDOS PARA EL INVERSIONISTA	\$(799.668.176)	\$ 442.320.062	\$ 450.880.537	\$457.958.207	\$463.016.009	\$761.905.958

Tasa de descuento	15%
valor presente neto	\$ 870.536.205
Tasa Interna de Rentabilidad	52%

Desde el punto de vista del VPN es mayor que cero (0) pero además el valor resultante es superior al valor proyectado de la inversión por lo tanto es rentable para los inversionistas y desde el punto de vista de la TIR es altamente rentable ya que esperando una tasa de rentabilidad del 15% se genera con la inversión en el motel del 52% es muy atractiva la rentabilidad, se aconseja a los inversionistas aceptar el proyecto.

Tabla 18.

Flujo neto con financiamiento para aplicar VPN y TIR

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO NETO DE INVERSIONES	\$ 799.668.176	\$28.175.806	\$ 35.580.754	\$ 45.001.459	\$ 56.991.017	\$224.286.174
FLUJO NETO DE OPERACIÓN		428.302.619	449.165.149	471.907.335	496.915.556	\$524.678.410
FLUJO DE FONDOS PARA EL INVERSIONISTA	\$(799.668.176)	\$400.126.812	\$413.584.395	\$426.905.876	\$439.924.539	\$ 748.964.585

Tasa de descuento	15%
valor presente neto	\$ 765.590.996
Tasa Interna de Rentabilidad	47%

Desde el punto de vista del VPN es mayor que cero (0) soportando un crédito de \$229.000.000, está en capacidad el proyecto de pagar las cuotas a una tasa del 27,5% y aun así es muy rentable para los inversionistas y desde el punto de vista de la TIR también es altamente rentable ya que esperando una tasa de rentabilidad del 15% se genera con la inversión en el motel del 47% es muy atractiva la rentabilidad, se aconseja a los inversionistas aceptar el proyecto con financiamiento.

7.9 Fuentes de financiación propuestas.

Los bancos comerciales suelen hacer préstamos de libre inversión con la presentación de un plan de negocio o con finca raíz para respaldar el crédito el BBVA y AV Villas son los más fáciles de acceder con estas condiciones. Bancóldex es la otra línea de acceso a crédito para proyectos como este motel que exige una inversión considerable y se respalda en el cumplimiento de metas en las ventas, y pues es un proyecto no tan convencional y que según los informes anteriormente es muy lucrativa esta industria llamada del “amor”.

La financiación se proyectó en \$229 millones y el excedente de recursos propios de los inversionistas, teniendo en cuenta que se posee el lote de la construcción y hace parte de los aportes de las socias del proyecto. En el siguiente cuadro se presenta la amortización del crédito financiado a 5 años con pago de cuota anual para facilidad en la presentación de los flujos del proyecto:

Tabla 19
Amortización del crédito

Años	Cuota	Intereses	abono	Saldo
			Capital	
0				\$ 229.000.000
1	\$ 89.553.602	\$ 62.975.000	\$ 26.578.602	\$ 202.421.398
2	\$ 89.553.602	\$ 55.665.884	\$ 33.887.718	\$ 168.533.680
3	\$ 89.553.602	\$ 46.346.762	\$ 43.206.840	\$ 125.326.840
4	\$ 89.553.602	\$ 34.464.881	\$ 55.088.721	\$ 70.238.119
5	\$ 89.553.602	\$ 19.315.483	\$ 70.238.119	\$ 0

Bibliografía

- Decreto 2041 de 2014. Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible
- De Pelakis, C. (2000). Métodos Cuantitativos y Cualitativos: Diferencias y Tendencias. Revista de Estudios Interdisciplinarios, Universidad Dr. Rafael Bellosillo Chacín, Maracaibo Venezuela. Telos Vol. 2 (2) página 347 -352 2000.
- Diario el portafolio (2018). Moteles: el mercado del amor que se renueva para mantenerse vigente. Julio 18 de 2018. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/negocios/moteles-mercado-del-amor-que-se-mantiene-vigente-519197>
- El espectador (2018). MotelNow, la primera app gratuita para reservar moteles. Sección estilo de vida, febrero 9 de 2018. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/cromos/estilo-de-vida/motelnow-la-primer-app-gratuita-para-reservar-moteles-26218>
- Etimologías de Chile.net (2001 - 2019). Etimologías de motel. Recuperado de: <http://etimologias.dechile.net/?motel>
- Hernandez R., Fernandez C., y Baptista P.,(1999). Metodología de la investigación Mac Graw Hill, 5ª edición, Mexico D.F. Recuperado de: https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%20de%20Edici%C3%B3n.pdf
- Informe De Coyuntura Económica Regional Departamento de Boyacá ICER, (2016).
- Malhotra, N (1997). Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico, Segunda Edición. Prentice-Hall Hispanoamericana. P. 90-92
- Medina Osorio C. (2004). Estudio financiero del proyecto. Elaboración de un plan de ventas para Camposanto Los Almendros en la Costa Sur. Universidad Rafael Landívar. Guatemala P. 11. . Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/lote01 /Medina-Carlos.pdf>
- Mercado V. y Palmerín C. (2007) La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2007c/334/
- Serna Gómez, H. (2011). Gerencia estratégica. Bogotá D.C.: 3R editores

Stanton, Etsel, Walker (2007). Fundamentos de marketing 14^a edición. Mac Graw Hill. Mexico

D.F. Recuperado de: <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>

Weinberger, K.(2009). Plan de Negocios. Herramienta para evaluar a viabilidad de un negocio.

USAID- Peru_ MYPE competitiva. Recuperado de: http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/LIBRO_PLAN_DE_NEGOCIOS.pdf

ANEXOS

ANEXO 1. FORMATO DE ENCUESTA



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL TEMÁTICO EN LA CIUDAD DE TUNJA.

Para la veracidad de los resultados es de vital importancia que responda con sinceridad las preguntas que se enlistan a continuación, ya que de ellas depende el éxito del estudio. Es importante mencionar que la información suministrada será de absoluta confidencialidad.

Género: M **Edad:** _____ **Profesión u ocupación:** _____
 F

1. ¿Ha tomado anteriormente los servicios ofrecidos en un Motel?

Sí

No

Si su respuesta fue negativa continúe con la pregunta 2, si fue positiva continúe con la pregunta 3.

2. ¿Por cuál de los siguientes aspectos no ha hecho uso de los servicios ofrecidos por los diferentes establecimientos?, marque con una **X**

- a) Aspecto económico
 - b) Adecuación de las instalaciones
 - c) Aspecto de Sanidad e Higiene
 - d) Portafolio de servicios
 - e) Calidad de servicio
 - f) Otros
- Cuál/es

3. De acuerdo con su concepto, califique de uno a cinco el portafolio de servicios ofrecidos por el establecimiento, siendo uno el más bajo y 5 el más alto.

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

4. Al momento de buscar un servicio de Motel ¿Qué es lo que más le interesa? Enumérela en su orden de prioridades, siendo 1 el más alto y 6 el más bajo.

- a) Precio _____
- b) Calidad del servicio _____
- c) Innovación del lugar _____
- d) Infraestructura _____
- e) Higiene y sanidad _____
- f) Ubicación del lugar _____

5. ¿Tiene algún grado de conocimiento sobre que es un motel temático?

- a) Nada de conocimiento _____
- b) Poco conocimiento _____
- c) Amplio conocimiento _____

Cuando hablamos de un motel temático nos referimos a un establecimiento que presta servicios por horas, el cual maneja una temática específica tanto en la parte interna como externa de su infraestructura, además de brindar servicios únicos e innovadores a sus clientes.

6. De acuerdo a la información suministrada, ¿Qué expectativa se generaría en usted si le informan que se pretende llevar a cabo el proyecto de crear un Motel Temático en la ciudad de Tunja?, marque con una **X**.

- a) Muy interesante
- b) Interesante
- c) Poco interesante
- d) Nada interesante

7. ¿Qué temáticas les gustaría encontrar en el motel?, seleccione con una **X** el grupo de acuerdo a su preferencia.

- a) Lugares campestres, sensual, clínica del amor, claro de luna, moulin rouge,
- b) Comics, islas paradisíacas, de época, medios de transporte, variedad.
- c) De época, comics, clínica del amor, moulin rouge, variedad.

8. ¿Si Tunja contara con un motel temático, en qué lugar le gustaría que estuviera ubicado?, marque con una **X**

- a) Norte
- b) Centro
- c) Oriente
- d) Occidente
- e) Sur

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios ofertados por el motel temático?, marque con una **X**. Tenga en cuenta que dichos establecimientos prestan su servicios por horas, para este caso hablamos del tiempo mínimo que corresponde a 3 horas.

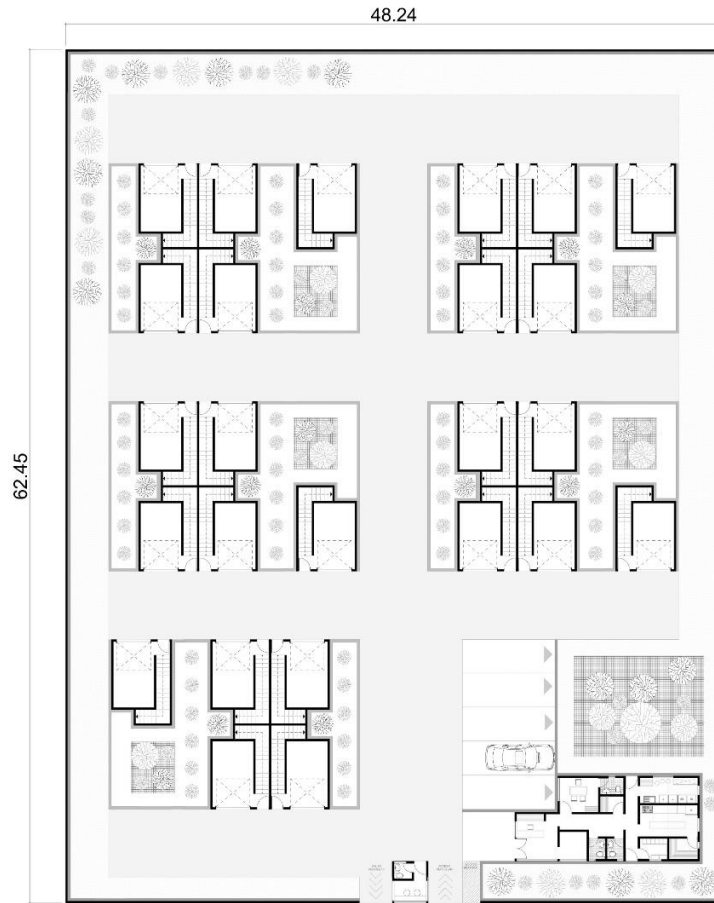
- a) De \$40.000 a \$60.000

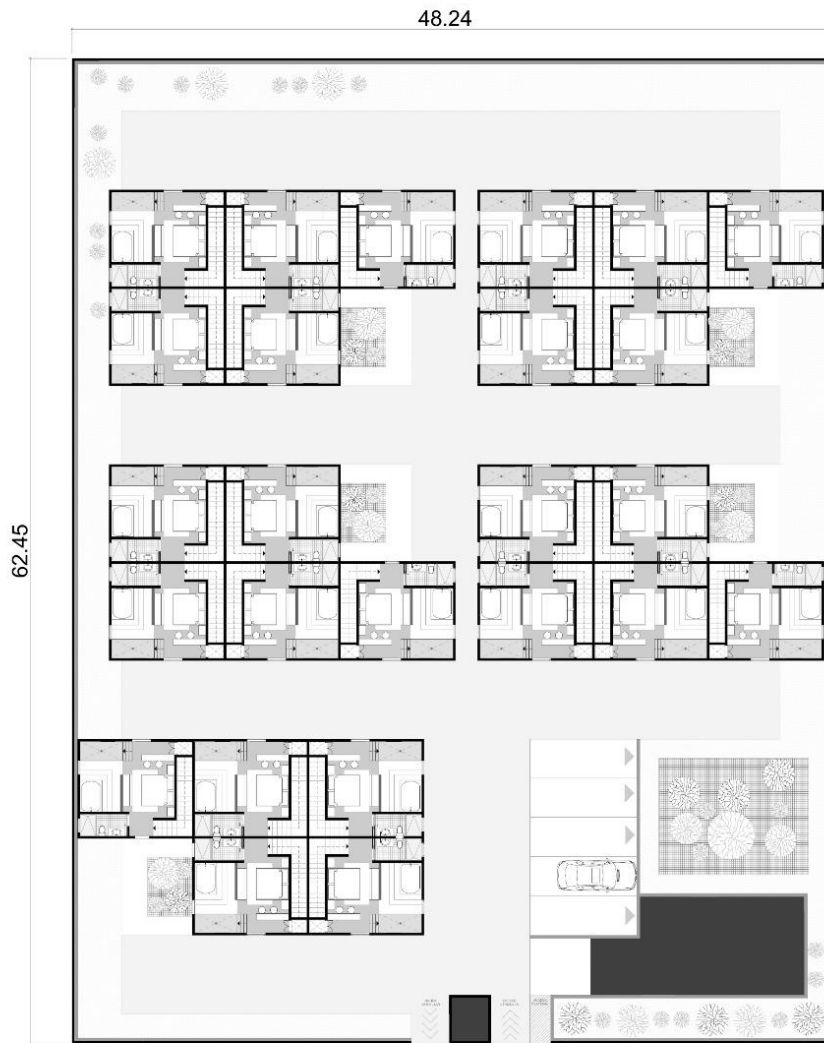
- b) De \$70.000 a \$90.000
 - c) Más de 90.000
- 10.** Si desea hacer uso del motel temático toda la noche, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?
- a) De \$ 90.000 a \$ 120.000
 - b) De \$ 130.000 a \$ 160.000
 - c) Más de \$ 160.000
- 11.** ¿Con cuál de los siguientes servicios le gustaría que contara el motel temático?, seleccione con una **X** el o los que sean de su interés.
- a) Bar
 - b) Jacuzzi
 - c) Tienda sex shop (esencias, lubricantes, disfraces, juegos sexuales, etc.)
 - d) Room Service
 - e) Calefacción
 - f) Privacidad
- 12.** ¿En qué horario considera usted que visitaría el establecimiento?
- a) Mañana (6 am a 12m)
 - b) Tarde (1pm a 6 pm)
 - c) Noche (7pm a 12m)
 - d) Madrugada (1am a 5am)
- 13.** ¿Con qué frecuencia haría uso de este servicio del motel en la ciudad de Tunja?
- a) 1 vez por semana (4 veces al mes)
 - b) 3 veces por semana (12 veces al mes)
 - c) 1 vez por mes
 - d) 3 veces por mes
- 14.** De acuerdo a su preferencia, ¿Qué días haría uso de los servicios ofrecidos por el motel temático?
- a) Lunes y martes
 - b) Miércoles y jueves
 - c) Viernes y sábado
 - d) Fin de semana

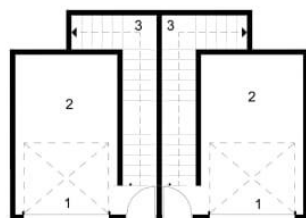
Agradecemos la atención y el tiempo prestado, su opinión es valiosa para nosotros, esperamos que la propuesta haya sido de su agrado.

ANEXO 2. PLANOS DE CONSTRUCCION DEL MOTEL

- Planos



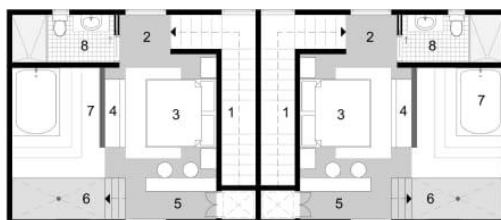




Primer piso

Planta Alcoba primer piso

1. Acceso
2. Parqueadero
3. Punto Fijo (Escalera)

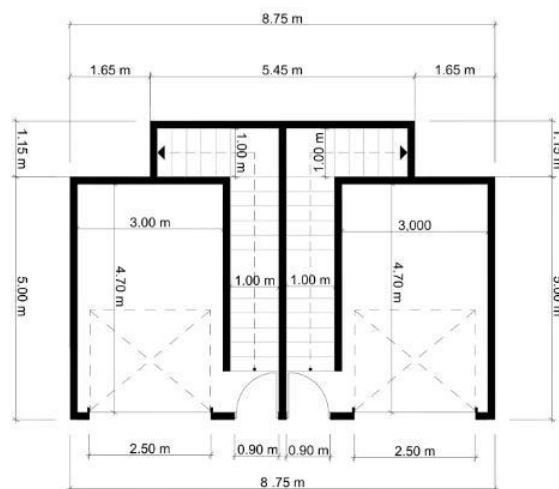


Segundo piso

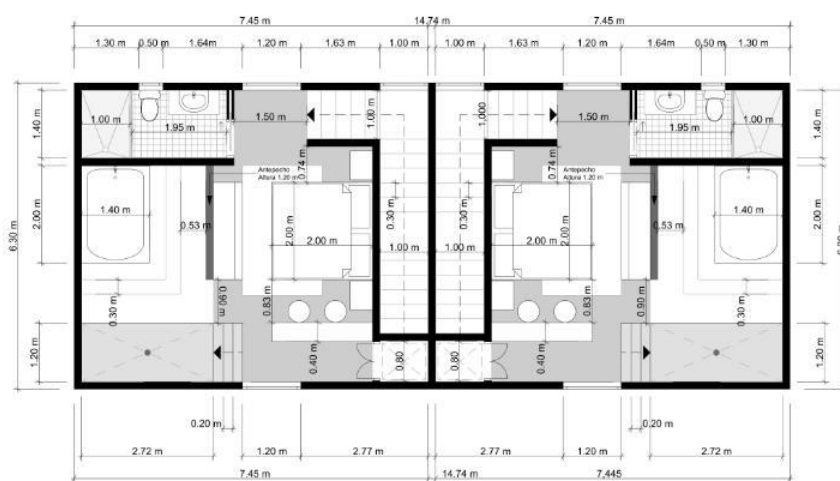
Planta Alcoba segundo piso

1. Punto fijo (Escalera)
2. Habitación
3. Cama 2x2
4. Silla ergonomica
5. Bar
6. Pista Pool Dance
7. Jacuzzi
8. w.c. (Baño)

Planta de distribución habitación 1 - 2 piso
Escala: 1.50

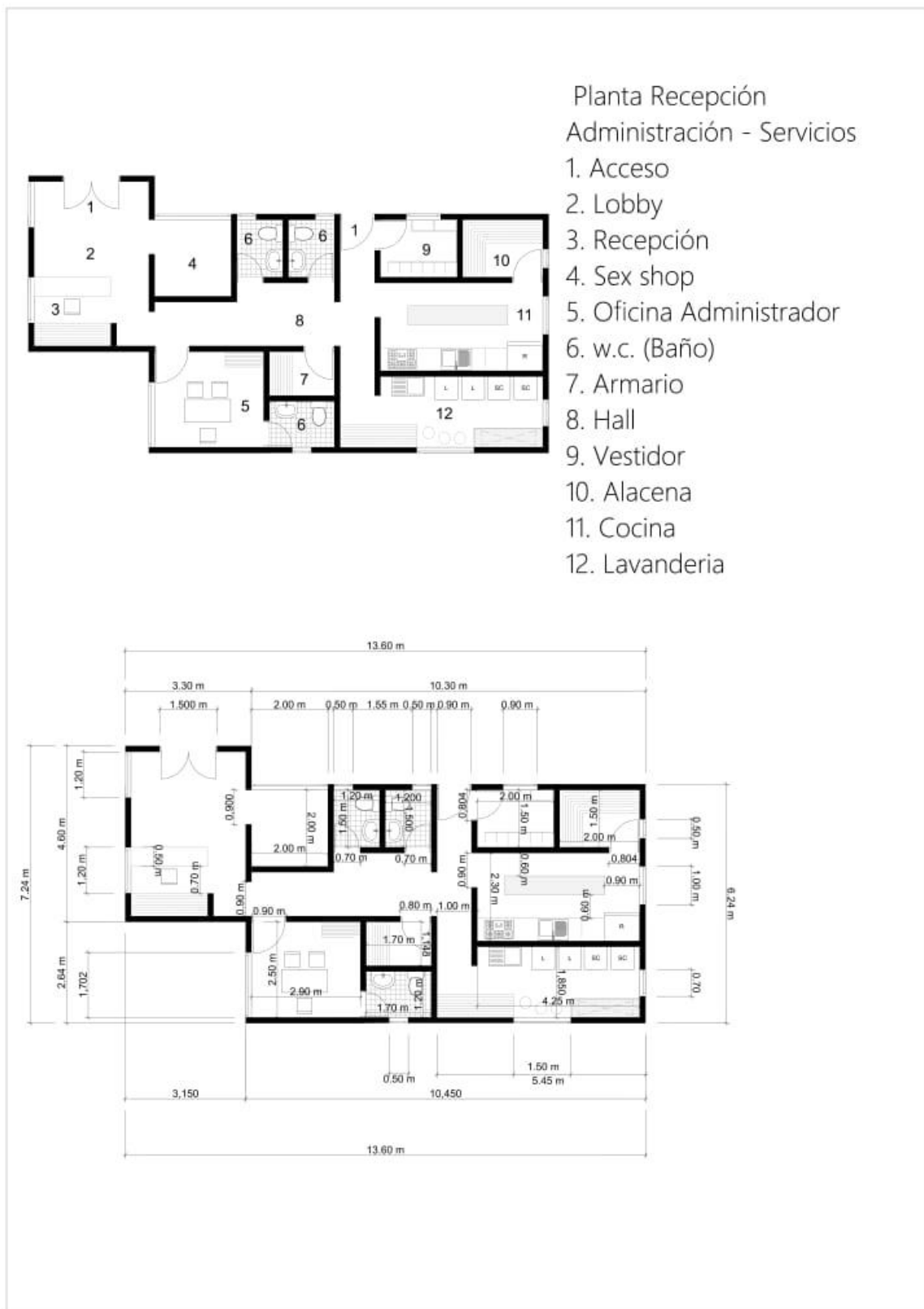


Primer piso



Segundo piso

Planta medidas habitación 1 - 2 piso
Escala: 1:50



ANEXO 3 MODELO DE ACTO CONSTITUTIVO Y ESTATUTOS PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA SAS

COMIC MOTEL SAS

ACTO CONSTITUTIVO

SANDRA MILENA HERNÁNDEZ MOYA, de nacionalidad Colombiana , identificado con C.C. 1.054.094.174 de Villa de Leyva, domiciliado en la ciudad de Tunja, declara -previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos-, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada COMIC MOTEL SAS, para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita, por término indefinido de duración, con un capital suscrito de (\$\$400.000.000) dividido en cincuenta NUMERO(50) acciones ordinarias de valor nominal de (\$8.000.000) cada una, que han sido liberadas en un 50% – (CUANDO EL CAPITAL SUSCRITO ESTÁ TOTALMENTE PAGADO, previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado y que cuenta con un único órgano de administración y representación, que será el representante legal designado mediante este documento.

Una vez formulada la declaración que antecede, el suscrito ha establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad por acciones simplificada que por el presente acto se crea.

MODELO DE ESTATUTOS

Capítulo I

Disposiciones generales

Artículo 1°. Forma.- La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará THE COMIC MOTEL S.A.S, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “sociedad por acciones simplificada” o de las iniciales “S.A.S”.

Artículo 2°. Objeto social. La sociedad tendrá como objeto principal la prestación de servicios de motel por horas con sus servicios complementarios. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero. La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Artículo 3°. Domicilio.- El domicilio principal de la sociedad será la ciudad de Tunja y su dirección para notificaciones judiciales será la ciudad de Tunja. La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

Artículo 4°. Término de duración.- El término de duración será indefinido.

Capítulo II Reglas sobre capital y acciones

Artículo 5°. Capital Autorizado.- El capital autorizado de la sociedad es de \$800.000.000 dividido en cien acciones de valor nominal de (\$8.000.000) cada una.

Artículo 6°. Capital Suscrito El capital suscrito inicial de la sociedad es de (\$400.000.000), dividido en 50 acciones ordinarias de valor nominal de (8.000.000) cada una.

Artículo 7°. Capital Pagado.- El capital pagado de la sociedad es de (\$400.000.000), dividido en 25 acciones ordinarias de valor nominal de (INCLUIR VALOR) cada una.

NOMBRE DEL SOCIO	NUMERO DE ACCIONES SUSCRITAS	NUMERO DE ACCIONES PAGADAS	TOTAL
FRANCY JULIETH ARCOS SANABRIA	25	25	\$400.000.000
SANDRA MILENA HERNÁNDEZ MOYA	25	25	\$400.000.000

Artículo 8°. Derechos que confieren las acciones.- En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiriere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

Artículo 9°. Naturaleza de las acciones.- Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

Artículo 10°. Aumento del capital suscrito.- El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean reglamento.

Artículo 11°. Derecho de preferencia.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento (70%) de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo Primero.- El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo Segundo.- No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

Artículo 12°. Clases y Series de Acciones.- Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo.- Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

Artículo 13°. Voto múltiple.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre quórum y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

Artículo 14°. Acciones de pago.- En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

Artículo 15°. Transferencia de acciones a una fiducia mercantil.- Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

Artículo 16°. Restricciones a la negociación de acciones.- Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

Artículo 17°. Cambio de control.- Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

Capítulo III Órganos sociales

Artículo 18°. Órganos de la sociedad.- La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal. La revisoría fiscal solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

Artículo 19°. Sociedad devenida unipersonal.- La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se le confieren a los diversos órganos sociales, incluidas las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

Artículo 20°. Asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas la integran el o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea general de accionistas tendrá, además de las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

Artículo 21°. Convocatoria a la asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por ella misma o por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles.

En la primera convocatoria podrá incluirse igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria, en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

Artículo 22°. Renuncia a la convocatoria.- Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

Artículo 23°. Derecho de inspección.- El derecho de inspección podrá ser ejercido por los accionistas durante todo el año. En particular, los accionistas tendrán acceso a la totalidad de la información de naturaleza financiera, contable, legal y comercial relacionada con el funcionamiento de la sociedad, así como a las cifras correspondientes a la remuneración de los administradores sociales. En desarrollo de esta prerrogativa, los accionistas podrán solicitar toda la información que consideren relevante para pronunciarse, con conocimiento de causa, acerca de las determinaciones sometidas a consideración del máximo órgano social, así como para el adecuado ejercicio de los derechos inherentes a las acciones de que son titulares.

Los administradores deberán suministrarles a los accionistas, en forma inmediata, la totalidad de la información solicitada para el ejercicio de su derecho de inspección.

La asamblea podrá reglamentar los términos, condiciones y horarios en que dicho derecho podrá ser ejercido.

Artículo 24°. Reuniones no presenciales.- Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito, en los términos previstos en la ley. En ningún caso se requerirá de delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

Artículo 25°. Régimen de quórum y mayorías decisorias: La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones suscritas con derecho a voto. Las decisiones se adoptarán con los votos favorables de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones con derecho a voto presentes en la respectiva reunión.

Cualquier reforma de los estatutos sociales requerirá el voto favorable del 100% de las acciones suscritas, incluidas las siguientes modificaciones estatutarias:

- (i) La modificación de lo previsto en el artículo 16 de los estatutos sociales, respecto de las restricciones en la enajenación de acciones.
- (ii) La realización de procesos de transformación, fusión o escisión.
- (iii) La inserción en los estatutos sociales de causales de exclusión de los accionistas o la modificación de lo previsto en ellos sobre el particular;
- (iv) La modificación de la cláusula compromisoria;
- (v) La inclusión o exclusión de la posibilidad de emitir acciones con voto múltiple; y
- (vi) La inclusión o exclusión de nuevas restricciones a la negociación de acciones.

Parágrafo.- Así mismo, requerirá determinación unánime del 100% de las acciones suscritas, la determinación relativa a la cesión global de activos en los términos del artículo 32 de la Ley 1258 de 2008

Artículo 26°. Fraccionamiento del voto: Cuando se trate de la elección de comités u otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto. En caso de crearse junta directiva, la totalidad de sus miembros serán designados por mayoría simple de los votos emitidos en la correspondiente elección. Para el efecto, quienes tengan intención de postularse confeccionarán planchas completas que contengan el número total de miembros de la junta directiva. Aquella plancha que obtenga el mayor número de votos será elegida en su totalidad.

Artículo 27°. Actas.- Las decisiones de la asamblea general de accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse la aprobación de las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas actas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

Artículo 28°. Representación Legal.- La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien no tendrá suplentes, designado para un término de un año por la asamblea general de accionistas. Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas.

Artículo 29°. Facultades del representante legal.- La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

Capítulo IV Disposiciones Varias

Artículo 30°. Enajenación global de activos.- Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta por ciento o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación. La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en caso de desmejora patrimonial.

Artículo 31°. Ejercicio social.- Cada ejercicio social tiene una duración de un año, que comienza el 1° de enero y termina el 31 de diciembre. En todo caso, el primer ejercicio social se contará a partir de la fecha en la cual se produzca el registro mercantil de la escritura de constitución de la sociedad.

Artículo 32°. Cuentas anuales.- Luego del corte de cuentas del fin de año calendario, el representante legal de la sociedad someterá a consideración de la asamblea general de accionistas los estados financieros de fin de ejercicio, debidamente dictaminados por un contador independiente, en los términos del artículo 28 de la Ley 1258 de 2008. En caso de proveerse el cargo de revisor fiscal, el dictamen será realizado por quien ocupe el cargo.

Artículo 33°. Reserva Legal.- la sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, formado con el diez por ciento de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento mencionado, la sociedad no tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el diez por ciento de las utilidades líquidas. Pero si disminuyere, volverá a apropiarse el mismo diez por ciento de tales utilidades, hasta cuando la reserva llegue nuevamente al límite fijado.

Artículo 34°. Utilidades.- Las utilidades se repartirán con base en los estados financieros de fin de ejercicio, previa determinación adoptada por la asamblea general de accionistas. Las utilidades se repartirán en proporción al número de acciones suscritas de que cada uno de los accionistas sea titular.

Artículo 35°. Resolución de conflictos.- Todos los conflictos que surjan entre los accionistas por razón del contrato social, salvo las excepciones legales, serán dirimidos por la Superintendencia de Sociedades, con excepción de las acciones de impugnación de decisiones de la asamblea general de accionistas, cuya resolución será sometida a arbitraje, en los términos previstos en el artículo 36 de estos estatutos.

Artículo 36°. Cláusula Compromisoria.- La impugnación de las determinaciones adoptadas por la asamblea general de accionistas deberá adelantarse ante un Tribunal de Arbitramento conformado por un árbitro, el cual será designado por acuerdo de las partes, o en su defecto, por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de

la Cámara de Comercio de Tunja. El árbitro designado será abogado inscrito, fallará en derecho y se sujetará a las tarifas previstas por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de la Cámara de Comercio de Tunja. El Tribunal de Arbitramento tendrá como sede el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de la Cámara de Comercio de Tunja, se regirá por las leyes colombianas y de acuerdo con el reglamento del aludido Centro de Conciliación y Arbitraje.

Artículo 37°. Ley aplicable.- La interpretación y aplicación de estos estatutos está sujeta a las disposiciones contenidas en la Ley 1258 de 2008 y a las demás normas que resulten aplicables.

Capítulo IV Disolución y Liquidación

Artículo 38°. Disolución.- La sociedad se disolverá:

- 1° Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;
- 2° Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;
- 3° Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;
- 4° Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;
- 5° Por orden de autoridad competente, y
- 6° Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Parágrafo primero.- En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado concerniente o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

Artículo 39°. Enervamiento de las causales de disolución.- Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 6° del artículo anterior.

Artículo 40°. Liquidación.- La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

Durante el período de liquidación, los accionistas serán convocados a la asamblea general de accionistas en los términos y condiciones previstos en los estatutos y en la ley. Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de producirse la disolución.

DETERMINACIONES RELATIVAS A LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

1. **Representación legal.-** Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, a SANDRA MILENA HERNÁNDEZ MOYA, identificado con el documento de identidad No. 1.054.094.174 de Villa de Leyva, como representante legal de COMIC MOTEL SAS, por el término de 1 año.

Sandra Milena Hernandez Moya, participa en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de

COMIC MOTEL SAS.

2. **Actos realizados por cuenta de la sociedad en formación.**- A partir de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, Acme SAS asume la totalidad de los derechos y obligaciones derivados de los siguientes actos y negocios jurídicos, realizados por cuenta de la sociedad durante su proceso de formación:

(INCLUIR LISTA DE ACTOS Y CONTRATOS RELEVANTES)

3. **Personificación jurídica de la sociedad.**- Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, Acme SAS formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2º de la Ley 1258 de 2008.

Los presentes estatutos fueron leídos y aprobados el día 01 del mes diciembre del año 2019 en la ciudad de Tunja - Boyacá y en constancia firman:

SANDRA MILENA HERNANDEZ MOYA

C.C. 1.054.094.174 de Villa de Leyva

FRANCY JULIETH ARCOS SANABRIA

C.C. 1.049.635.864 DE TUNJA

ANEXO 4 DISCRIMINACION DE INVERSIONES

Inversión en Terrenos y edificaciones				
Detalle	Cantidad	Vida útil	Costo unitario	Costo Total
Terreno	1		70.000.000	\$ 70.000.000
TOTAL				\$ 70.000.000

Inversión en obras físicas				
Detalle	Cantidad	Vida útil	Costo unitario	Costo Total
CIMENTACIÓN	1	20	\$ 67.929.625	\$ 67.929.625
ESTRUCTURA	1	20	\$ 32.820.000	\$ 32.820.000
MAMPOSTERÍA	1	10	\$ 10.045.000	\$ 10.045.000
PISOS	1	20	\$ 112.623.750	\$ 112.623.750
CUBIERTAS	1	20	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000
PAÑETES	1	10	\$ 48.336.000	\$ 48.336.000
CARPINTERÍA	1	10	\$ 62.960.000	\$ 62.960.000
APARATOS SANITARIOS	1	10	\$ 6.577.000	\$ 6.577.000
INSTALACION ELECTRICA	1	10	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000
TOTAL				\$ 365.051.375

Inversion en maquinaria y equipo				
Equipos Área Operativa	Cantidad	Vida Útil	Costo Unitario	Costo Total
Lavadora Industrial	1	10	3.000.000	3.000.000
Secadora Industrial	1	10	2.500.000	2.500.000
Caldera Industrial	5	10	700.000	3.500.000
Plancha Industrial	1	10	1.200.000	1.200.000
Nevera Mini-bar	26	10	450.000	11.700.000
Citofonos	28	5	45.000	1.260.000
Computador	4	5	1.250.000	5.000.000
Impresora De Facturas	1	5	250.000	250.000
Televisor	29	5	1.200.000	34.800.000
Barra De Sonido	25	5	300.000	7.500.000
Sistema De Circuito Cerrado De Seguridad	1	5	5.000.000	5.000.000
TOTAL				\$ 75.710.000

Inversión en muebles y enseres				
Equipos	Cantidad	Vida Útil	Costo unitario	Costo Total
Silla Del Amor	25	10	250.000	6.250.000
Cama King	25	10	1.500.000	37.500.000
Colupio Del Amor	25	10	150.000	3.750.000
Pista De Pole Dance	25	10	1.000.000	25.000.000
Jacuzzi	25	10	3.000.000	75.000.000
Caja De Seguridad	2	10	200.000	400.000
Intercomunicador De Ventanilla	2	10	230.000	460.000
colchones semiortopedicos	25	10	1.000.000	25.000.000
Combo Escritorio Esquinero de 153X118X73 Wengue + silla	1	10	469.900	469.900
Combo escritorio y silla gerencial	1	10	768.000	768.000
Archivador 4 gavetas	2	10	297.000	594.000
Combo mesa para juntas cuatro sillas	1	10		950.000
Gavetero para implementos de aseo	1	10	290.000	290.000
TOTAL				\$ 176.431.900

Inversion en activos Intangibles	
Detalle de Inversiones	Costo
PERMISOS Y LICENCIAS	\$ 15.000.000
PLANOS	\$ 8.000.000
PRELIMINARES	\$ 27.854.829
Compra de software contable	5.000.000
Imprevistos y otros	\$ 30.000.000
TOTAL	\$ 85.854.829

Capital de trabajo:

ICT = CO (COPD), Donde:
 ICT = Inversión en capital de trabajo
 CO = Ciclo operativo (en días)
 COPD = Costo de operación promedio diario

Los montos a tener en cuenta son:

costo talento humano:

117996285

Costo de materias primas	86100000
Costo de insumos	2075000
Servicios y otros	32100000
Gastos administrativos	\$ 79.506.264
Otros gastos administrativos	2600000
Gastos de ventas	3500000
TOTAL COSTO OPERACIÓN ANUAL	\$ 323.877.549

Para calcular el costo de operación promedio diario se tiene:

C.O.P.D = Costo operacional anual /365

El ciclo operativo

\$ 887.336

30 DÍAS

Indice

Entonces, el capital de trabajo es:

6%

Inflación

DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Capital de Trabajo	\$ 26.620.072	1.597.204	1.693.037	1.794.619	1.902.296	

ANEXO 5 DISCRIMINACION DE COSTOS

Costo del Talento Humano					
Cargo	No. personas	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Prestaciones Sociales	Costo total Anual
Mano de Obra Directa					
Camarera	3	\$ 925.118	\$ 11.101.416	\$ 5.755.196	16.856.612
			\$ -	\$ -	0
			\$ -	\$ -	0
Subtotal					16.856.612
Mano de Obra indirecta			\$ -	\$ -	0
Recepcionista	3	\$ 925.118	\$ 33.304.248	\$ 17.265.588	50.569.836
Vigilante	3	\$ 925.118	\$ 33.304.248	\$ 17.265.588	50.569.836
			\$ -	\$ -	0
Subtotal					101.139.672
TOTAL					\$ 117.996.285

Costo de prestaciones sociales para el empresario

PRESTACIONES SOCIALES	
%	ITEM
9	ICBF Y SENA Y CAJA
8,33	CESANTIAS
8,33	PRIMAS
4,16	VACACIONES
8,5	SALUD
12	PENSIONES
0,522	RIESGOS
1	INTERESES CESANTIAS
51,842	TOTAL PRESTACIONES Y APORTES

Costo de Materia prima				
Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unidad	Costo Anual
Amenites (jabones)	Unidad	40.000	450	18.000.000
Juego Toallas x 2	juego	100	30.000	3.000.000
Juego de sábanas	juego	150	35.000	5.250.000
papel higienico	unidad	19.500	900	17.550.000
Otros desinfectantes	unidad	100	5.000	500.000
preservativos	unidad	19.500	1.000	19.500.000
almohadas	par	100	18.000	1.800.000
Cobijas	unidad	100	45.000	4.500.000
cubrelecho	unidad	100	65.000	6.500.000
protector colchon	unidad	50	80.000	4.000.000
cortinas	unidad	50	90.000	4.500.000
cojines	par	50	20.000	1.000.000
				-
TOTAL				86.100.000

Costo de Insumo				
Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unidad	Costo Anual
implementos aseo habitacion	kit	100	10.000	1.000.000
liquidos, jabon aseo habitacion	caja	100	8.000	800.000
Ambientadores electricos	unidad	50	5500	275.000
TOTAL				\$ 2.075.000

Costos de Servicio Públicos y Otros				
Servicio	Unidad de medida	Cantidad	Costo mensual	Costo Total
		Anual (meses)		
Energía eléctrica	Kw	12	600.000	7.200.000
Acueducto y Alcantarillado	Metros cubicos	12	800.000	9600000
Gas	metros cubicos	12	300.000	3600000
internet y telefonía fija	Mensualidad	12	250.000	3000000
Televisión por cable	Mensualidad	12	600.000	7200000
Seguros	anualidad	1	1.500.000	1500000
TOTAL				\$ 32.100.000

Costo de Insumo				
Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unidad	Costo Anual
implementos aseo habitación	kit	100	10.000	1.000.000
líquidos, jabón aseo habitación	caja	100	8.000	800.000
Ambientadores eléctricos	unidad	50	5500	275.000
TOTAL				\$ 2.075.000

Costos de Servicio Públicos y Otros				
Servicio	Unidad de medida	Cantidad	Costo mensual	Costo Total
		Anual (meses)		
Energía eléctrica	Kw	12	600.000	7.200.000
Acueducto y Alcantarillado	Metros cubicos	12	800.000	9600000
Gas	metros cubicos	12	300.000	3600000
internet y telefonía fija	Mensualidad	12	250.000	3000000
Televisión por cable	Mensualidad	12	600.000	7200000
Seguros	anualidad	1	1.500.000	1500000
TOTAL				\$ 32.100.000

Gastos de Administración					
Cargo	No. de Personas	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Prestaciones Sociales	Costo total Anual
Gerente	1	\$ 1.600.000	\$ 19.200.000	\$ 9.953.664	\$ 29.153.664
Administrador	1	\$ 1.600.000	\$ 19.200.000	\$ 9.953.664	\$ 29.153.664
Auxiliar administrativo	1	\$ 900.000	\$ 10.800.000	\$ 5.598.936	\$ 16.398.936
Contador	1	\$ 400.000	\$ 4.800.000	\$ -	\$ 4.800.000
TOTAL					\$ 79.506.264

Otros gastos administrativos	
Detalle	Costo total anual
Útiles y papelería	1.800.000
Mantenimientos equipos	2.500.000
- Cafetería	1.200.000
Útiles / aseo	800.000
Total	2.600.000
Gastos de ventas	
Detalle	Costo total anual
Publicidad	1.500.000
Plan de mercadeo	2.000.000
Total	3.500.000

ANEXO 6. HOJAS DE VIDA DE LAS PROPONENTES DEL PROYECTO



SANDRA MILENA HERNANDEZ MOYA

CC. No. 1.054.094.174 de Villa de Leyva

Administrador de Empresas

Calle 12 # 10 - 46 Villa de Leyva Celular 3223074784

E-mail: mile_2805@hotmail.com

Perfil profesional

Soy Administradora de Empresas, con don de servicio a la comunidad, líder, responsable, proactiva, organizada, con competencias comunicativas, trabajo en equipo, bajo principios de ética e integridad, generando un excelente clima Organizacional, con la capacidad de toma de decisiones eficaces, asumir retos y metas que apoyen los procesos misionales de las organizaciones donde me desempeñe laboralmente.

Referencias Profesionales

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS SECCIONAL, Tunja (Boyacá).

Semestre: 8 octavo, diciembre de 2018.

Título Obtenido: Egresada en proceso de grado.

COLEGIÓ INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA INDUSTRIAL ANTONIO RICAURTE Villa de Leyva (Boyacá),
diciembre 2011

Título Obtenido: Bachiller técnico en Electricidad y Electrónica

Experiencia Laboral

Hotel Santa Viviana

Recepcionista

Marzo de 2012 -
septiembre de 2014.

FUNCIONES: Encargada de ofrecer los diferentes paquetes de alojamiento, matrimonios, etc. en el municipio de Villa de Leyva. Técnicas en atención al servicio al cliente, manejo de personal, información confidencial, caja menor.

FUNCIONES: Encargada de ofrecer los diferentes paquetes turísticos a visitantes en el municipio de villa de Leyva y sus alrededores. Técnicas en atención al servicio al cliente.

JEFE INMEDIATO: Carmen Quiroz, Representante Local

FUNCIONES: Encargada de ofrecer los diferentes paquetes de alojamiento, matrimonios, etc. En el municipio de villa de Leyva. Técnicas en atención al servicio al cliente, manejo de personal, información confidencial, caja menor, manejo de páginas web de ventas, realización de nómina y liquidaciones.

FUNCIONES: Encargada de ofrecer los diferentes paquetes de alojamiento, búsqueda de clientes y alianzas estratégicas con diferentes agencias del municipio de villa de Leiva y sus alrededores. Técnicas en atención al servicio al cliente.

FUNCIONES: Encargada de la comercialización y promoción de los productos de la empresa, colocación, cobranza, publicidad y búsqueda de clientes potenciales a nivel corporativo y personal, presentaciones de proyectos, seguimiento de clientes, y metas por ventas.

- ✓ V Concurso de "Cultura General": Juego, cultura y conocimiento, Universidad Santo Tomas Seccional Tunja, 05-octubre-2015.

- ✓ VI Concurso de "Cultura General": Universidad Santo Tomas Seccional Tunja, 26-septiembre-2016.

- ✓ Seminario Innovación y Mercadeo, Universidad Santo Tomas Seccional Tunja, 8-noviembre-2017.

- ✓ Curso de Etiqueta y Protocolo Empresarial, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Cuarenta Horas, 13-marzo-2017.

- ✓ II Seminario Innovación y Mercadeo, Universidad Santo Tomas Seccional Tunja, 2-noviembre-2018.

Referencias Profesionales

Francy Julieth Arcos Sanabria

Cargo: Servicio al Cliente

Empresa: Odortosonrisa

Celular: 3228786357

Ivan Mauricio Cortes Quilaguy

Cargo: Asesor de Microcrédito.

Empresa: Empresa de Comerciantes Comerciacoop

Celular: 3202346086

Referencias Personales

Ana Mayerly Hernández Pacheco

Cargo: Coordinadora Alojamiento y Servicio al Huésped

Empresa: Hotel Casa De Los Fundadores.

Celular: 3104849390

Ana Hilda Ávila Moya

Cargo: Independiente

Empresa: Taller y Montallantas Central.

Celular: 3208209257

Sandra Milena Hernandez Moya
C.C. 1.054.094.174 de Villa de Leyva

HOJA DE VIDA**Datos Personales**

NOMBRE	FRANCY JULIETH ARCOS SANABRIA
DOCUMENTO DE IDENTIDAD	1.049.635.864 DE TUNJA

FECHA DE NACIMIENTO	08 DE NOVIEMBRE DE 1993
LUGAR DE NACIMIENTO	TUNJA, BOYACÁ
ESTADO CIVIL	SOLTERA
DIRECCIÓN	CARRERA 17 N° 31 A 29
CIUDAD	TUNJA - BOYACÁ
TELÉFONO	322 878 63 57
E-MAIL	franjas-10@hotmail.com francy.julietho8@gmail.com

Perfil

Bachiller Con Énfasis en Pedagogía y Tecnólogo En Gestión Bancaria Y De Entidades Financieras; Con una sólida formación en valores éticos y morales con capacidades de liderazgo, de síntesis para diagnosticar y resolver problemas, de integración al trabajo productivo de las organizaciones y de la sociedad en general mediante el aporte personal como gestor de los cambios que requiere el desarrollo social; altamente analítica, con conocimiento y manejo en atención al cliente.

Formación Académica

Estudio Universitario: Universidad Santo Tomás.
Administración De Empresas.
(Actualmente).

Estudio Tecnológico: SENA.
Tecnólogo En Gestión Bancaria Y De Entidades
Financieras.
Noviembre 2013.

Estudios Básicos: Escuela Normal Superior Leonor Álvarez Pinzón.
Bachiller Con Énfasis En Pedagogía.
Diciembre 2010.

Talleres Y Cursos

Curso: “SALUD OCUPACIONAL: SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO”; duración 40 horas;
Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA”.

Experiencia Laboral

NOMBRE DE LA EMPRESA: Clínica Odontológica Ortosonria

CARGO: Recepcionista

FUNCIONES: Atención y servicio al cliente, confirmación de agendas, archivo, manejo de caja menor y caja mayor, pago a proveedores, promoción y ventas de productos y servicios.

JEFE INMEDIATO: Rocío Alenxandra Baquero Vargas

TELEFONO: 311 521 61 48

FECHA: 17-09-2018 - 31-03-2019

NOMBRE DE LA EMPRESA: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia

CARGO: Administrativo Temporal – Secretaría Unidad Editorial UPTC

FUNCIONES: Atención y servicio al cliente, manejo de efectivo, promoción y venta de publicaciones (libros), manejo de inventario, cuentas de cobro (ops), facturación, organización y participación en eventos.

JEFE INMEDIATO: Ruth Nayibe Cárdenas Soler

TELEFONO: 310 341 27 74

FECHA: 18-04-2016 - 16-12-2016

NOMBRE DE LA EMPRESA: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia

CARGO: Administrativo Temporal – Correspondencia, Ventanilla Única

FUNCIONES: Atención y servicio al cliente, recibido y despacho de correspondencia interna y externa, manejo de plataforma de correspondencia.

JEFE INMEDIATO: Nubia Elena Pedraza Vargas

TELEFONO: 740 56 26 Ext 2476 – 2578

FECHA: 03-08-2015 - 18-12-2015 - 13-01-2016 – 18-04-2016

NOMBRE DE LA EMPRESA: Financiera Comultrasan.

CARGO: Profesional Microfinanzas Mixto

FUNCIONES: Colocación de créditos agropecuarios y comerciales, atención y

servicio al cliente, gestión comercial, promoción, cobro de cartera.

JEFE INMEDIATO: Sergio Mauricio Agudelo

TELEFONO: 320 838 08 12

FECHA: 19-08-2014 - 01-03-2015

NOMBRE DE LA EMPRESA: Financiera Comultrasan.

CARGO: Asesor Presta U.

FUNCIONES: Colocacion crédito de estudio “Pregrado – Posgrado”, atención y servicio al cliente, gestión comercial, promoción, cobro de cartera.

JEFE INMEDIATO: Andrea Yicela Pinzon.

TELEFONO: 310328736.

FECHA: 23-04-2014 - 08-08-2014

NOMBRE DE LA EMPRESA: Banco Agrario De Colombia.

CARGO: Aprendiz SENA

FUNCIONES: Atención y servicio al cliente, brigadas comerciales, cobro de cartera (Preventivo, Pre Juridico, Juridico), gestión comercial, colocación de crédito (agropecuario, libre inversión, etc.), análisis de crédito.

JEFE INMEDIATO: Jaime B. Merchan Fino

TELEFONO: 7424061

FECHA: 01-11-2011 - 01-11-2013

Referencias Familiar

DESEMPEÑO LABORAL: Regente de Farmacia “Hospital San Rafael de Tunja”

TELEFONO: 322 834 37 98

NOMBRE: Yofre Danilo Sanabria Arguello.

DESEMPEÑO LABORAL: Docente “UPTC”.

TELEFONO: 312 409 14 27

Información Personal

NOMBRE: Doris Stella Benitez Vargas.

DESEMPEÑO LABORAL: Docente “UPTC”.

TELEFONO: 311 475 21 04

NOMBRE: Carlos Eduardo Reyes Alvarado

DESEMPEÑO LABORAL: Médico Veterinario Zootecnista

TELEFONO: 310 771 44 24

Información Laboral

NOMBRE: Ruth Nayibe Cárdenas Soler

DESEMPEÑO LABORAL: Editora En Jefe “Unidad Editorial UPTC”

TELEFONO: 310 341 27 74

NOMBRE: Andrea Yicela Pinzon

DESEMPEÑO LABORAL: Asistente De Agencia “Financiera Comultrasan”

TELEFONO: 310 328 73 61

FRANCY JULIETH ARCOS SANABRIA

C.C 1.049.635.864 DE TUNJA.