

**Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de un centro de búsqueda de alojamiento para estudiantes Universitarios foráneos mediante economía colaborativa en la ciudad de Popayán, Cauca**

Emprendimiento

Trabajo de grado para optar por el título de Tecnología en Gestión Empresarial

José David Otero Grijalba

Valentina Mellizo Celis



Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca  
Facultad de Ciencias Sociales y de la Administración  
Programa de Gestión Empresarial

Popayán

2021

**Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de un centro de búsqueda de alojamiento para estudiantes Universitarios foráneos mediante economía colaborativa en la ciudad de Popayán, Cauca.**

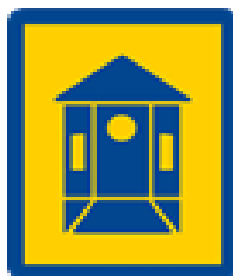
Emprendimiento

Trabajo de grado para optar por el título de Tecnología en Gestión Empresarial

José David Otero Grijalba

Valentina Mellizo Celis

Tutor: Jorge Vicente Peña Muñoz



Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca  
Facultad de Ciencias Sociales y de la Administración  
Programa de Gestión Empresarial

Popayán

2021

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

Tutora

---

Jurado

---

Jurado

Popayán, xxxxxxxxxxxxxxxx

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo de grado a mi madre, Sandra Celis, por ser mi inspiración, por su acompañamiento durante todo este proceso, por todo su amor y lucha incansable, por ayudarme a salir adelante, pues sin ella no lo habría logrado, a mi padre, Álvaro Machado, por brindarme su apoyo incondicional y grandes consejos, a mis abuelos, Luis Celis y Nubia Almario por ayudarme alcanzar mis sueños, guiarme por el camino del bien e impulsarme a triunfar.

Gracias familia.

### ***Valentina Mellizo Celis***

El presente trabajo de grado se lo dedico a Dios, por haberme brindado la oportunidad de cumplir con cada una de mis metas y avanzar en mi vida profesional, guiándome por el buen camino y dándome fuerzas para superar todas las adversidades y dificultades que se me presentaban, enseñándome a afrontarlos y no decaer en el intento.

A mis padres José Otero y Diana Grijalba por ser el pilar fundamental en mi vida, a ellos que con sus consejos, ejemplos y enseñanzas me orientaron por el buen camino, por brindarme su apoyo y demostrarme su amor incondicional y haberme ayudado a cumplir uno de mis principales objetivos.

### ***José David Otero Grijalba***

## **Agradecimientos**

Este trabajo de grado realizado con mucho esfuerzo y dedicación, que nos ha permitido adquirir conocimientos profesionales y de vida, nos lleva, primeramente, a darle gracias a Dios, por guiarnos durante todo este proceso, por permitirnos mantener la suficiente fe y motivación para llegar hasta aquí y cumplir uno más de nuestros sueños tan anhelados, a nuestras familias, por creer en nosotros, por su amor y apoyo incondicional.

### ***Valentina Mellizo Celis***

Gracias a mi familia que es lo más importante en mi vida, que siempre estuvieron ahí para brindarme toda su ayuda y motivación, y por brindarme la confianza para poder adquirir nuevos conocimientos a lo largo de todo este proceso educativo y poder así sacar este proyecto adelante, de corazón muchísimas gracias.

### ***José David Otero Grijalba***

**Tabla de contenido**

	<b>Pág.</b>
Introducción .....	17
1. Definición del problema .....	18
1.1. Planteamiento del problema.....	18
1.2. Formulación del Problema.....	19
2. Objetivos.....	20
2.1. Objetivo General.....	20
2.2. Objetivos Específicos.....	20
3. Justificación .....	21
4. Antecedentes .....	24
5. Marco conceptual.....	27
6. Metodología .....	31
6.1. Método de Estudio .....	32
6.2. Técnica para la Recolección de la Información.....	33
6.3. Técnica de Investigación Documental .....	33
6.4. Técnica de Análisis de Encuestas .....	33
6.5. Fuentes Primarias y Secundarias .....	34
6.6. Sistematización de la Información.....	34
6.7. Población y Muestra .....	34
6.8. Análisis de encuestas .....	35
7. Diagnóstico .....	54
8. Estudio de mercado.....	56

8.1. Servicio .....	56
8.2. Demanda .....	57
8.3. Oferta .....	57
9.4 Precio .....	58
8.4. Comercialización o canales de distribución.....	58
8.5. Publicidad o propaganda.....	59
9. Estudio técnico.....	64
9.1. Localización.....	64
9.1.1. Macro localización.....	64
9.1.2. Micro localización .....	65
9.2. Ingeniería del proyecto .....	67
9.2.1. Proceso de prestación de servicio .....	67
9.2.2. Distribución de planta de servicios.....	69
9.2.3. Descripción detallada de planta de servicios .....	69
9.2.4. Diagramas y planes funcionales.....	71
9.3. Tecnología.....	72
9.4. Maquinaria y equipos.....	72
9.5. Materia prima e insumos.....	73
9.6. Personal técnico requerido.....	74
9.7. Edificios, estructuras y obras de ingeniería civil .....	78
10. Estudio Organizacional – Legal.....	79
10.1. Estructura organizacional.....	79
10.1.1. Misión .....	79

10.1.2. Visión.....	79
10.1.3. Valores corporativos.....	80
10.1.4. Política empresarial.....	81
10.2. Matriz DOFA .....	82
10.3. Logotipos y slogan.....	83
10.4. Organigrama .....	84
10.5. Descripción de cargos .....	85
10.6. Gastos administrativos.....	90
10.7. Constitución de empresa y aspectos legales .....	90
10.7.1. Marco legal .....	90
11. Estudio financiero .....	98
11.1. Inversiones en el proyecto.....	98
11.1.1. Inversiones fijas .....	99
11.1.2. Capital de trabajo .....	99
11.1.3. Gastos preoperativos .....	99
11.2. Nominas ..	100
11.2.1. Nomina administrativa.....	100
11.2.2. Nomina de personal de ventas .....	101
11.2.3. Total nomina anual.....	102
11.3. Costos de operación y de financiación.....	102
11.3.1. Costo de ventas .....	102
11.3.2. Gastos operativos .....	103
11.3.3. Costos de financiación .....	105

11.4. Financiación del proyecto .....	105
11.4.1. Activos Totales.....	106
11.4.2. Depreciaciones de propiedad planta y equipo.....	107
11.4.3. Recursos financieros .....	109
11.4.4. Tabla de amortización .....	110
11.4. Proyecciones financieras.....	110
11.4.1. Estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias .....	110
11.4.2. Flujo de caja del proyecto .....	112
11.4.3. Balance proyectado.....	113
11.4.4. Análisis del punto de equilibrio .....	115
12. Análisis de impacto económico, social y ambiental .....	118
12.1. Impacto económico .....	118
12.2. Impacto social .....	118
12.3. Impacto ambiental.....	118
13. Conclusiones.....	119
14. Recomendaciones .....	120
Referencias Bibliográficas .....	121
Anexos .....	126

## Lista de tablas

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Estudiantes Universitarios.....	36
Tabla 2. Trabajo estable .....	37
Tabla 3. Estudiante y trabajador.....	38
Tabla 4. Responde económicamente por usted .....	39
Tabla 5. Depende económicamente de los padres o familiares .....	40
Tabla 6. Reside en la ciudad de Popayán.....	42
Tabla 7. Cuenta con un lugar propio de hospedaje .....	43
Tabla 8. Reside en un lugar de hospedaje .....	44
Tabla 9. Comuna de sitio de hospedaje o vivienda.....	45
Tabla 10. Fuente de búsqueda.....	46
Tabla 11. Satisfacción de necesidad.....	48
Tabla 12. Precios de hospedaje .....	49
Tabla 13. Disposición a pagar mensualmente.....	50
Tabla 14. Implementación de un portal web de arrendamiento .....	51
Tabla 15. Precios de servicio .....	58
Tabla 16. Personal requerido, gerente.....	74
Tabla 17. Secretaria y recepcionista.....	74
Tabla 18. Ingeniero en sistemas.....	75
Tabla 19. Asesor comercial .....	76
Tabla 20. Asesor financiero.....	76

Tabla 21. Servicios Varios.....	77
Tabla 22. Matriz DOFA .....	82
Tabla 23. Gastos administrativos .....	90
Tabla 24. Constitución de una S.A.S .....	92
Tabla 25. Inversión en el proyecto .....	98
Tabla 26. Nomina administrativa.....	100
Tabla 27. Nómina de personal de ventas .....	101
Tabla 28. Total, nomina anual.....	102
Tabla 29. Costo de ventas .....	102
Tabla 30. Gastos operativos .....	103
Tabla 31. Costos de financiación. ....	105
Tabla 32. Activos totales .....	106
Tabla 33. Depreciaciones de muebles, enseres y equipo de cómputo.....	107
Tabla 34. Balance general.....	109
Tabla 35. Tabla de amortización .....	110
Tabla 36. Estado de resultados.....	110
Tabla 37. Flujo de caja .....	112
Tabla 38. Estado de situación financiera.....	113
Tabla 39. Análisis del punto de equilibrio .....	115
Tabla 40. Evaluación del análisis de sensibilidad.....	116

## Lista de figuras

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Simulador para hallar la Muestra .....	35
Figura 2. Número de Estudiantes.....	37
Figura 3. Trabajo estable.....	38
Figura 4. Estudiante y trabajador .....	39
Figura 5. Responde económicamente por usted .....	40
Figura 6. Depende económicamente de sus padres o familiares .....	41
Figura 7. Reside en la ciudad de Popayán .....	42
Figura 8. Cuenta con un lugar propio de hospedaje.....	43
Figura 9. Reside en un lugar de hospedaje .....	44
Figura 10. Comuna de sitio de hospedaje o vivienda .....	46
Figura 11. Fuente de búsqueda .....	47
Figura 12. Satisfacción de necesidad.....	48
Figura 13. Precios de hospedaje.....	49
Figura 14. Disposición a pagar mensualmente .....	50
Figura 15. Implementación de un portal web de arrendamiento .....	52
Figura 16. Red social Instagram .....	60
Figura 17. Red social Facebook.....	61
Figura 18. Plataforma digital en la web .....	62
Figura 19. Tarjeta y volante de presentación .....	63
Figura 20. Geo Ubicación Espacial Del Municipio De Popayán.....	65
Figura 21. Micro localización.....	66

Figura 22. Prototipo de oficinas.....	66
Figura 23. Proceso de prestación del servicio en establecimiento físico .....	68
Figura 24. Proceso de prestación de servicio en establecimiento físico .....	68
Figura 25. Prototipo de planta de servicios.....	69
Figura 26. Diagrama de contacto de cliente vía digital .....	71
Figura 27. Diagrama de contacto presencial.....	72
Figura 28. Logotipos .....	83
Figura 29. Slogan .....	83
Figura 30. Organigrama .....	84
Figura 31. Financiación del proyecto.....	105

## Lista de anexos

	<b>Pág.</b>
Anexo 1. Formato encuesta.....	126

## **Resumen**

Este proyecto está dirigido a dar solución a la falta de interés, acompañamiento y asesoría para encontrar alojamiento para estudiantes universitarios foráneos, mediante economía colaborativa en la ciudad de Popayán-Cauca. Al dar lectura a este proyecto, con la implementación de un centro de búsqueda, se dará a entender la importancia de contar con un buen espacio de estadía íntegro que permitirá a aquellos estudiantes que deseen dar inicio a sus estudios de educación superior en la ciudad de Popayán, consultar y encontrar la mejor opción de vivienda para su permanencia durante sus periodos académicos, asimismo obtendrán asesoría personalizada tanto presencial como por medio del portal web de la empresa, permitiendo realizar sus debidos procesos de inscripción y pago correspondiente para dar inicio a la búsqueda de aquel lugar, que suplirá sus respectivas necesidades de vivienda.

### **Abstract**

This project is aimed at solving the lack of interest, support and advice to find accommodation for foreign university students, through collaborative economy in the city of Popayan, Cauca, since by reading this project, with the implementation of this search center, you will understand the importance of having a good space for complete stay, that will allow those students who wish to start their higher education studies in the city of Popayan, where they will be able to consult and find the best housing option for their permanence during their academic periods, they will also obtain personalized advice both in person and through our web portal, allowing you to carry out the proper registration and corresponding payment processes to start the search for that place , which will supply your respective housing needs.

## **Introducción**

En la actualidad, según la oficina de planeación y desarrollo institucional-SIMCA (2021), se evidencia la cantidad de estudiantes universitarios foráneos que provienen hacia la ciudad de Popayán, de acuerdo a un análisis al informe de datos que brinda la Universidad del Cauca sobre las estadísticas estudiantiles de pregrado, se resalta que 8.842 estudiantes de los 16.572 que se encuentran matriculados para el periodo I del el año 2021, son provenientes de otros municipios o departamentos diferentes a la ciudad de Popayán, lo que conlleva a que se presente la necesidad de un lugar de alojamiento confiable, seguro, rápido y beneficioso tanto para estudiantes universitarios, como para los propietarios de bienes inmuebles.

Es por ello que el objetivo principal del proyecto es realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios enfocado en la búsqueda de alojamiento estudiantil en la ciudad de Popayán basado en la economía colaborativa, con el fin de brindar una efectiva y eficaz búsqueda y una optimización de trámites legales.

Asimismo, el proyecto procura hacer uso eficiente de tecnología basado en las teorías de la economía colaborativa, buscando eficacia y ahorro de dinero en la búsqueda de un alojamiento estudiantil ajustado a las necesidades, gustos y capacidades de cada usuario.

A nivel investigativo se radica en desarrollar un diagnóstico basado en el estudio de mercado, técnico, organizacional, legal y financiero, que permita determinar la factibilidad de la creación de empresa de servicios basada en la búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos en la ciudad de Popayán.

## **1. Definición del problema**

### **1.1. Planteamiento del problema**

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura-UNESCO (2009), para el año 2009 en la lista de patrimonios culturales inmaterial de la humanidad incluye a la ciudad de Popayán capital del departamento del Cauca, como una de las ciudades más culturales y tradicionales de Colombia, caracterizada principalmente por sus procesiones de Semana Santa. Así mismo El Observatorio de la Universidad Colombiana (2021), menciona que la ciudad de Popayán cuenta con gran oportunidad en la educación superior, contando con un gran número de universidades, 7 IES (Instituciones de Educación Superior) nacidas en el departamento del Cauca y 16 de otras regiones del país.

De acuerdo al SNIES (Sistema Nacional de Información de la Educación Superior) en el año 2019, el departamento del Cauca registraba 51.188 matrículas oficiales de estudiantes (34,297 universitaria y 13,902 tecnológica) dentro de las instituciones de educación superior.

Teniendo en cuenta lo anterior, se evidencia que no existe una oferta centralizada para el hospedaje de estudiantes foráneos en la ciudad, bien sea en una plataforma tecnológica o un sitio físico que ayude a todos estos estudiantes provenientes de otras ciudades para encontrar de manera fácil y sencilla un lugar para establecerse, sea una habitación, apartamento u otro tipo de espacio disponible para esta población. Uno de los motivos que lleva a que no exista una oferta para este tipo de negocio formal, es la carencia de un estudio o estadística que pueda informar la necesidad que se tiene con respecto a este informe, al mismo tiempo se dan unos efectos que obligan a muchos estudiantes a tener que realizar el pago de alojamientos, que en su mayoría no son de su agrado o no cumplen con las expectativas y necesidades, pero por la necesidad optan por lo primero que logran encontrar, realizando contratos de arrendamiento a término fijo, con

términos de 6 meses o más en cierto modo por obligación para asegurar su estadía, también deben hacer una búsqueda que necesita tiempo, esfuerzo, dinero y en muchos casos representa un peligro para ellos porque ingresan a una ciudad que no conocen, perjudicándolos aún más.

Existe una ineficiencia en la oferta de los hostales y hoteles de la ciudad de Popayán, porque no están especializados para este tipo de público por periodos de tiempo, otras razones por las que las personas no toman como opción una habitación de hotel o de este tipo, es por las altas tarifas, la inconformidad con el servicio, no siendo apto para vivir un largo tiempo. Además, se logra identificar que no existe una centralización de la oferta de habitaciones para universitarios, egresados y profesionales en hogares de personas particulares como las "Casas estudiantiles", o aparta estudios, propios para dicho tipo de población.

## **1.2. Formulación del Problema**

¿Cómo impacta la demanda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos la creación de una empresa de servicios de alojamiento mediante economía colaborativa en la ciudad Popayán?

## 2. Objetivos

### 2.1. Objetivo General

Formular un plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos mediante economía colaborativa en la ciudad Popayán, Cauca.

### 2.2. Objetivos Específicos

- Realizar un **estudio de mercado** para establecer la viabilidad que este tendría.
- Establecer un **plan de marketing** para conseguir una mejor aceptación y llegar mayor grupo de posibles usuarios.
- Formular un **estudio técnico** del servicio para determinar una solución funcional en Popayán.
- Realizar un **estudio financiero** para determinar el impacto que traerá este servicio en la parte económica.
- Estructurar un **estudio organizacional** que muestre cómo se implementará el producto y de qué manera.
- Analizar qué **impacto socioeconómico** podría llegar a tener este nuevo servicio.

### 3. Justificación

Debido a la inexistencia de un plan de negocios formal y registrado ante la Cámara de Comercio en la ciudad de Popayán que oferte alojamientos a estudiantes universitarios en especial para aquellos estudiantes que llegan de otras ciudades a la capital caucana, este proyecto busca ser el primer emprendimiento que formalice bajo los parámetros legales del país, la búsqueda y contratación final de lugares adecuados a los gustos y requerimientos individuales de los estudiantes al momento de que estos empiecen sus estudios académicos superiores dentro de la ciudad. Puesto que en el mercado de la ciudad no existe una oferta directa, encontrándose actualmente reducida y no supe las necesidades reales de la población estudiantil universitaria, quienes se desplazan de diversos lugares aledaños hacia la ciudad de Popayán departamento del Cauca, en búsqueda de un estudio académico más ameno, adecuado y competitivo.

Según Zambrano (2014), Popayán se ha convertido en una ciudad en la que gran cantidad de personas de diferentes lugares vienen en búsqueda de la educación superior, donde de acuerdo a las estadísticas de estudiantes de la Universidad del Cauca y la Corporación Universitaria Comfacauca, por dar un ejemplo, en el primer periodo del año 2020 la Universidad del Cauca contaba con registro de 17.330 estudiantes matriculados, de este resultado se da que el 9.055 son estudiantes procedentes de diferentes municipios o departamentos del país y la Corporación Universitaria Comfacauca, según su balance social del año 2019, registraba matrícula de 2,682 estudiantes de pregrado y posgrado, el 18% es decir, 483 estudiantes eran procedentes de diferentes municipios o departamentos de Colombia. Lo que evidencia la gran cantidad de demanda de vivienda que requieren los estudiantes, por esta razón debe existir una buena cantidad de hogares que abarque a la mayoría de estudiantes universitarios foráneos. Existen

ofertas de hogares de arrendamiento, pero cabe resaltar que muchas de estas no cuentan con los elementos que ayuden a suplir las necesidades de dichos estudiantes.

Por ende, se define que debe existir un servicio de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos que tiene como objetivo brindar una atención física como a través de tecnología inteligente, siendo esta la vida de intermediación entre las personas que deseen adquirir el servicio de tal manera que se dinamice la categoría de búsqueda de alojamiento en el comercio electrónico en la capital del departamento.

Se considera que para la presentación e implementación de este trabajo, es de vital importancia realizar un plan de negocios, de esta manera se permite ver la factibilidad económica y técnica de la creación de empresa, que en el caso, se basara en la prestación del servicio de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos encontrando dentro de este un análisis de manera determinada si es rentable llevar a cabo la creación de dicho proyecto, mediante diversos factores técnicos, financieros y humanos, todo esto con el fin de contribuir de manera amena a la planificación al momento de facilitar la búsqueda de un sitio estable de alojamiento para la comunidad estudiantil, logrando el objetivo de suplir todas las necesidades que tenga el usuario y se acople a todos los requerimientos del mismo.

Lo anterior aporta en gran manera a la solución del problema se identificará, analizará y determinará de manera específica la oferta y la demanda de dicho servicio. Además, determina cuál será el proceso a seguir para llevar a cabo la realización de esta idea del plan de negocio, además de saber cuáles son los requerimientos y necesidades que deberá cubrir tanto el oferente del servicio, como el demandante.

Dentro de este plan de negocio es necesario incluir y desarrollar componentes de plan de estudio de mercado, plan de marketing, plan de negocios y operaciones financieras, estos se

pueden desarrollar gracias a los conocimientos adquiridos durante todo el programa de Gestión Empresarial, instruido por docentes de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, logrando así realizar un diagnóstico, análisis y comportamiento de las temáticas abordadas sobre la propuesta de idea de negocio.

#### 4. Antecedentes

Es importante tener en cuenta antecedentes que servirán como referencia para guiar el tema a tratar, conociendo otros trabajos realizados que aportan a la construcción de este emprendimiento.

A nivel internacional, se encuentra en el mercado uno de los más grandes promotores de arrendamiento de bienes inmuebles para estudiantes universitarios foráneos, llamado Uniplaces.

Uniplaces, fundada por Mariano Kostelec, Ben Grech y Miguel Santo Amaro, en el año 2013, tiene el objetivo de facilitar y mejorar el proceso de alquiler de un nuevo lugar para vivir y de acuerdo al portal web [www.uniplaces.com](http://www.uniplaces.com) se encuentra la siguiente información: “Uniplaces es la plataforma de viviendas única para estudiantes, jóvenes trabajadores, nómadas digitales, viajeros o familias. Son la web internacional con mayor crecimiento en el sector de reservas de alquileres a medio-largo plazo. Tienen la mayor selección de alojamientos verificados en el mundo, que satisfacen todo tipo de presupuestos, y continuamos expandiendo la presencia en ciudades alrededor del mundo, para hacerte feliz (Uniplaces, 2013).

Ofrece a la gente una solución para deshacerse de los avalistas, trámites burocráticos y otras molestias con una plataforma que es fácil, rápida y segura para una tranquilidad total, ofreciendo sitios únicos para todo tipo de presupuestos, para un mes o para un tiempo indeterminado con sólo un clic.

En Uniplaces, se cree que nada en el mundo puede hacer sentir más vivos que una nueva experiencia, que nada como una gran aventura puede crear momentos que duren para siempre y que la tecnología puede ayudarnos a formar un mundo sin fronteras. Creen que viajar a otro país es una oportunidad para vivir y aprender de todas estas cosas y que, si quieres ir, debes hacerlo. “Estamos aquí para ayudarte y hacer esta experiencia única”.

A nivel nacional, Pulido (2019) en su trabajo de grado denominado “Desarrollo de un plan de negocio de una empresa que ayuda a estudiantes universitarios a buscar alojamiento en Bogotá, basado en teorías de economía colaborativa, tomando como referencia un modelo de negocio ya existente llamado “Uniplaces”, contiene los elementos básicos de un modelo de negocio basado en economía colaborativa con el fin de dar una alternativa diferente para facilitar la búsqueda de alojamiento estudiantil en la ciudad de Bogotá. Las características principales del siguiente modelo de negocio tienen a la tecnología como uno de los actores principales. Las necesidades de cambiar el esquema de búsqueda de alojamiento y las nuevas teorías económicas que se fundan a partir de las 2 anteriores para dar pie a nuevos modelos de negocio.

El proyecto tiene como finalidad analizar los diferentes componentes y pasos que se llevan a cabo a la hora de buscar y arrendar una residencia estudiantil o multifamiliar en la ciudad de Bogotá. Se pueden presentar diferentes alternativas más accesibles a los estudiantes para satisfacer sus necesidades de vivienda y ahorro en el tiempo que conlleva esta búsqueda. Por otro lado, pretende explicar como por medio del uso eficiente de la tecnología y las teorías de economía colaborativa se ahorran tiempo y dinero para encontrar un alojamiento estudiantil ideal que se adapte a las necesidades, gustos y capacidades de pago, por medio de una plataforma virtual de confianza. Además, abarca cierta cantidad de bienes muebles que se logren ajustar a las necesidades de cada estudiante que proviene de otros municipios a la hora de llegar a estudiar a Bogotá”.

Estos dos antecedentes fueron los únicos que se lograron encontrar en base de una búsqueda investigativa en portales web, buscadores académicos, bibliotecas universitarias, etc. No se encontraron más estudios enfocados en la creación de empresa de servicios de búsqueda de servicios para la búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos que ayuden

a respaldar la idea planteada, por lo tanto, se cree que el de este plan de negocio es innovador para el mercado como para la ciudad de Popayán.

## 5. Marco conceptual

En el presente estudio se formula un plan de negocio para la creación de empresa de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos en la ciudad de Popayán, tendrá como soporte la realización de un marco teórico, donde se presentan diferentes conceptos base para la realización de este proyecto.

**Demanda:** Es la cantidad de bienes o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir a un precio dado, en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer sus necesidades.

**Estudio de mercado:** Para Miranda (2003, p.91), el estudio de mercado permite estudiar algunas variables sociales y económicas, que condicionan el proyecto aun siendo aparentemente ajenas a este. Entre ellas se puede mencionar: la tasa de crecimiento de la población, los niveles de ingresos de la misma, el precio de los bienes competitivos, el precio de los bienes complementarios, el crecimiento de algún renglón estratégico de la economía, las tarifas o subsidios cuando se trata de servicios públicos, los hábitos de consumo, las políticas de gobierno (racionamientos de divisas, tipos de cambio diferenciales, fijación y control de precios, impuestos, medidas de protección para determinados insumos o productos, etc.). Lo anterior hace referencia a la recopilación y análisis de los antecedentes permitiendo determinar la conveniencia de un bien o servicio.

**Estudio técnico:** Es un estudio en donde se desarrolla certeramente que bien o servicio se va a producir con sus respectivas características, además de estimar la oferta, la demanda y el precio del bien o servicio, también evalúa las capacidades técnicas con las que se debe contar para el desarrollo del proyecto, a través del estudio técnico se determina la capacidad de recursos, maquinarias, equipo, tecnología, personal, etc. Se tiene en cuenta con qué recursos se

cuenta y lo que realmente se necesitará para la producción del bien o servicio proyectado, además de los costos de producción y operación durante el proceso de creación del producto.

**Estudio financiero:** El autor Baca (2001, p.134) menciona que el estudio financiero “Es un análisis que pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de toda la operación del servicio, administración y ventas, así como la serie de indicadores que servirán como base para la evaluación económica”. De igual manera el análisis financiero permite determinar los costos de producción, administración y financieros, también la inversión inicial de un proyecto, depreciación y amortización, ingresos y capital de trabajo analizando así si dicho proyecto cuenta con beneficios o pérdidas en los que permite incurrir a realizar inversiones necesarias para el funcionamiento del proyecto.

**Economía:** Según Albuquerque (2018, p.18) la economía es aquella que “se ocupa del estudio de cómo la sociedad lleva a cabo las actividades orientadas a la atención de las necesidades de la población a través de la producción y distribución de los bienes y servicios generados para ello”. De lo anterior se puede definir que la economía es un sistema en donde las personas producen, distribuyen, comercian y consumen bienes o servicios, que a su vez satisfacen las necesidades humanas.

**Economía colaborativa:** Es un modelo económico innovador que consiste en el intercambio de bienes o servicios a través de una plataforma digital en línea, brindando un acceso de manera fácil y eficiente. Dicho acto se basa en el intercambio o la demanda de un bien o servicio, permitiendo el acceso sin necesidad de adquirirlo como un bien propio.

**Mercado:** Según el significado del libro Diccionario de Marketing, de Cultural S.A (1999, p.108) los mercados son "todos los consumidores potenciales que comparten una

determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer esa necesidad o deseo". Para un plan de negocios es importante satisfacer las necesidades y problemáticas que se presenta hoy en día para los estudiantes foráneos de la ciudad de Popayán, ofreciendo un servicio.

**Marketing:** En palabras de uno de los mayores exponentes, el marketing según McCarthy (2001):

“Es la disciplina encargada de analizar el comportamiento de los consumidores y del entorno (mercado) en donde se desenvuelven los clientes, con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades, lo que impacta de manera directa el proceso de comercialización en una organización, debido a que el marketing lo que hace es considerar una necesidad de la clientela y, a partir de ella, diseña, pone en marcha y verifica cómo funciona la comercialización de los productos o servicios de la empresa. (p.23)

Con esto se logra entender la definición de marketing como un conjunto de estudios y técnicas que tienen como objetivo principal, mejorar la comercialización independientemente si es un producto o servicio.

El **marketing digital:** Según Acosta y Martínez (2017), el marketing digital “Es una herramienta que permite entender aún más a profundidad los consumidores actuales, cuáles son sus gustos, preferencias, tendencias, asuntos que le desagradan, etc.” Gracias a esto se logra identificar las diferentes necesidades del consumidor, de una manera más rentable aumentando el comercio, logrando crear un mayor valor publicitario, social y monetario a la empresa.

**Oferta:** El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define la oferta como "la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios

que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta" Dado lo anterior, se concluye que la oferta son los bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado y que sus posibles consumidores obtienen a un precio determinado, beneficiándose ambas partes.

**Plan de negocio:** Para Lambing y Kuehl (1998), "Un plan de negocio, es un documento amplio que ayuda al empresario a analizar el mercado y planear la estrategia de negocio. Constituye la evidencia de la capacidad del empresario para planear y administrar la compañía". Este documento realizado por una empresa sirve para asegurar de cierta manera el crecimiento futuro, este debe manejarse adecuadamente; Si es para un negocio nuevo, ayuda a evitar errores costosos.

**Plataforma:** Según Sánchez (2009), una plataforma se define como un amplio rango de aplicaciones informáticas instaladas en un servidor cuya función es la de facilitar al profesorado la creación, administración, gestión y distribución de cursos a través de Internet. Por consiguiente, las plataformas son herramientas que apoyan para la implementación de diferentes sistemas en línea, sea para estudios, trabajos, empleos, y demás, facilitando todo tipo de situación tomando de una manera más práctica y accesible para los usuarios.

**Servicios:** Según Kotler (2004), la palabra servicio es "cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra. Es esencialmente intangible y no se puede poseer". Esto quiere decir, todo lo que es apreciable para el cliente produce un beneficio adicional, buscando responder una o más necesidades de los clientes.

## 6. Metodología

Para el desarrollo de este trabajo se propone una metodología de Investigación Mixta, donde Hernández y Mendoza (2008) la definen como “Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” por esta razón se llevará a cabo este tipo de investigación permitiendo encontrar y explicar de una manera más detallada el plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos mediante economía colaborativa en la ciudad Popayán.

De acuerdo con Blasco y Pérez (2007), la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.

Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.” De acuerdo a lo anterior, para este proyecto se realizará a través de una entrevista, que será dirigida principalmente a los estudiantes foráneos que habitan en la ciudad de Popayán, para que de acuerdo a los resultados y a la información recolectada se pueda obtener una perspectiva respecto a la idea de negocio, estructura, precios y estrategias de mercado.

Por otra parte, Sampieri (2004), definen la investigación cuantitativa como el enfoque cuantitativo se fundamenta en un esquema deductivo y lógico que busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas. Dado a lo anterior, Para este proyecto las

preguntas que se incluyen en la encuesta pueden ser de manera abierta, cerrada o la combinación de las dos. La encuesta se realizará a través de la aplicación Google Forms, con preguntas cerradas o preguntas dicotómicas, porque son uno de los tipos de preguntas más eficaces, gracias a su facilidad y rapidez de implementación, pues los participantes responden a una pregunta cerrada de “sí/no”, disminuyendo el margen de error, sobre todo en el momento que estamos viviendo por la pandemia donde todo se debe realizar virtualmente. Es por esta razón que se realiza de forma cerrada con el fin de ayudar a identificar cuántas de las personas estarían dispuestas a hacer uso del servicio de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos, además de poder medir la aceptación que tendría la creación de la empresa de manera física como de manera digital a través de la economía colaborativa a través de una plataforma web, siendo intermediaria para la prestación del servicio.

### **6.1. Método de Estudio**

De acuerdo con la metodología planteada anteriormente, es necesario realizar un estudio descriptivo, donde Tamayo y Tamayo (2006) mencionan que “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente.” Teniendo en cuenta lo anterior, en este proyecto se aplica esta teoría debido a que busca medir de forma independiente las variables de mercado, técnicas y financieras sin establecer relaciones entre ellas, con la finalidad de especificar sus propiedades y ofrecer un panorama lo más preciso posible para la realización de este plan de negocios.

## **6.2. Técnica para la Recolección de la Información**

Para la recolección de información se recurre a fuentes primarias, referente a las encuestas a realizar hacia el grupo de población objetivo y en fuentes secundarias se tomará información proveniente de revistas, páginas web, trabajos realizados sobre este tipo de temas, entre otros, para poder así obtener la información necesaria para la elaboración de este plan de negocio.

## **6.3. Técnica de Investigación Documental**

Se basa en la recolección de información a partir de la revisión y análisis de diferentes documentos aportando información relevante para el desarrollo de este plan de negocios, tales como libros, ensayos, trabajos de grado, revistas, artículos y periódicos. Dentro de dicha investigación se pretende recolectar información contextual de la ciudad de Popayán, Cauca, cifras sobre la cantidad de estudiantes que residen localmente como estudiantes foráneos, personas que poseen bienes y que estén dispuestos a poner a disposición del estudiantado universitario.

## **6.4. Técnica de Análisis de Encuestas**

Al tratarse de un plan de negocios basado en economía colaborativa, es importante entender las posiciones y opciones de la población a trabajar. Según Ramírez y Zwerg (2012), es importante agrupar ideas y concepciones, el investigador encuentra tendencias, regularidades y recurrencias que llevan al sentido y significado que ayudan en la comprensión del problema de investigación”. De dicha forma y con base en el resultado de las encuestas realizadas, se espera determinar si los estudiantes de manera general ven que es un proyecto viable y si satisface una necesidad dirigida al estudiantado a la hora de buscar y encontrar un alojamiento, adaptándose a sus necesidades, capacidades de pago y requerimientos de uso. Así mismo se tiene en cuenta la

posición de los estudiantes como clientes potenciales, además se pretende conocer la posición de personas que estén dispuestas a poner a disposición del público su bien raíz por medio de la empresa “VADAO” dando a conocer las ventajas y privilegios que este proyecto conlleva.

### **6.5. Fuentes Primarias y Secundarias**

- **Fuentes primarias:** Para el desarrollo del plan de negocio enfocado en la creación de empresa dedicada al arrendamiento de estudiantes universitarios foráneos en la ciudad de Popayán Cauca. Para llevar a cabo la investigación en el estudio cuantitativo estará compuesto por una encuesta que será aplicada directamente a los demandantes del servicio, siendo un número selecto de personas para dicho objeto de estudio.

- **Fuentes secundarias:** Las fuentes principales para la obtención de información son la SNIES (Sistema Nacional de Información de la Educación Superior), así como también estudios de mercado, tales como artículos de información, revistas, mercado laboral, páginas web, libros, ensayos, trabajos de grado y estudios realizados referente al tema.

### **6.6. Sistematización de la Información**

El instrumento que se utilizó para la realizar la encuesta y graficar los resultados obtenidos de cada una de las preguntas realizadas a la muestra de la población de estudiantes universitarios foráneos, la sistematización de los datos se realizó por medio de la aplicación de “Formulario Google” permitiendo crear encuestas personalizadas, planificar eventos o recopilar información de manera fácil y eficiente.

### **6.7. Población y Muestra**

La población que se consideró más relevante para aplicar las técnicas de recolección de datos del presente plan de negocios serán los estudiantes de grado once de educación básica

secundaria de los municipios de Piendamó y Timbío, ambos ubicados en el departamento del Cauca.

La muestra se obtuvo tomando los datos de la figura que se exhibe a continuación, teniendo en cuenta un error muestras de 5% y un nivel de confianza de 95%. Dichos datos se justifican teniendo como base el método de obtención de información elegido debido a la problemática mundial de la actualidad, debe realizarse en el marco de la emergencia sanitaria del Covid-19.

**Figura 1.** *Simulador para hallar la Muestra*

**SIMULADOR PARA CALCULAR LA MUESTRA**

Intervalo de confianza %	Multiplicador Z a/2
99%	<b>2,58</b>
95%	<b>1,96</b>
90%	<b>1,65</b>
85%	<b>1,44</b>
80%	<b>1,28</b>

**CALCULO DE LA MUESTRA**

**n:** Tamaño de la muestra.  
**Z** Nivel de Confianza. 1,96  
**N** Tamaño de la Población. 660  
**P** Probabilidad de éxito/positiva. 50%  
**Q** Probabilidad de fracaso/negativa 50%  
**E** Margen de error. 5%

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{E^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 50% * 660}{0,25% * 659 + 3,8416 * 50% * 50%}$$

$$n = \frac{634}{2,6079}$$

**n=** 243 Tamaño de la Muestra

Fuente: Elaboración propia.

### 6.8. Análisis de encuestas

Con base al simulador de muestras se estableció que se deben realizar 243 encuestas repartidas entre la población estudiantil foránea proveniente de otros municipios y/o ciudades de

la ciudad de Popayán, teniendo en cuenta que estuvieran inscritos en algún programa de educación superior.

A continuación, se llevará a cabo el respectivo análisis del cuestionario que consta de 14 preguntas cerradas cuyo propósito es la recolección de información y determinar la acogida que tendría el plan de negocio dentro del público estudiantil. Para ver el formulario de preguntas, ver el anexo 1.

**Tabla 1.**

*Estudiantes Universitarios*

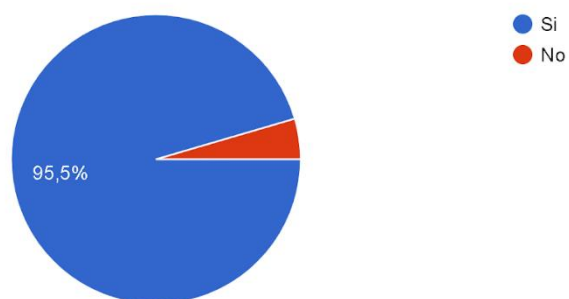
¿Es usted estudiante universitario?				
<b>Orden</b>	<b>Opción de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
1	Si	232	95,5%	95.5%
2	No	11	4,5%	100%
<b>Total</b>		243	100%	100%

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En la Tabla 1 se muestra los datos obtenidos a través de la encuesta con respecto a la pregunta si son estudiantes universitarios.

**Figura 2.***Número de Estudiantes*

1. ¿Es usted estudiante universitario?  
243 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Análisis:** En la figura 1, se evidencia los datos obtenidos a través de la encuesta realizada a 243 personas. El 95,5% (232 personas) manifestaron ser estudiantes universitarios, lo que conlleva a que las encuestas en su mayoría fueron aplicadas a personas que estén matriculadas en algún programa de educación superior, mientras que el otro 4,5% (11 personas) no se encuentran estudiando o no están matriculadas a ningún programa de educación.

**Tabla 2.***Trabajo estable*

¿Usted cuenta con un trabajo estable?				
Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Si	209	86%	86%
2	No	34	14%	100%
<b>Total</b>		243	100%	100%

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

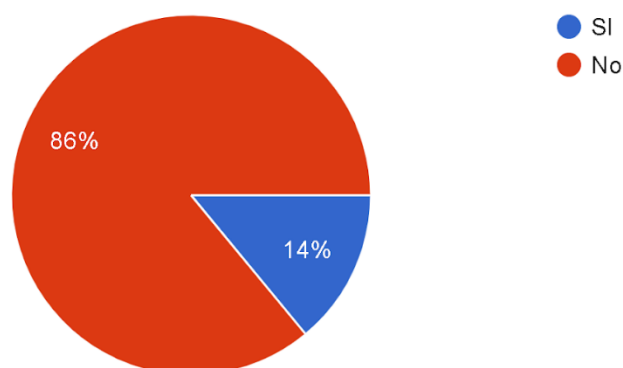
En la Tabla 2, se refleja el número de personas que cuentan o no con un trabajo estable con respecto a la información recolectada en la encuesta.

### Figura 3.

#### *Trabajo estable*

2. ¿Usted cuenta con un trabajo estable?

243 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Análisis:** En la figura 2, se evidencia que el 86% (209 personas) de las personas encuestadas no cuentan con un trabajo estable, mientras que el 14% (34 personas) si cuentan con un empleo; esto lleva a crear estrategias referentes a facilidades de pago hacia los posibles clientes, quienes serán usuarios del servicio.

### Tabla 3.

#### *Estudiante y trabajador*

¿Actualmente es estudiante y trabajador?				
Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Si	124	51%	51%

2	No	119	49%	100%
	<b>Total</b>	243	100%	100%

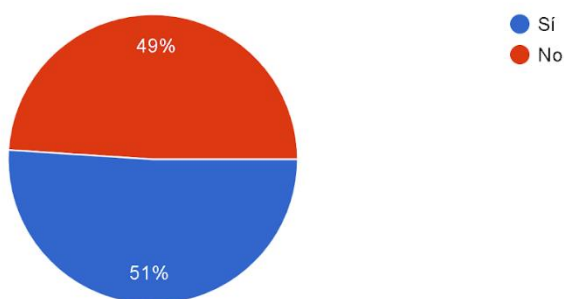
*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En la tabla 4, se evidencia el número de personas que estudian y son trabajadores al mismo tiempo.

#### **Figura 4.**

##### *Estudiante y trabajador*

3. ¿Actualmente es estudiante y trabajador?  
243 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Análisis:** En la figura 3 al observar la gráfica se logra identificar que el 51% (119 personas) de las personas encuestadas actualmente son estudiantes y trabajadores al mismo tiempo, mientras que el 49% (124 personas), no realizan estas dos actividades al mismo tiempo; esto lleva a crear estrategias de publicidad para los posibles clientes que se adapte a promociones o planes exclusivos para dichos usuarios.

#### **Tabla 4.**

*Responde económicamente por usted*

¿Responde económicamente por su propia cuenta?				
Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado

1	Si	69	28,4%	28,4%
2	No	174	71,6%	100%
<b>Total</b>		243	100%	100%

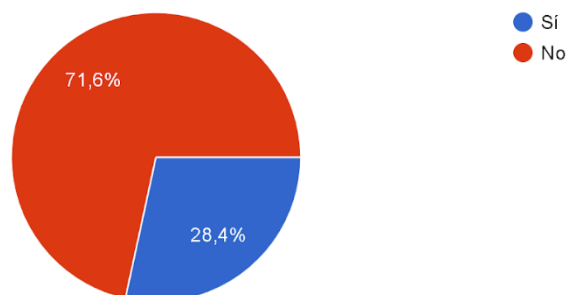
*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En la tabla 5 se evidencia si las personas responden económicamente por ellas mismas o no.

### Figura 5.

*Responde económicamente por usted*

4. ¿Responde económicamente por su propia cuenta?  
243 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Análisis:** En la figura 4 al observar la gráfica se muestra que el 71,6% (174 personas) de las personas no responden económicamente por su propia cuenta, mientras que el 28,4 (69 personas) si responden por su propia cuenta; Estas respuestas llevan a establecer que el público potencial no responde económicamente por su propia cuenta, se deben establecer estrategias y métodos de pago para la recepción del dinero.

### Tabla 5.

*Depende económicamente de los padres o familiares*

¿Depende económicamente de sus padres o familiares?
---

Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Si	176	72,4%	72,4%
2	No	67	27,6%	100%
	<b>Total</b>	243	100%	100%

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

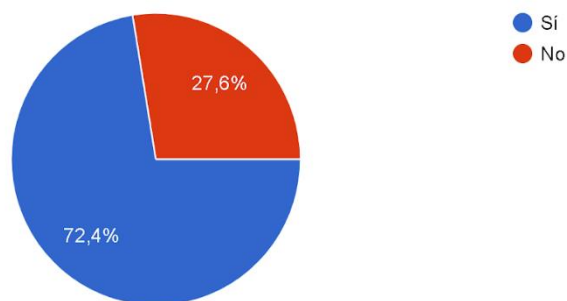
En la tabla 6 se evidencia si las personas son dependientes económicamente por sus padres o por sus familiares.

### Figura 6.

*Depende económicamente de sus padres o familiares*

5. ¿Depende económicamente de sus padres o familiares?

243 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Análisis:** En la figura 5 se demuestra el número de personas que son dependientes por sus padres o familiares y según los datos que arrojó la encuesta es que el 72,4% (176 personas) dependen económicamente por sus padres o familiares, mientras que el 27,6% (67 personas) no dependen de absolutamente nadie; esto determina que la mayoría de los clientes potenciales dependen económicamente por familiares o terceros, esto permite establecer una estrategia de pago para el servicio.

**Tabla 6.***Reside en la ciudad de Popayán.*

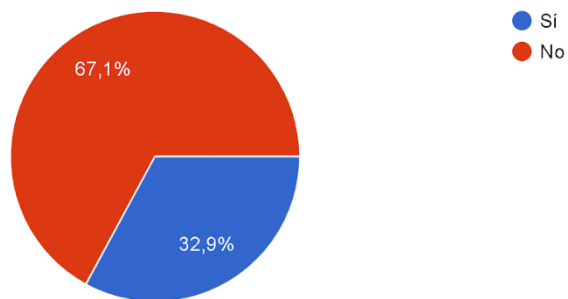
¿Reside usted en la ciudad de Popayán?				
Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Si	80	32,9%	32,9%
2	No	163	67,1%	100%
<b>Total</b>		243	100%	100%

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En la tabla 7 se muestran los resultados obtenidos, por medio de una encuesta, sobre si las personas son residentes o no en la ciudad de Popayán, Cauca.

**Figura 7.***Reside en la ciudad de Popayán*

6. ¿Reside usted en la ciudad de Popayán?  
243 respuestas

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Análisis:** En la figura 6 al observar la gráfica se refleja que el 67,1 % (163 personas) no son residentes en la ciudad de Popayán y el 32,9% (80 personas) si son residentes de la ciudad;

este resultado muestra que es evidente de que muchas personas necesitan de un lugar de arrendamiento en la ciudad de Popayán, Cauca.

**Tabla 7.**

*Cuenta con un lugar propio de hospedaje*

¿Cuenta usted con un lugar propio, donde hospedarse, durante su proceso de educación?					
Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	
1	Si	58	23,9%	23,9%	
2	No	185	76,1%	100%	
<b>Total</b>		243	100%	100%	

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

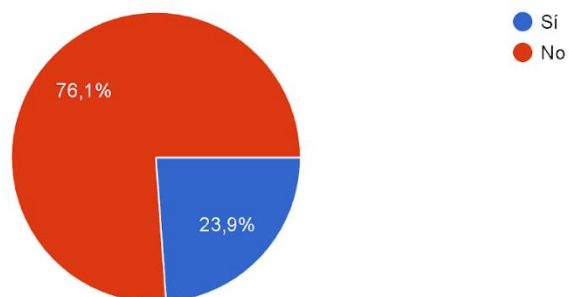
En la tabla 8 se muestran los resultados obtenidos por medio de una encuesta, de acuerdo a si las personas cuentan con un lugar propio para donde hospedarse durante su proceso de educación.

**Figura 8.**

*Cuenta con un lugar propio de hospedaje*

7. ¿Cuenta usted con un lugar propio, donde hospedarse, durante su proceso de educación?

243 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Análisis:** En la figura 7 evidencia que el 76,1% (185 personas) no cuentan con un lugar propio donde hospedarse durante su proceso de educación, mientras que un 23,9% (58 personas) si cuentan con un sitio propio para su estadía; estos resultados reflejan que son gran porcentaje de personas que pueden requerir del servicio de hospedaje/arrendamiento.

**Tabla 8.**

*Reside en un lugar de hospedaje*

¿Actualmente se encuentra residiendo en un lugar de hospedaje (Habitación, apartamento, casa, Etc.)?				
Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Si	204	84,0%	84,0%
2	No	39	16,1%	100%
<b>Total</b>		243	100%	100%

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

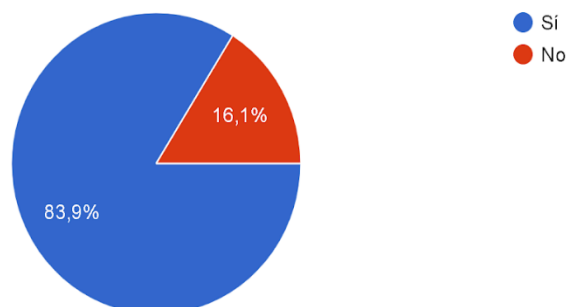
En la tabla 9 se evidencia si las personas actualmente se encuentran residiendo en un lugar de hospedaje (habitación, apartamento, casa, etc.) o si por el contrario cuentan con hogar propio.

**Figura 9.**

*Reside en un lugar de hospedaje*

8. ¿Actualmente se encuentra residiendo en un lugar de hospedaje (Habitación, apartamento, casa, Etc.)?

242 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Análisis:** En la figura 8 se muestra que el 84,0% (204 personas) actualmente se encuentran residiendo en un sitio de hospedaje, y un 16,1% (39 personas) residen en un lugar propio; estos resultados demuestran que son más las personas que residen en un lugar ajeno a su propio hogar determinando que posiblemente podrían hacer uso del servicio.

### Tabla 9.

*Comuna de sitio de hospedaje o vivienda*

¿En qué comuna se encuentra su sitio de hospedaje o vivienda?				
Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Comuna 1	37	15,2%	15,2%
2	Comuna 2	54	22,2%	37,4%
3	Comuna 3	20	8,2%	45,6%
4	Comuna 4	5	2,1%	47,7%
5	Comuna 5	14	5,8%	53,5%
6	Comuna 6	22	9,1%	62,6%
7	Comuna 7	40	16,5%	79,1%
8	Comuna 8	22	9,1%	88,2%
9	Comuna 9	3	1,2%	89,4%
10	Zona rural/Otra	26	10,7%	100%
<b>Total</b>		243	100%	100%

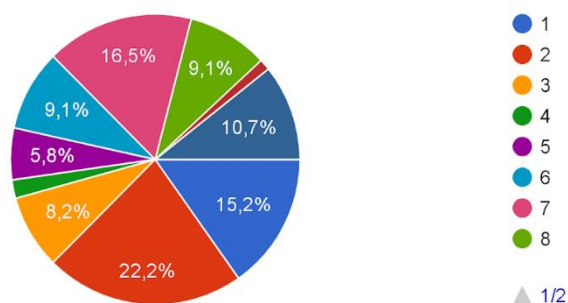
*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En la tabla 10 se muestran los resultados obtenidos, referente a la comuna en donde se encuentra su sitio de hospedaje o vivienda en la ciudad de Popayán.

### Figura 10.

#### Comuna de sitio de hospedaje o vivienda

9. ¿En que comuna se encuentra su sitio de hospedaje o vivienda?  
243 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2021)

**Análisis:** En la figura 9 se evidencia que la comuna 2 con más personas residentes en ella con el 22,2% (54 personas), seguido de la comuna 7 con 16,5% (40 personas), la comuna 1 con 15,2% (37 personas), Zona rural/otra 10,7% (26 personas), comuna 6 con 9,1% (22 personas), comuna 3 con 8,2% (20 personas), comuna 5 con 5,8% (14 personas), comuna 4 con 2,1% (5 personas), comuna 4 con 1,2% (3 personas), para así completar la sumatoria del 100% y un total de 243 personas encuestadas.

### Tabla 10.

Fuente de búsqueda

¿Cómo fue la búsqueda de su sitio de hospedaje?				
Orde n	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Sitio web	8	3,3%	3,3%
2	Personalmente	89	36,6%	39,9%
3	Voz a voz	68	28%	67,9%

4	Redes sociales	44	18,1%	86%
5	Cuenta con hogar propio	34	14%	100%
<b>Total</b>		243	100%	100%

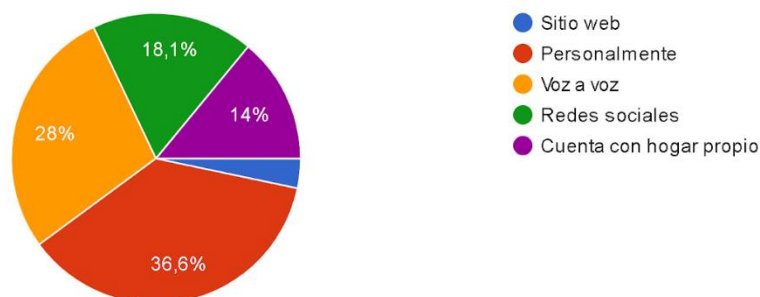
*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En la tabla 11 se puede evidenciar los resultados de como fue el método de búsqueda del sitio de hospedaje en el que reside la persona entrevistada.

### Figura 11.

*Fuente de búsqueda*

10. ¿Cómo fue la búsqueda de su sitio de hospedaje?  
243 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Análisis:** En la figura 10 se muestra que el 36,6% (89 personas) prefieren o buscaron de manera personal su sitio de estadía, seguido por el voz a voz con 28% (68 personas), seguido por las redes sociales con 16,1% (44 personas), y contando que el 14% (34 personas) cuentan con un lugar propio de estadía, finalizando con el sitio web con 3,3% (8 personas); según estos resultados que arrojó la encuesta realizada, se puede concluir que son muy pocas las personas que recurren a los sitios web para la búsqueda de un sitio de estadía, logrando dar un hincapié para ofrecer el servicio de arrendamiento por un portal web.

**Tabla 11.***Satisfacción de necesidad*

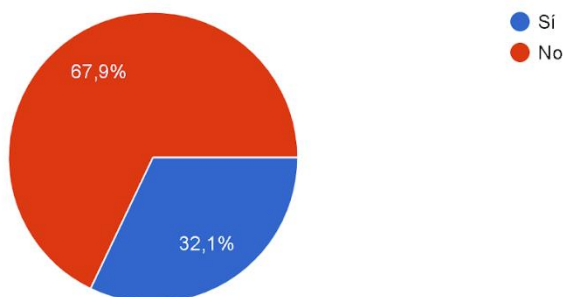
¿Su sitio de hospedaje o vivienda satisface todas las necesidades requeridas por usted?				
Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Si	78	32,1%	32,1%
2	No	165	67,9%	100%
<b>Total</b>		243	100%	100%

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En la tabla 12 muestra los resultados según la encuesta realizada sobre, si su sitio de hospedaje o vivienda satisface todas las necesidades requeridas por la persona.

**Figura 12.***Satisfacción de necesidad*

11. ¿Su sitio de hospedaje o vivienda satisface todas las necesidades requeridas por usted?  
243 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Análisis:** En la figura 11 se evidencia que el 67,9% (165 personas) encuestadas, no se sienten a gusto con la satisfacción de las necesidades requeridas por ellos, y un 32,1% (78 personas) si están satisfechas con sus necesidades.

**Tabla 12.**

*Precios de hospedaje*

¿Está usted de acuerdo con los precios que tiene su sitio de hospedaje?				
Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaj e	Porcentaje acumulado
1	Si	64	26,3%	26,3%
2	No	139	57,2%	83,5%
3	No paga precio por vivienda	40	16,5%	100%
<b>Total</b>		243	100%	100%

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

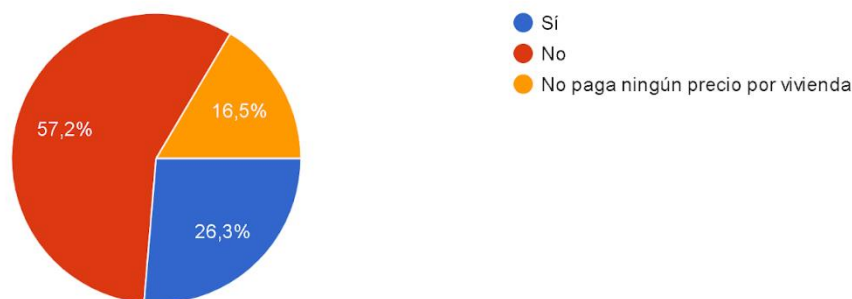
En la tabla 13 muestra los resultados según la encuesta realizada, sobre si las personas están de acuerdo o no con los precios por su sitio de hospedaje.

**Figura 13.**

*Precios de hospedaje*

12. ¿Está usted de acuerdo con los precios que tiene su sitio de hospedaje?

243 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Análisis:** En la figura 12 se evidencia que el 57,2% (139 personas) no están de acuerdo con los precios que tienen sobre su sitio de estadía, mientras que el 26,3% (64 personas) si lo están, y un 16,5% (40 personas) no pagan ningún precio por vivienda.

### Tabla 13.

#### *Disposición a pagar mensualmente*

¿Cuánto está dispuesto usted a pagar por el servicio mensual de hospedaje para un estudiante?				
Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Entre \$200.000 y \$300.000	162	66,7%	66,7%
2	Entre \$300.000 y \$400.000	77	31,7%	98,4%
3	Más de \$400.000	4	1,6%	100%
<b>Total</b>		243	100%	100%

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

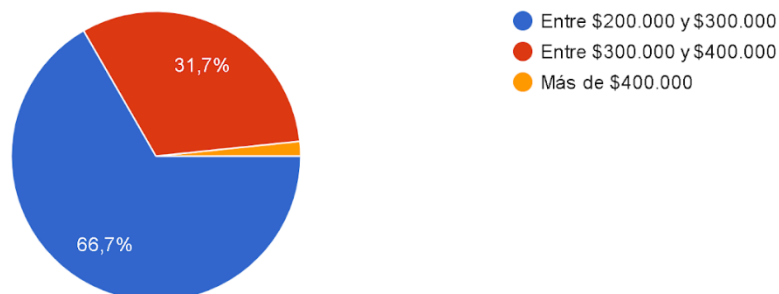
En la tabla 14 muestra los resultados según la encuesta realizada, sobre cuánto están dispuestos a pagar las personas mensualmente por el servicio de hospedaje para un estudiante.

### Figura 14.

#### *Disposición a pagar mensualmente*

13. ¿Cuánto está dispuesto usted a pagar por el servicio mensual de hospedaje para un estudiante?

243 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Análisis:** En la figura 13 se visualiza que el 66,7% (162 personas) encuestadas están dispuestos a pagar entre \$200.000 y \$300.000, el 31,7% (77 personas) están dispuestos a pagar entre \$300.000 y \$400.000, y tan solo el 1,6% (4 personas) están dispuestos a pagar más de \$400.000 por el servicio de hospedaje mensual para un estudiante; significando el resultado como una base principal para catalogar los precios para ofrecer el servicio una vez establecido.

#### **Tabla 14.**

##### *Implementación de un portal web de arrendamiento*

¿Desearía ver un portal web que le ayudara con la búsqueda adecuada que supla todas las necesidades para el hospedaje universitario?				
Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Si	231	95,1%	95,1%
2	No	12	4,9%	100%
<b>Total</b>		243	100%	100%

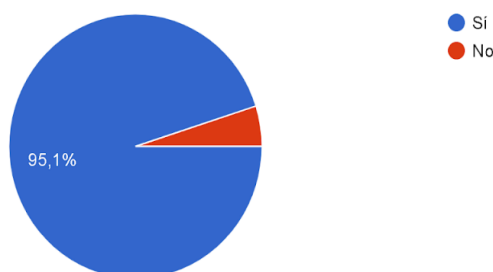
*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En la tabla 15 refleja los resultados de la encuesta realizada, sobre si desea la implementación de un portal web permitiendo ayudar con una búsqueda adecuada que supla todas las necesidades para el hospedaje universitario.

**Figura 15.***Implementación de un portal web de arrendamiento*

14. ¿Desearía ver un portal web que le ayudara con la búsqueda adecuada que supla todas las necesidades para el hospedaje universitario?

243 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Análisis:** En la figura 14 muestra que el 95,1% (231 personas) encuestadas les gustaría ver un portal web que facilite la búsqueda adecuada para su sitio de hospedaje universitario, tomando como referencia estos resultados se reafirma que hay posibilidad en el mercado de incluir este servicio.

**Análisis general de la encuesta:** En relación y análisis general respecto a la encuesta anterior se resalta que según los análisis de cada una de las preguntas se obtienen resultados positivos en las respuestas, generando una gran posibilidad de que la idea de plan de negocio de un centro de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos se pueda implementar en el mercado de la ciudad de Popayán, Cauca.



## 7. Diagnóstico

Para lograr determinar las diferentes necesidades y preferencias que presenta el grupo objetivo para compra del servicio ofrecido. Se realizó una encuesta a 243 personas en total con su respectivo análisis en donde se obtuvo: El 95,5% (232 personas) manifestaron ser estudiantes universitarios, lo que conlleva a que las encuestas en su mayoría fueron aplicadas a personas que estén matriculadas en algún programa de educación superior, mientras que el otro 4,5% (11 personas) no se encuentran estudiando o no están matriculadas a ningún programa de educación. el 86% (209 personas) de las personas encuestadas no cuentan con un trabajo estable, mientras que el 14% (34 personas) si cuentan con un empleo, el 51% (119 personas) de las personas encuestadas actualmente son estudiantes y trabajadores al mismo tiempo, mientras que el 49% (124 personas), no realizan estas dos actividades al mismo tiempo, el 71,6% (174 personas) de las personas no responden económicamente por su propia cuenta, mientras que el 28,4 (69 personas) si responden por su propia cuenta, el 72,4% (176 personas) dependen económicamente por sus padres o familiares, mientras que el 27,6% (67 personas) no dependen de absolutamente nadie, el 67,1 % (163 personas) no son residentes en la ciudad de Popayán, y el 32,9% (80 personas) si son residentes de la ciudad, el 76,1% (185 personas) no cuentan con un lugar propio donde hospedarse durante su proceso de educación, mientras que un 23,9% (58 personas) si cuentan con un sitio propio para su estadía, el 84,0% (204 personas) actualmente se encuentran residiendo en un sitio de hospedaje, y un 16,1% (39 personas) residen en un lugar propio, el 22,2% (54 personas), seguido de la comuna 7 con 16,5% (40 personas), la comuna 1 con 15,2% (37 personas), Zona rural/otra 10,7% (26 personas), comuna 6 con 9,1% (22 personas), comuna 3 con 8,2% (20 personas), comuna 5 con 5,8% (14 personas), comuna 4 con 2,1% (5 personas), comuna 4 con 1,2% (3 personas), para así completar la sumatoria del 100% y un total de 243

personas encuestadas, el 36,6% (89 personas) prefieren o buscaron de manera personal su sitio de estadía, seguido por el voz a voz con 28% (68 personas), seguido por las redes sociales con 16,1% (44 personas), y contando que el 14% (34 personas) cuentan con un lugar propio de estadía, finalizando con el sitio web con 3,3% (8 personas), el 67,9% (165 personas) encuestadas, no se sienten a gusto con la satisfacción de las necesidades requeridas por ellos, el 57,2% (139 personas) no están de acuerdo con los precios que tienen sobre su sitio de estadía, el 66,7% (162 personas) encuestadas están dispuestos a pagar entre \$200.000 y \$300.000, el 31,7% (77 personas) están dispuestos a pagar entre \$300.000 y \$400.000, y tan solo el 1,6% (4 personas) están dispuestos a pagar más de \$400.000 por el servicio de hospedaje mensual para un estudiante, el 95,1% (231 personas) encuestadas les gustaría ver un portal web facilitando la búsqueda adecuada para su sitio de hospedaje universitario.

## **8. Estudio de mercado**

El Estudio de Mercado tiene como objetivo identificar la oferta y la demanda existente en el mercado, a través de recolección y análisis de datos, como objetivo de analizar cuáles serían los posibles clientes, competidores, demandantes y a qué sector se enfrentará la empresa.

### **8.1.Servicio**

El servicio a ofrecer principalmente es la de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos, se realizará por un medio físico establecido, del mismo modo que a través de una plataforma digital de servicios que facilite el proceso de búsqueda y elección de un sitio estable de arrendamiento, en segundo lugar, se ofrecerá un servicio de subcontratación, en donde los arrendatarios puedan ofertar sus bienes inmuebles para ser adquiridos por los estudiantes. Por último, se contará con un servicio publicitario en donde los arrendatarios que lo deseen, podrán obtener una propaganda extra de sus bienes inmuebles ofrecidos por medio de las diferentes redes sociales pertenecientes a la empresa. Esta idea parte primeramente de la necesidad que hay en el mercado, a causa de que no se encuentra una centralización e intermediación de la oferta de bienes raíces, de igual manera con la demanda insatisfecha que presentan dichos servicios en establecimientos que brindan alojamiento a estudiantes por un tiempo determinado.

Lo innovador que presenta este servicio es que los demandantes, es decir los estudiantes en este caso, puedan contactar a los propietarios de los bienes raíces de una manera cómoda y segura mediante el servicio ofrecido, se realizará por medio de una plataforma que haga más efectivo el proceso de búsqueda y elección de un sitio de alojamiento que se acople a las necesidades de cada uno de los usuarios.

## **8.2.Demanda**

En el municipio de Popayán hay un gran número de universidades, lo que hace que aumente en gran medida el número de la población del estudiantado universitario, quienes provienen de otras ciudades o municipios hacia Popayán en busca de su educación superior, 7 IES (Instituciones de Educación Superior) nacidas en el departamento del Cauca y 16 de otras regiones del país, con una matrícula en el año 2018 según el Ministerio de Educación para ese mismo año se registraron 48.692 matrículas estudiantiles. De donde surge la necesidad de un centro de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios agilizando dicha búsqueda que por consiguiente ayude a suplir todas las necesidades requeridas y se acople a los precios que esté dispuesto a pagar y demás solicitudes que presente el usuario.

## **8.3.Oferta**

En la ciudad de Popayán, se cuenta con una alta oferta de sitios de alojamiento de manera general y no se centra en los estudiantes universitarios, lo que da hincapié a la hora de ofrecer este servicio puesto que la mayoría de sitios de alojamiento no suplen con las necesidades que requieren dichos estudiantes foráneos a la hora de elegir un sitio para su estadía durante su proceso de formación, el fin de este servicio es lograr obtener resultados más rápidos, efectivos y de calidad, que a su vez se adecue a las necesidades de cada uno de los usuarios que quieran demandar el servicio a través del establecimiento “VADAO”.

## 9.4 Precio

**Tabla 15.**

*Precios de servicio*

<b>NOMBRE DEL SERVICIO</b>	<b>PRECIO DEL SERVICIO</b>
Búsqueda de alojamiento	\$45.000
Subcontratación	\$25.000
Pautas publicitarias, en redes sociales	\$10.000

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

### 8.4.Comercialización o canales de distribución

Para llevar a cabo la comercialización del servicio, se identifica que se trabajará de manera directa, de manera física y también digital, puesto que, de manera física, se realizará cuando los usuarios se presenten de manera presencial en los establecimientos de la empresa, de modo que los asesores sean los responsables de ofrecer el servicio que se va a comercializar al estudiantado universitario foráneo.

Por otra parte, se realiza de manera digital sin intermediarios, con el objetivo de que la plataforma digital sea la que se encargue de realizar el contacto directo con el cliente, por consiguiente, es cómo se realizará la prestación del servicio, a modo que se tomará como medio de distribución el comercio en línea: (McLEOD,2000:56) “el comercio en línea es el uso de las computadoras para facilitar operaciones de la compañía. Muchas de las operaciones son internas: se realizan dentro de la empresa en las áreas funcionales de finanzas, recursos humanos, servicios de información, manufactura y mercadotecnia. Otras operaciones implican las interfaces de la empresa con los ocho elementos del entorno” por consiguiente, para el plan de negocios se pueden ofertar, demandar, publicar, publicitar y proveer información sobre servicios

que se prestaran a través de internet, haciendo uso principalmente de transacciones electrónicas como método de pago.

### **8.5.Publicidad o propaganda**

Para llevar a cabo un incremento de consumo y lograr un buen posicionamiento y mantenerse en el mercado, la empresa “VADAO” necesitará de publicidad a través de medios de comunicación social, que tienen como objetivo crear una amplia comunidad por diferentes redes sociales. se contará con una página web diseñada para el uso, conocimiento y proceso de la empresa, además se diseñarán comunicados por todas las redes sociales, como lo son (Facebook, Instagram); para llegar a los jóvenes quienes son los mayores usuarios de estas redes sociales, también se realizarán pautas publicitarias auditivas transmitidos por medios radiales, se dará uso de material visual e impreso de gran formato para llamar la atención de los estudiantes foráneos e incluso a la comunidad de Popayán y otras localidades en general.

- **Instagram**

El centro de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios se hará uso de la red social “*Instagram*”, debido a que en los últimos años se ha convertido en una de las redes más empleada por las personas, con gran cantidad de usuarios activos que a su vez ofrece múltiples herramientas para ofertar y brindar publicidad para ventas tanto de productos como servicios. El perfil se encontrará como @VADAO, en el que se brindará información referente sobre el servicio para los estudiantes.

**Figura 16.***Red social Instagram*

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

- **Facebook**

La red social “*Facebook*” también es una de las redes principales, consigo trae diversos beneficios y ventajas para un establecimiento o empresa, por este medio también hay funciones de publicidad que se adaptan a los requerimientos de la empresa, que al ser una red social en la que abundan gran cantidad de usuarios, dicha información llega de manera más rápida y directa a un posible cliente nuevo. Por consiguiente, dicho sitio red social también cuenta con una herramienta de mensajería instantánea y directa con usuario – cliente, en donde se puede realizar comunicación directa ya sea en forma de peticiones, quejas o reclamos del producto o servicio ofertado, resultandos beneficiosos para la empresa debido a que se puede ajustar a las necesidades del cliente, quien se sentirá a gusto por su atención. Esta red social permite tener su propia *FAN PAGE* como herramienta en donde se encontrará toda la publicidad, información que

se transmite o intercambia con los usuarios de “Facebook”. Dicho perfil lo pueden encontrar en el menú de búsqueda de Facebook como “VADAO”.

**Figura 17.**

*Red social Facebook*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

- **Plataforma digital en la web**

Las plataformas digitales de comercialización son frecuentemente utilizadas por personas que desean demandar sus productos, esto va con el objetivo de que los oferentes puedan visualizar los productos o servicios de manera mucho más amena y desde la comodidad de su hogar o en el sitio que se encuentre, con el fin de llegar a una posible compra. La plataforma digital que utilizará la empresa será manejada por un administrador, quien será el encargado de crear dicho sitio web, administrarlo y llevar a cabo todo el funcionamiento que esta requiera. Para dicha función es necesario contar con un software de alta capacidad, que será encargado para el soporte de programación y la base de datos interna, siendo fundamental para el funcionamiento de dicho sitio web.

**Figura 18.**

*Plataforma digital en la web*



Fuente: *Elaboración propia.*

- **Tarjeta y volante de presentación**

Las tarjetas y volantes de presentación tienen como objetivo general mostrar a los clientes diferentes aspectos o datos importantes de una empresa, todo esto con el fin de mantener una relación estratégica entre clientes y empresa, informando acerca del servicio a ofrecer, siendo esta una herramienta publicitaria y de marketing dentro de un negocio.

**Figura 19.**

*Tarjeta y volante de presentación*

**VADAO**  
CENTRO DE BUSQUEDA DE ALOJAMIENTO  
PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS  
FORANEOS

Te ofrecemos los servicios de  
búsqueda para ese alojamiento que  
deseas mientras estudias!

 Lighthouse  
PROPERTIES

CONTACTO: 321 2938 398  
REDES SOCIALES: @VADAO

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

## **9. Estudio técnico**

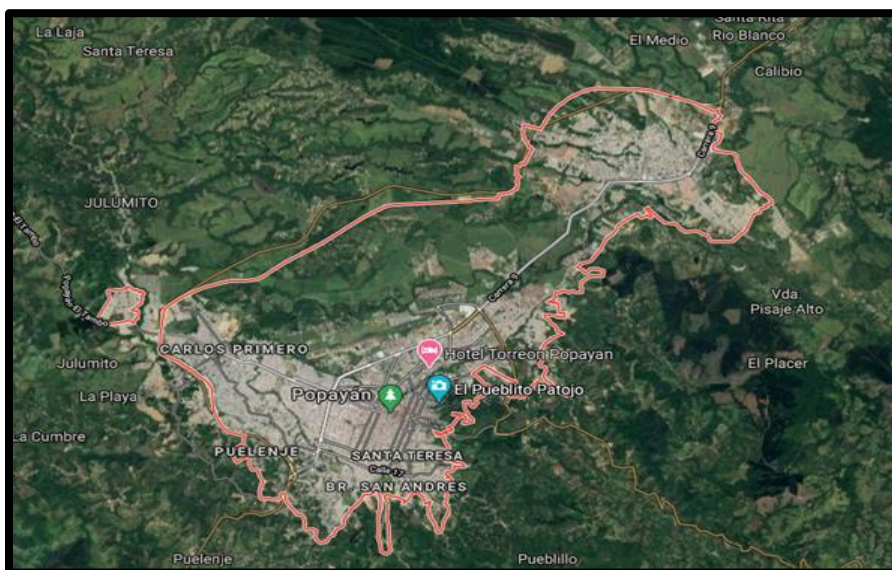
Tiene como finalidad comprender todo lo relacionado con el funcionamiento y la operatividad del plan de negocio, en este se podrá visualizar la posibilidad de prestar el servicio de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios, su respectiva determinación del tamaño de proyecto, localización, infraestructura y demás complementos que se requieren para poder llevar a cabo la prestación del servicio.

### **9.1. Localización**

Para llevar a cabo la determinación sobre la elección de la localización es necesario tener en cuenta diferentes factores, tales como: la ubicación, concentración de la población objetivo, localización de materiales e insumos, vías de comunicación, transporte, mano de obra, entre otros complementos que ayuden a la implementación de la idea de negocio.

#### ***9.1.1. Macro localización***

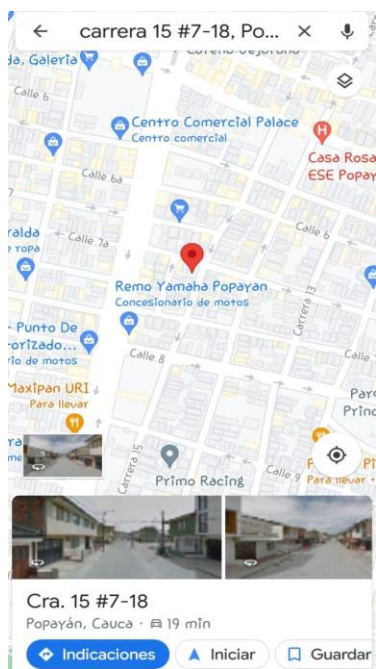
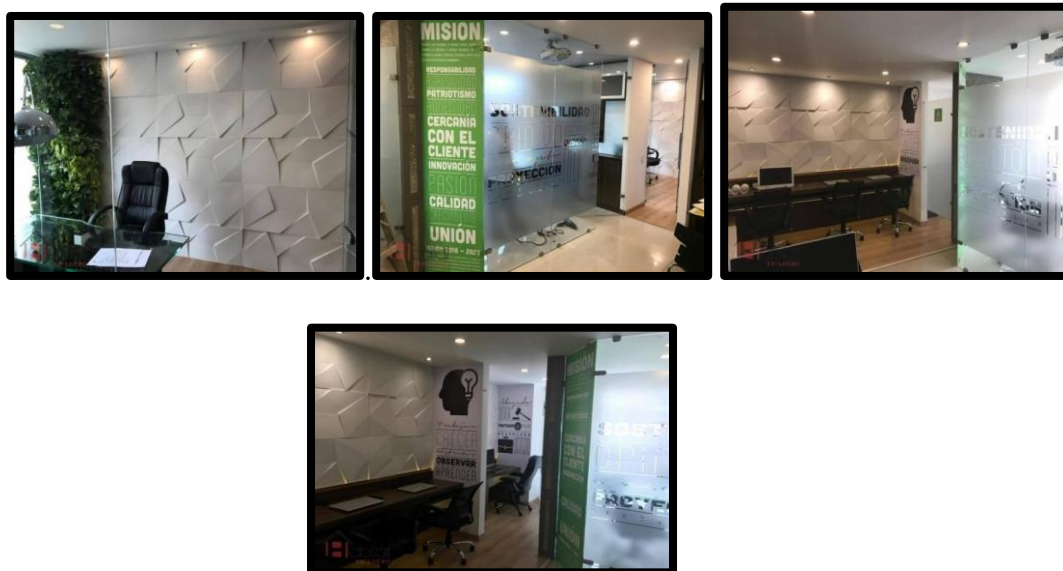
Se determinó que la ciudad de Popayán, ubicada en el departamento del Cauca para la creación del centro de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos “VADAO”, debido a que es un lugar que representa gran variedad de ventajas competitivas. Siendo una ciudad que en efecto recibe gran cantidad de estudiantes foráneos a lo largo del año y a su vez es un municipio que cuenta con una gran tasa de oferta de arrendamiento de bienes raíces quien por consiguiente facilitará el proceso del servicio.

**Figura 20.***Geo Ubicación Espacial Del Municipio De Popayán*

*Fuente:* Google Maps (2021)

### **9.1.2. Micro localización**

Para la determinación de la ubicación del centro de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos “VADAO”, se tuvieron en cuenta diferentes aspectos y se analizaron varias localidades de la ciudad. Eligiendo las oficinas ubicadas en la dirección carrera 15 #7-18 del Barrio Valencia de la ciudad de Popayán, capital del departamento del Cauca, puesto que dicha ubicación es aledaña al centro histórico de la ciudad. Además, siendo un punto estratégico para las diferentes universidades que se encuentran en la ciudad, que a su vez sirve para la atracción de nuevos clientes. Dichas oficinas cuentan con un área de 52m<sup>2</sup>, está catalogado como estrato 4, y su precio está valorado en \$170.000.000 de pesos colombianos, generando un precio de arrendamiento de \$1.500.000 pesos colombianos mensuales.

**Figura 21.***Micro localización**Fuente:* Google Maps (2021)**Figura 22.***Prototipo de oficinas**Fuente:* Hábitat Inmuebles (2021)

## **9.2.Ingeniería del proyecto**

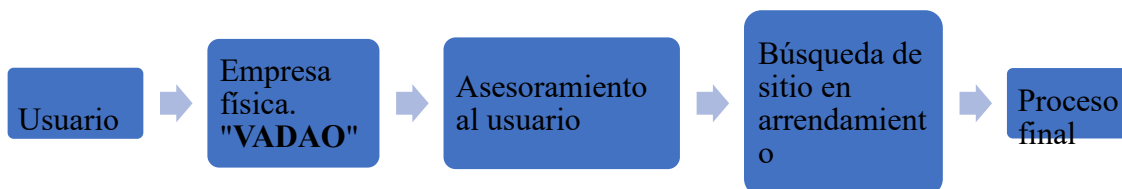
El objetivo principal del estudio de ingeniería es determinar y realizar un análisis del manejo y funcionamiento de la planta respectiva para el funcionamiento de la empresa, además de determinar el uso óptimo de los espacios, equipos personales y recursos generales de la empresa.

### ***9.2.1. Proceso de prestación de servicio***

Para el proceso de prestación de servicio de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos, se habilitará de dos maneras, vía física para las personas que se encuentren en la ciudad y cuenten con la facilidad de transportarse hasta el establecimiento con el que contará la empresa, dicho proceso se realizará de la siguiente manera: Ingresar al establecimiento físico, donde se encontrará con la recepcionista quien se encargará de brindar una pequeña descripción del servicio a ofrecer, seguidamente si el cliente desea continuar con un asesoramiento se le brindara de manera gratuita en una de las oficinas, en donde cabe destacar que se cuenta con un asesor dispuesto a aclarar cada una de las preguntas que el usuario tenga, por consiguiente en caso de que el usuario desee adquirir el servicio, se desplazara a realizar los debidos procesos de inscripción y toma de datos del usuario, para que próximamente se ponga en marcha el servicio de búsqueda de un sitio de alojamiento que esté a disposición de arrendamiento y que además se ajuste a las necesidades de dicho usuario, después de todo el proceso de búsqueda se comunicara con el usuario y se le hará una exposición de los diferentes sitios que están a disposición, después de la elección se realizan los procesos de papeleo y su respectivo pago acorde a la elección del usuario.

**Figura 23.**

*Proceso de prestación del servicio en establecimiento físico*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

Por otra parte, el servicio también se ofertará por vía electrónica, se basa en el ingreso a la plataforma, en donde encontrará toda la información referente sobre el servicio a ofrecer, seguidamente si el usuario desea solicitar el servicio, deberá hacer un registro previo para solicitar un asesor en caso de dudas, naturalmente, si desea continuar con el desarrollo de búsqueda, se efectuará el proceso de asesoramiento vía digital en el que dará continuidad para finalizar todo el desarrollo de registro, búsqueda y elección de un sitio que supla las necesidades y requerimientos de arrendamiento para dicho usuario, luego de todo el proceso, se dará paso a realizar la transacción monetaria para que directamente quede pago el servicio, y se dé por finalizado todo el proceso del servicio ofrecido.

**Figura 24.**

*Proceso de prestación de servicio en establecimiento físico*



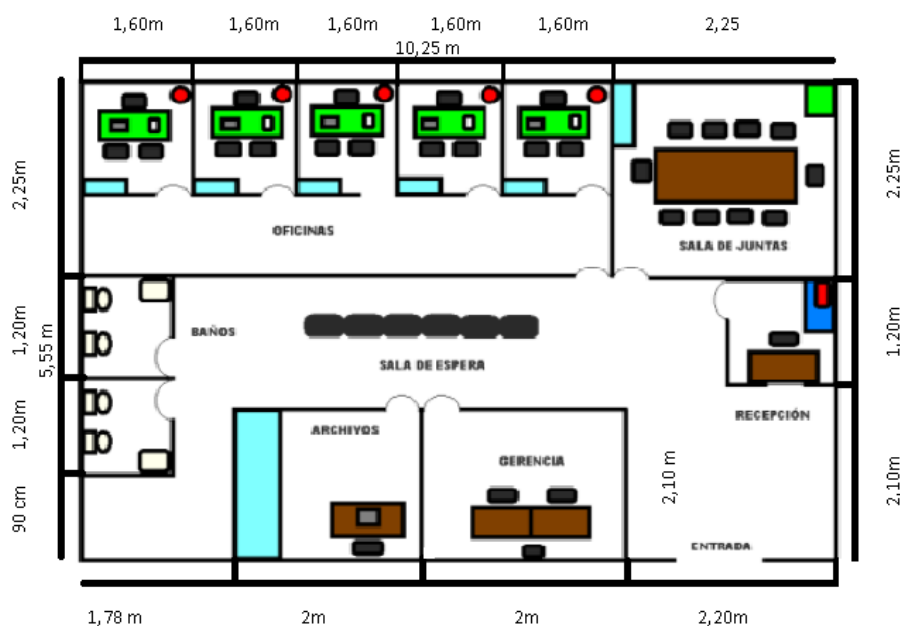
*Fuente:* Elaboración propia (2021)

### 9.2.2. Distribución de planta de servicios

Para la creación del servicio de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos se debe tener en cuenta las instalaciones, dichas instalaciones deben ir de acuerdo a todas las necesidades y demás elementos que requieran la realización del proyecto, a continuación, se muestra el gráfico de la planta de servicios:

**Figura 25.**

*Prototipo de planta de servicios*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

### 9.2.3. Descripción detallada de planta de servicios

La planta a nivel general contará con unas medidas de 5,55m de largo y 10,25 m de ancho, se dividirán de la siguiente manera:

**Oficinas:** Se contará con 5 oficinas, con una dimensión de 1,60m<sup>2</sup> cada una, equipada con un escritorio, una silla para empleados, siete sillas para los posibles clientes, cinco computadores, uno para cada oficina, tres impresoras, un archivero, un bote de basura, una

calculadora, teléfono fijo, agendas, portalápices, caja lápiz, clips, ganchos, calendario, caja de resaltadores, borradores, una cosedora, perforadora y saca ganchos, carpetas o folders, dichos implementos ayudarán a prestar un óptimo servicio y atención al público.

**Sala de juntas:** Esta se encuentra ubicada al costado derecho de las oficinas, con una dimensión de 2,25m<sup>2</sup>, está equipada con una mesa de 1,50 x 0,75m, con doce sillas, un tablero tipo acrílico/o pizarra, con medidas de 120x80cm y finalmente un televisor de 42 pulgadas.

**Recepción:** Contará con medidas de 1,20m<sup>2</sup>, esta cuenta con un escritorio, una silla de oficina, un computador, una impresora, un archivero, un bote de basura, teléfono fijo, agendas, porta lapiceros, clips en caja, ganchos para grapadora, calendario, borradores, cosedora, perforadora, saca ganchos, carpetas o folders, quienes ayudan a prestar un óptimo servicio. La recepcionista es la encargada de dar la bienvenida, prestar un excelente servicio de atención y guiar a los posibles clientes a dar inicio a su proceso de asesoramiento, brindar solución de cualquier tipo de duda o conflicto que se le pueda presentar al cliente, frente a la recepción una pequeña sala de espera que cuenta con seis sillas, una pequeña mesa con entretenimiento y un dispensador de agua disponible para todos.

**Gerencia:** Este se encuentra al lado izquierdo de la entrada y cuenta con una dimensión de 2m<sup>2</sup>, equipada cuenta con un escritorio, una silla, un computador, una impresora, un archivero, un bote de basura, calculadora, teléfono fijo, agendas, porta lapiceros, clips en caja, ganchos de grapadora, calendario, rotuladores, borradores, cosedora, perforadora, saca ganchos, carpetas o folders, gel Antibacterial, y demás, contribuyendo a prestar un óptimo servicio y atención al público.

**Baños:** Dos baños, cuentan con una medida de 1,20m<sup>2</sup> equipados con dos sanitarios, con cabinas de separación, un lavamanos, un espejo, un secador de manos, papel higiénico, tres canecas de basura, dispensador de jabón líquido, toallas de papel para manos.

### Ámbito y tamaño del proyecto

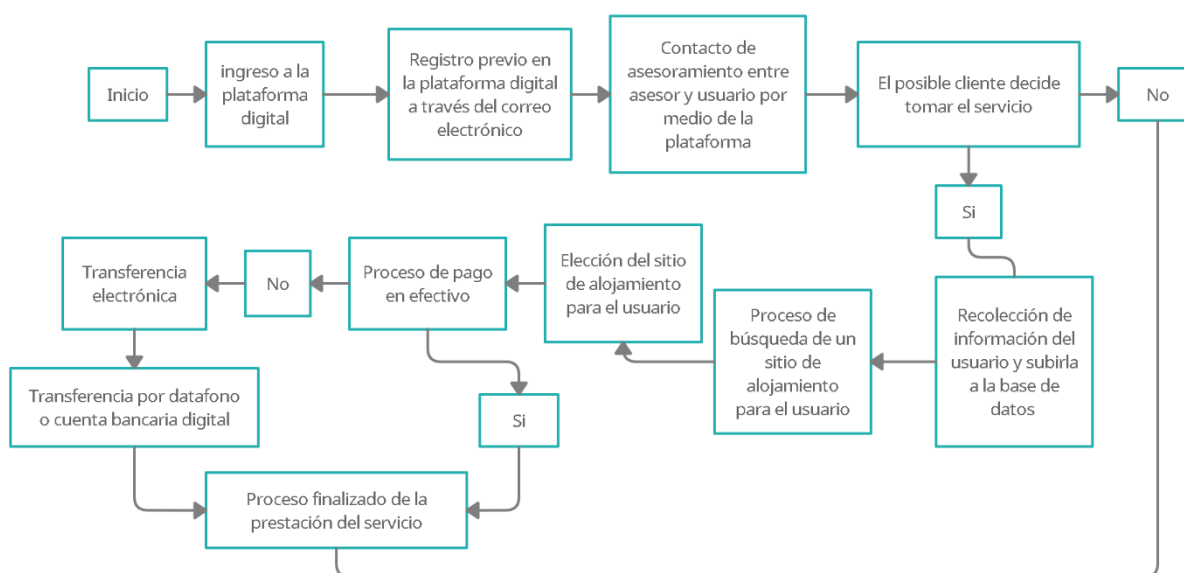
Este plan de negocios en dimensión y tamaño prestará su servicio principalmente a la comunidad estudiantil universitaria foránea, seguidamente de la subcontratación y pautas publicitarias a los propietarios de sus bienes inmuebles quienes estarán en la capacidad de atender entre 9 y 13 personas diarias en días semanales, teniendo la facultad de brindar los servicios ofertados a 313 personas por mes.

#### 9.2.4. Diagramas y planes funcionales

- Diagrama de contacto de cliente vía digital

Figura 26.

*Diagrama de contacto de cliente vía digital*

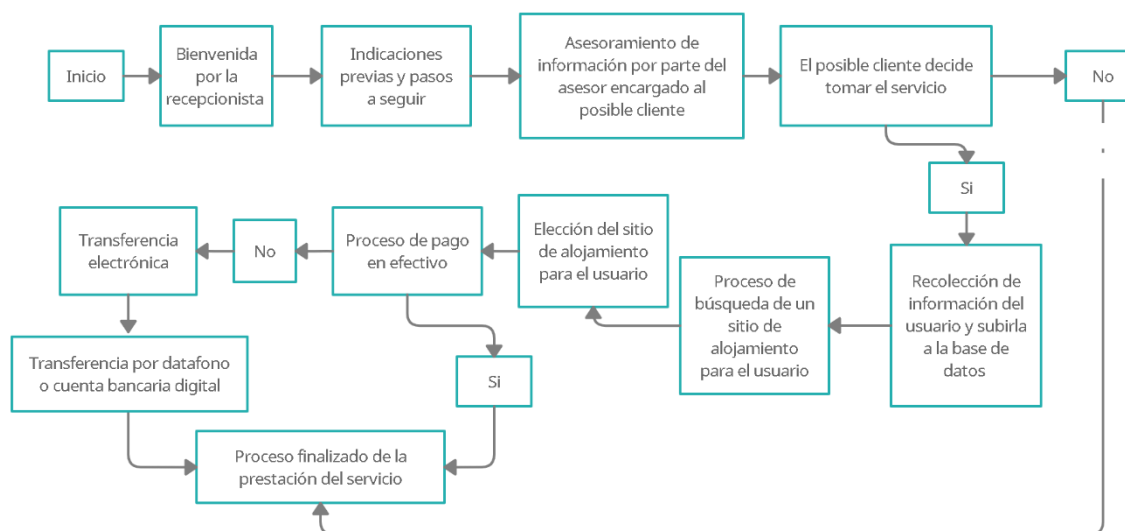


Fuente: Elaboración propia (2021)

- **Diagrama de contacto presencial**

**Figura 27.**

*Diagrama de contacto presencial*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

### 9.3. Tecnología

Para el desarrollo de este plan de negocios se deberá incurrir al uso de:

- Computadores de escritorio todo en uno marca HP, de alto rendimiento y capacidad.

Teléfonos fijos de oficina.

- Impresoras multifunciones con sus respectivos cartuchos de tinta.
- Televisor pantalla plana de 42 pulgadas LG, full HD.

### 9.4. Maquinaria y equipos

Para la determinación de la maquinaria y equipo necesarios para llevar a cabo las actividades de la planta de servicios de la empresa de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos, se basó en el detallado análisis del proceso de la prestación del servicio establecido.

En este aspecto, es de gran relevancia señalar que la adquisición totalmente nueva de la maquinaria y equipos se realizarán en establecimientos de cadena local del país, y se realizarán en el primer año con la iniciación del proyecto.

Los precios de las maquinarias, equipos y bienes inmuebles, se establecieron según la muestra del análisis financiero (Anexo 2) del plan de negocio, basándose en los requerimientos que se necesitan para el funcionamiento adecuado de la planta y la oferta del servicio, dichos precios y presupuestos se obtuvieron de anuncios publicados en almacenes de cadena local vía internet.

### **9.5.Materia prima e insumos**

Para la realización de este proyecto no se utilizara ningún tipo de materia prima, por el contrario se basa en la prestación de un servicio al público siendo los intermediarios entre estudiantes foráneos y los propietarios del bien inmueble, se encarga de ofrecer de manera fácil y sencilla en el que por un lado, se brinda a los estudiantes un espacio cómodo para vivir durante su periodo académico, de igual importancia a los propietarios en cuanto a el alquiler de su bien inmueble, ambas partes de manera confiable y segura.

## 9.6. Personal técnico requerido

**Tabla 16.**

*Personal requerido, gerente*

<b>Gerente</b>	
<b>Jefe directo:</b>	Asamblea directiva.
<b>Personal a cargo:</b>	Personal de la empresa.
<b>Idiomas:</b>	Inglés avanzado.
<b>Educación académica:</b>	Profesional universitario en administración de empresas o administración financiera.
<b>Experiencia en años:</b>	2 años mínimo.
<b>Objetivo del cargo</b>	
Ser el responsable de las operaciones, incluyendo las finanzas, liquidez, estimados financieros, mercadeo y enlace con gobiernos y clientes. Planeación estratégica. Responsabilidad general por la calidad y en todas las operaciones de su área de influencia.	
<b>Competencias</b>	
Visión futurista de negocios.	Dirección estratégica.
Orientación a resultados positivos.	Capacidad de planificación.
Proactividad.	Capacidad de negociación.
Comunicación.	Capacidad de liderazgo.
Toma de decisiones.	Trabajo en equipo y cooperación.
Adaptación al cambio.	Orientación de servicio al cliente.

*Fuente:* Ramírez, 2017

**Tabla 17.** *Secretaria y recepcionista*

<b>Secretaria y recepcionista</b>	
<b>Jefe directo:</b>	Gerente.
<b>Personal a cargo:</b>	No cuenta con personal a su cargo.
<b>Idiomas:</b>	Inglés intermedio.
<b>Educación académica:</b>	-Técnico en asistencia administrativa y manejo de sistemas actualizados. -Técnico en secretariado y archivo.
<b>Experiencia en años:</b>	1 año.
<b>Objetivo del cargo</b>	
Brindar atención al personal interno y externo con respecto a requerimientos con un excelente manejo del lenguaje y relaciones interpersonales, contar con la capacidad adecuada en la toma de decisiones y toma de órdenes de sus superiores, tener el control de la recepción y correspondencia, a su vez brindar apoyo en actividades administrativas, que posteriormente se verán reflejadas en la consecución de los objetivos de la empresa.	
<b>Competencias</b>	

<p>Aprendizaje continuo. Adaptación y aplicación flexible de nuevas tecnologías. Capacidad de brindar solución a problemáticas. Conocimiento de archivo, mecanografía y taquigrafía. Manejo de sistemas de gestión documental y sistemas informáticos. Manejo de aplicaciones de Microsoft Office. Manejo de léxico empresarial.</p>	<p>Capacidad de trabajo en equipo. Manejo de relaciones interpersonales. Brindar excelente atención al cliente y a los internos de la empresa. Actitud positiva, frente a cualquier situación que se presente. Disciplina y compromiso con la empresa y su respectiva labor. Conocimiento de manejo de una central telefónica.</p>
--	--

*Fuente:* Ramírez, 2017

**Tabla 18.**

*Ingeniero en sistemas.*

<b>Ingeniero en sistemas</b>	
<b>Jefe directo:</b>	Gerente.
<b>Personal a cargo:</b>	No cuenta con personal a su cargo.
<b>Idiomas:</b>	Inglés avanzado.
<b>Educación académica:</b>	Ingeniería en sistemas.
<b>Experiencia en años:</b>	1 año.
<b>Objetivo del cargo</b>	
Llevar a cabo procesos tecnológicos, como la revisión y actualización de la plataforma digital, creación de la publicidad de la empresa.	
<b>Competencias</b>	
<p>Conocimiento avanzado de software y hardware. Manejo de sistemas operativos (Windows, Linux, Macintosh, entre otros). Conocimiento en conexión de redes y servidores</p>	<p>Manejo de lenguaje técnico. Aplicación de marketing digital. Conocimiento en redes sociales y publicidad.</p>

*Fuente:* Ramírez, 2017

**Tabla 19.***Asesor comercial*

<b>Asesor comercial</b>	
<b>Jefe directo:</b>	Gerente.
<b>Personal a cargo:</b>	No cuenta con personal a su cargo.
<b>Idiomas:</b>	Inglés avanzado.
<b>Educación académica:</b>	Título de administración de empresas, mercadeo, financiera o publicidad.
<b>Experiencia en años:</b>	2 años.
<b>Objetivo del cargo</b>	
Administración y manejo de punto de venta logrando metas establecidas en el presupuesto de ventas de la empresa, manteniendo de forma activa las relaciones con el cliente, logrando una fidelización permanente del mismo.	
<b>Competencias</b>	
<p>Conocer acertadamente el servicio a ofertar por la empresa.</p> <p>Resolver cualquier inquietud que el usuario pueda tener respecto al servicio.</p> <p>Asesorar de manera real y objetiva a los usuarios y sus necesidades.</p> <p>Orientar, ayudar y manejar al grupo de asesores.</p> <p>Buen uso de léxico y relaciones interpersonales.</p>	<p>Diligenciar y reportar al gerente las oportunidades de mejoramiento expresadas por el cliente.</p> <p>Cumplir con las metas establecidas para el presupuesto.</p> <p>Confirmar que el usuario, recibió adecuadamente su servicio.</p> <p>Mantener la búsqueda constante de nuevos clientes y mercados.</p>

*Fuente:* Ramírez, 2017

**Tabla 20.***Asesor financiero*

<b>Asesor financiero</b>	
<b>Jefe directo:</b>	Gerente.
<b>Personal a cargo:</b>	No cuenta con personal a su cargo
<b>Idiomas:</b>	Español- inglés avanzado
<b>Educación académica:</b>	Título en administración de empresas, contaduría, tecnólogo en mercadeo o gestión financiera.
<b>Experiencia en años:</b>	2 años.
<b>Objetivo del cargo</b>	

Encargado de la asesoría y necesidades financieras de los clientes, definiendo los riesgos y las oportunidades para limitar sus pérdidas, teniendo en cuenta la edad, su patrimonio disponible, su situación profesional y familiar, velando de manera principal por los intereses del cliente.	
<b>Competencias</b>	
Realizar un plan financiero acorde a las necesidades del cliente. Dirigir las finanzas, facilitando la buena administración de éstas. Predecir los diferentes escenarios económicos.	Implantar objetivos y metas económicas. Dar solución a problemas de tipo financiero. Contar con una actitud positiva, especialmente en los momentos de estrés y presión.

Fuente: Ramírez, 2017

**Tabla 21.**

*Servicios Varios*

<b>Servicios varios</b>	
<b>Jefe directo:</b>	Gerente.
<b>Personal a cargo:</b>	No cuenta con personal a su cargo.
<b>Idiomas:</b>	Español
<b>Educación académica:</b>	Título en bachiller académico
<b>Experiencia en años:</b>	0 años.
<b>Objetivo del cargo</b>	
Realizar labores de limpieza de las diferentes dependencias (oficinas, baños) y la distribución en horas determinadas del servicio de tinto, agua aromática, entre otros, al personal de la empresa.	
<b>Competencias</b>	
Mantener las oficinas aseadas, antes de dar inicio las actividades laborales y durante su tiempo de servicio. Mantener los baños y lavamanos en óptimas condiciones de limpieza. Conservar la buena presentación y orden en las respectivas áreas de la empresa.	Mantener la respectiva clasificación de basuras y reciclaje. Prestar de manera eficiente el servicio de cafetería para los funcionarios de la empresa en su área de trabajo.

Fuente: Ramírez, 2017

### **9.7.Edificios, estructuras y obras de ingeniería civil**

Para el tema del establecimiento de este proyecto, no se contará con una edificación, estructura u obra propia. Se manejará el alquiler de un lugar que en puntos anteriores se estableció y dio a conocer la ubicación específica, en donde se instalará y prestara el servicio distribuido como anteriormente se propuso, satisfaciendo las necesidades de los clientes.

## **10. Estudio Organizacional – Legal**

El estudio organizacional se basa en el objetivo que establece la estructura de la organización, está realizada para brindar un adecuado funcionamiento de la empresa repartida por diferentes departamentos, encargados de realizar las diferentes actividades en su respectiva labor. Así mismo el estudio legal se enfatiza en estipular las leyes y normas que se deben cumplir para el correcto funcionamiento de la empresa.

### **10.1. Estructura organizacional**

#### ***10.1.1. Misión***

Es una empresa de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos que ofrece el servicio de una búsqueda de un sitio adecuado y de calidad, basado en las necesidades y requerimientos que tiene cada persona que desea adquirir el servicio. Dicho proceso se realiza bajo un equipo de trabajo calificado con valores de integridad, responsabilidad y honestidad, como una propuesta de valor diferente, con el fin de contribuir de buena manera al desarrollo de la comunidad laboral, para que así los clientes obtengan una experiencia única y de calidad como se lo merecen.

#### ***10.1.2. Visión***

Para el año 2025 se aspira a ser una empresa representativa tanto para el mercado, como para los clientes, principalmente por brindar un servicio de calidad en el área de búsqueda de alojamiento para universitarios foráneos, caracterizándose por la organización planificada, las políticas empresariales y valores corporativos. Donde a su vez, buscamos crecer como empresa a nivel nacional con diferentes sucursales en diferentes lugares de Colombia.

### *10.1.3. Valores corporativos*

- **Respeto:** Reconocer, apreciar y valorar a las personas, el trabajo que desempeñan dentro y fuera de la organización; al mismo tiempo que damos prioridad a los derechos de cada individuo. El respeto es uno de los valores que más se caracterizará en la empresa, siendo este es el pilar fundamental para cualquier tipo de actividad en conjunto.

- **Compromiso:** Direccional el esfuerzo de cada uno de los integrantes de la empresa y los grupos de relación, en donde se obtenga un trato equitativo, basado en el respeto por la diversidad y las oportunidades de desarrollo, reflejándose en el cumplimiento de las actividades.

- **Confianza:** Trabajar para que los clientes se sientan conformes y seguros, que se demuestre que se está cumpliendo la visión y la misión de la empresa, además de tener la certeza de lograr alcanzar las metas y objetivos propuestos.

- **Honestidad:** Este valor es primordial en las personas y más en una organización, ser honestos y respetuosos con los procesos y acuerdos establecidos, para así lograr generar un ambiente de confianza, seguridad y franqueza tanto con los integrantes de la empresa como los clientes.

- **Excelencia:** Brindar la mejor calidad y excelencia en los servicios ofrecidos, de igual manera cumplir de manera efectiva y eficiente, garantizando así la satisfacción de los clientes.

- **Mejoramiento continuo:** Trabajar permanentemente pensando en el futuro, en la mejoría de una mayor eficiencia, productividad y creación de valor para los clientes.

- **Orientación al cliente:** Conocer las necesidades de los clientes, usuarios, para satisfacerlos adecuadamente, y tener habilidad para desarrollar y actuar respecto a las necesidades de los clientes y del entorno.

#### ***10.1.4. Política empresarial***

- Ofertar un servicio de calidad y seguro, para que así los clientes obtengan una experiencia amena y satisfecha, con el objetivo de ser recomendados para otras personas que estén en búsqueda de un sitio de alojamiento.
- los clientes son el pilar fundamental para el funcionamiento de la empresa y para la satisfacción de necesidades.
- Garantizar en su máxima oportunidad la calidad de la oferta del servicio.
- Brindar un trato agradable y respetuoso entre el equipo de trabajo y los clientes diferentemente de cualquier suceso que se presente.
- Todo el personal de la empresa debe contar con un comportamiento ético, íntegro y profesional en todas las labores empresariales.
- Que los procesos de oferta del servicio se realicen de manera seguras eficiente y eficaz.
- Contar con un personal calificado con motivación constante para la ejecución de las actividades empresariales.
- Llevar un proceso de higiene y desinfección en todas las áreas de la empresa, que a su vez cuente con todas las medidas de seguridad necesarias para el cuidado de los empleados y clientes.

## 10.2. Matriz DOFA

**Tabla 22.**

*Matriz DOFA*

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>No se cuenta con un capital base para la implementación de la empresa en el mercado.</p> <p>No se cuenta con una planta de servicios propia para el funcionamiento de la empresa.</p> <p>Poca experiencia en el mercado al que va dirigido el servicio.</p>	<p>Las personas no están interesadas en un nuevo método de búsqueda de alojamiento.</p> <p>Personas que arriendan sus bienes raíces por su propia cuenta.</p> <p>Las personas no están dispuestas a usar un intermediario en su proceso de arrendamiento.</p> <p>Entrada de nuevos competidores de servicios similares.</p>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p>No hay competencia directa.</p> <p>Buena relación personal y laboral entre los trabajadores.</p> <p>Personal capacitado en las diferentes áreas de la empresa.</p> <p>Uso de publicidad por medio de redes sociales, vallas publicitarias, volantes y tarjetas de presentación.</p> <p>Acceso a información del servicio por medio de la plataforma digital.</p> <p>Facilidad en métodos de pago.</p> <p>Adecuaciones a las necesidades del cliente.</p>	<p>Crecimiento de mercado.</p> <p>Alianzas estratégicas con personas o empresas, dispuestas a realizar convenios.</p> <p>Adquirir conocimientos de nuevas metodologías para mejorar en calidad de los mismos.</p> <p>Desarrollo tecnológico e innovación del servicio por medio de una plataforma digital.</p> <p>Crecimiento del comercio electrónico.</p>

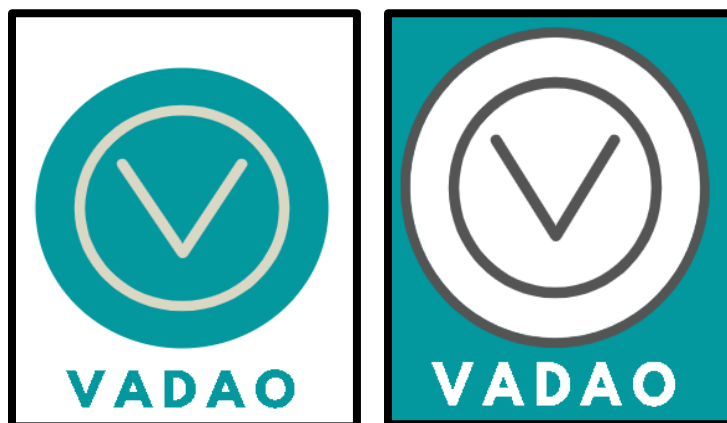
*Fuente:* Elaboración propia (2021)

### 10.3. Logotipos y slogan

- Logotipos

**Figura 28.**

*Logotipos*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

- Slogan

**Figura 29.**

*Slogan*



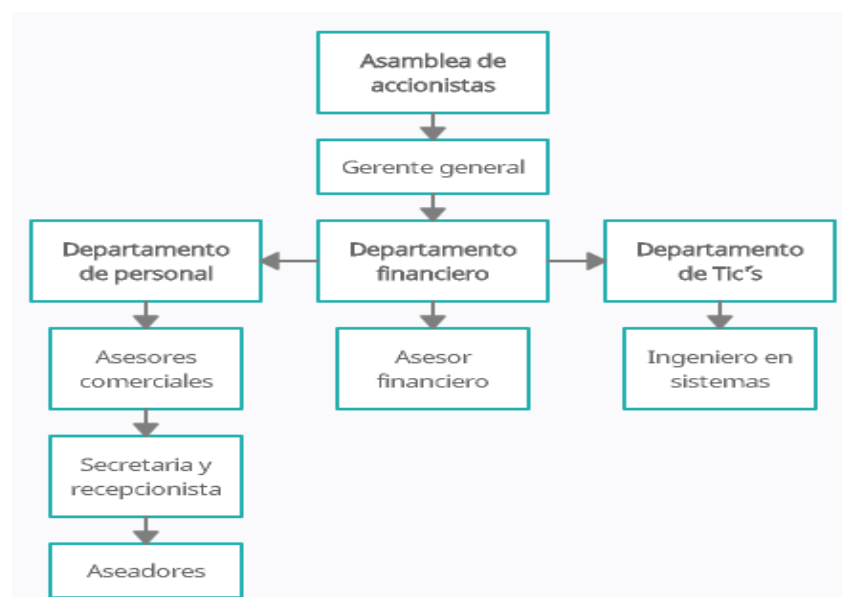


*Fuente:* Elaboración propia (2021)

#### 10.4. Organigrama

**Figura 30.**

*Organigrama*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

## **10.5. Descripción de cargos**

### **1. Junta directiva**

#### **A. Perfil.**

- Habilidades: las principales habilidades que debe tener toda la junta directiva es saber tomar las diferentes decisiones para con la empresa, saber encontrar la mejor solución a los diferentes problemas que se presentan, tener buena relación con todo el equipo de trabajo, saber aceptar los diferentes cambios, teniendo confianza en ellos mismos, siempre liderando por buen camino a la compañía.

#### **B. Funciones.**

- Discutir los cambios principales de la estrategia y la dirección de la compañía, y otros asuntos.
- justificación por parte del gerente sobre el presupuesto operativo, inversiones de capital, adquisiciones, ventas y demás.
- Apoyar activamente al gerente siempre que su ejecutoria sea satisfactoria
- Participar activamente de la elección o reelección de directores.
- Decidir políticas sobre compensación a la administración superior, lo mismo que revisar las recomendaciones del gerente para otros colaboradores.
- Formular las políticas relacionadas con asuntos éticos y de responsabilidad pública y asegurarse de su cumplimiento.
- Analizar informes sobre la ejecutoria, señalar áreas de preocupación y sugerir acciones para mejorar.
- Asegurarse que la información financiera entregada sea correcta y los controles internos satisfactorios.

## **2. Gerente**

### **A. Perfil.**

- **Habilidades:** Debe contar con un liderazgo representativo, una planeación y organización, relaciones interpersonales, comunicación, toma de decisiones y responsabilidad.

### **B. Funciones:**

- Proponer a la Junta de Socios las estrategias que permitan alcanzar los objetivos de la empresa.
- Dirigir la gestión administrativa de la empresa, propendiendo por el cumplimiento de la misión y los objetivos.
- Coordinar y decidir la participación de la empresa en proyectos de inversión que contribuyan al cumplimiento de su misión institucional.
- Dirigir campañas de divulgación destinadas a promover y dar a conocer los servicios que ofrece la empresa.
- Estudiar y aprobar el presupuesto anual de la compañía.
- Autorizar los términos de negociación con los proveedores.
- Aumentar la rentabilidad de la empresa.
- Tomar acciones correctivas y preventivas al interior del proceso.
- Otras funciones inherentes a su cargo.

### **3. Secretaria y recepcionista:**

#### **A. Perfil.**

- Habilidades: Habilidad de trabajar bajo presión, relaciones interpersonales, comunicación, responsabilidad, saber priorizar y planificar.

#### **B. Funciones:**

- Cumplir con la misión, visión, los principios y valores organizaciones de la empresa.
- Contribuir a las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en la empresa.  
Atender amablemente al cliente e informar en lo que desee.
- Entregar la publicidad de la empresa al cliente que lo requiera.
- Responder por todos los activos que tiene a su disposición.
- Cumplir con las demás funciones que le sean asignadas por el gerente y que tengan relación con la naturaleza de su cargo.
- Manejo de la caja menor de la empresa.

### **4. Ingeniero en sistemas:**

#### **A. Perfil.**

- Habilidades: Formular propuestas para la solución a problemas mediante el uso de tecnologías, además de contar con habilidades de diseño y uso correcto de plataformas digitales enfocadas para el ámbito empresarial.

#### **B. Funciones:**

- Poseer amplios conocimientos en el área de la ingeniería informática.
- Poseer habilidades de comunicación interpersonal, dado que para este cargo es probable deba trabajar con una gran variedad de personas.

- Habilidad de trabajar tanto de manera individual, como en equipo.
- Conocimientos en el área de marketing digital y uso de redes sociales.
- Capacidad de generar ideas innovadoras para el desarrollo de una buena publicidad.

## **5. Asesor financiero**

### **A. Perfil.**

- Habilidades: Debe contar con una buena organización, disciplina y compromiso frente a su labor, tener un buen desarrollo y conocimiento actualizado del sector a trabajar, contar con buenas habilidades comunicativas, transmitiendo la información de forma sencilla y organizada.

### **B. Funciones:**

- Preparar diferentes planes financieros de acuerdo a las necesidades del cliente.
- Ejecutar las finanzas de manera eficiente, generando una buena administración de éstas.
- Predecir los posibles cambios de escenarios económicos.
- Resolver problemas de tipo financiero por parte del cliente y de la empresa.
- Estimar todas las oportunidades y riesgos potenciales del cliente.
- Instaurar varios tipos de objetivos y metas económicas para la empresa y el cliente.

## **6. Servicios varios**

### **A. Perfil.**

- Habilidades: las principales habilidades que debe tener el personal de servicios varios es demostrar una buena relación con sus demás compañeros de trabajo, ser agradable, abundar en buenos modales, conservar la organización, y pulcritud de la empresa en todo momento.

**B. Funciones:**

- Limpieza de suelos, muebles y cristales, esto se basa en barrer, trapear, quitar el polvo, lustrar ventanas y vidrios, entre otros.
- Seleccionar, separar y vaciar los respectivos residuos en sus recipientes correspondientes.
- Mantener la constante reposición de materiales, como papel higiénico, servilletas, toallas de manos, jabón líquido, aromatizante, entre otros.
- Realizar la limpieza respectiva diaria a cada uno de los espacios del baño y lavamanos.

**7. Asesor comercial****A. Perfil.**

- Habilidades: Debe contar con buena organización, paciencia, siendo cordial, respetuoso, sosteniendo una excelente comunicación con el cliente, siendo proactivo, transmitiendo de forma clara y sencilla la información requerida del servicio, logrando obtener empatía, confianza y seguridad con el cliente de manera profesional y responsable.

**B. Funciones:**

- Conocer a fondo el servicio que presta la empresa para así brindar una mejor asesoría, de manera eficiente y eficaz.
- Mantener un papel activo frente a las necesidades de los clientes, para así encontrar la mejor solución para él, siempre estando un paso adelante.
- Mantener una búsqueda constante de nuevos clientes en el mercado.
- Proponer de manera real y objetiva las mejores opciones para sus clientes.

- Ofrecer un excelente servicio post venta.
- Cumplir con todas las metas asignadas.

## 10.6. Gastos administrativos

**Tabla 23.**

*Gastos administrativos*

<b>GASTO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
Arrendamiento	\$1.500.000
Acueducto	\$80.000
Energía	\$200.000
Legales	\$398.500
Papelería	\$124.000
Fotocopias	\$20.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.322.500</b>

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

## 10.7. Constitución de empresa y aspectos legales

### 10.7.1. Marco legal

La cultura del Emprendimiento busca incentivar el espíritu emprendedor de los estudiantes brindando herramientas para que este logre innovar, desarrollar ideas nuevas que logren ayudar y generar la prestación de un bien y servicio para las personas.

Formando así una competencia empresarial todo esto amparado bajo la Ley 1014 de 2006 en su Art. 2. “**OBJETIVOS DE LA LEY**” es:

1. Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país que propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley”.

2. Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas”.
3. Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas”.
4. Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo.
5. Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento;
6. Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas.
7. Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo.

8. Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clúster productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo.
9. Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial.
10. Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

- **Acto de constitución de una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S)**

Las Sociedades por Acciones Simplificadas (S.A.S), son un modelo de negocio legal realizado para la constitución de personas jurídicas, tuvo origen en la Ley 1258 del 05 de diciembre del 2008. Dicho modelo se basa en la constitución de empresas en Colombia, que a su vez cuenta con aspectos y procesos importantes que se observan a continuación.

**Tabla 24.**

*Constitución de una S.A.S*

<b>Denominación</b>	Las S.A.S deben tener un nombre único que las distinga de otros entes económicos; su nombre debe ir acompañado de las palabras “Sociedad por Acciones Simplificada” o de las letras “S.A.S.” (Numeral 2º del artículo 5º de la Ley 1258 de 2008).
<b>Constitución.</b>	Las S.A.S. se constituyen por medio de un documento privado debidamente autenticado, sin embargo, en los casos en que los aportes de los socios requieran de escritura pública para poder ser transferidos, la constitución de la compañía también deberá realizarse por medio de escritura pública. (artículo 5º de la Ley 1258 de 2008).
<b>Accionistas.</b>	El mínimo de personas naturales o jurídicas exigido para conformar una S.A.S es de uno y el tope máximo es ilimitado. (Artículo 1 de la Ley 1258 de 2008).
<b>Responsabilidad.</b>	Las personas naturales o jurídicas que constituyan una S.A.S son responsables solamente hasta el monto de sus respectivos aportes; puesto que según el artículo 2 de la Ley 1258 de 2008 las S.A.S

	constituirán una persona jurídica independiente y diferente de la personería de sus accionistas; esto pasará cuando la sociedad esté debidamente inscrita en el Registro Mercantil (Artículo 1 de la Ley 1258 de 2008).
<b>Acciones.</b>	Las acciones y demás títulos valores que emita una S.A.S. no pueden ser negociadas en bolsas de valores ni tampoco inscritas en el Registro Nacional de Valores y Emisores (artículo 4° de la Ley 1258)
<b>Decisiones.</b>	<p>Cada accionista tiene derecho a tantos votos como acciones.</p> <p>Se tendrá quórum cuando haya presencia de por lo menos la mitad más una de las acciones suscritas (en los estatutos se puede pactar un quórum inferior).</p> <p>Las decisiones se aprobarán con el voto favorable de los accionistas que representen como mínimo la mitad más uno de acciones presentes (la mayoría decisoria puede ser diferente en los casos en los que se haya indicado en los estatutos).</p> <p>En lo concerniente a la elección de juntas directivas o de otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto (artículo 22 y 23 de la Ley 1258 de 2008).</p>
<b>Revisoría fiscal.</b>	Gracias a lo indicado en el artículo 28 de la Ley 1258 de 2008, la S.A.S no va a requerir tener revisor fiscal en todos los casos. Dicha obligación nacerá en situaciones específicas previamente estipuladas por la Ley, como la indicada en parágrafo 2 del artículo 13 de la ley 43 de 1990, que exige nombrar revisor fiscal cuando las sociedades comerciales superen cierto nivel de activos o ingresos brutos.
<b>Causales de disolución y liquidación.</b>	<p>Una S.A.S se verá obligada disolverse y liquidarse cuando:</p> <p>Finalice el término de duración previsto en los estatutos (esta causal puede evitarse si antes de la fecha de expiración, se hubiera registrado una prórroga ante la Cámara de Comercio correspondiente).</p> <p>Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.</p> <p>Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.</p> <p>Por las causales previstas en los estatutos.</p> <p>Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.</p>

---

Por orden de autoridad competente.

Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

---

*Fuente:* Revista Actualícese, 2014

- **Requisitos para la constitución de una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S)**

Según el registro de la constitución de una sociedad por acciones simplificadas SAS, por la cámara de comercio del Cauca (2016), se deberá tener en cuenta para la constitución de la empresa de servicios de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos se debe contar con los siguientes requisitos que se describirán a continuación.

1. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas (ciudad o municipio).
2. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por Acciones Simplificada”, o de las letras SAS.
3. El domicilio principal de la sociedad y de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
4. El término de duración, si este no fuere indefinido, si no se expresa nada en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
5. Un enunciado claro y completo de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si no se expresa nada en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
6. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase de acciones representativas del capital (se deberá expresar si las acciones suscriptas son ordinarias, privilegiadas, con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual u otras, en todos los casos indicando los derechos que estas confieren), número, su valor nominal y la forma y términos en que estas deberán pagarse.

Adicionalmente, se deberá indicar el capital suscrito por cada uno de los accionistas (Artículo 624 del Estatuto Tributario).

**I.** La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, debe designarse al menos un representante legal.

**II.** El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la cámara de comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.

Si se constituye por acta, no requiere esta autenticación previa

Para formalizar su empresa en Colombia, solo necesita preparar adecuadamente los documentos y seguir los siguientes pasos:

### **1. Consultar nombre de la empresa en el RUES**

Consultar en el Registro Único Empresarial y Social – RUES, para verificar que no exista otra empresa con el nombre que desean registrar. Solo hay que ingresar a [www.rues.org.co](http://www.rues.org.co) y escribir la razón social.

### **2. Preparar la papelería**

Los documentos necesarios para la constitución son:

- Documento privado de constitución o escritura pública.
- PRE-RUT.
- Fotocopia de la cédula del representante legal.
- Formulario único empresarial.

El Documento Privado o Escritura Pública de constitución, son los estatutos de la compañía donde se define la estructura de la organización.

El PRE-RUT es un formulario que se diligencia en la página web de la DIAN, seleccionando la opción Inscripción del RUT, y luego Cámara de Comercio.

El formulario único empresarial se adquiere en la cámara de comercio del domicilio donde va a constituir la sociedad, se debe diligenciar con todos los datos de la empresa.

### **3. Inscripción en la cámara de comercio del domicilio de la sociedad**

Luego debe ir a la cámara de comercio con toda la documentación y realizar el registro. Las sociedades que se constituyan se deben matricular en la Cámara de Comercio con jurisdicción en el lugar acordado como domicilio social y el acto de creación se debe inscribir en el Registro mercantil correspondiente.

### **4. Tramitar el RUT definitivo**

Ahora es necesario ir a la DIAN para diligenciar el RUT definitivo. Para esto necesitará: la cédula del representante legal con su respectiva copia y la versión previa del registro mercantil.

### **5. Tramitar el registro mercantil definitivo.**

Con el RUT podrá terminar el registro en la cámara de comercio y así, actualizar el NIT de la sociedad. Este proceso es ágil, por lo que, al completarlo, ya podrá solicitar la respectiva copia de su matrícula mercantil.

### **6. Crear cuenta bancaria**

Con la documentación debe ir a la entidad financiera de su preferencia para crear una cuenta a nombre de la empresa. Dependiendo de las políticas del banco, deberá presentar diferentes documentos, pero por regla general, serán el balance inicial, copia de la cédula de ciudadanía del Representante legal, RUT, Certificado de Existencia y Representación Legal de la Cámara de Comercio, así que es mejor adelantarse y tener todo listo.

Le entregarán una carta dirigida a la DIAN, donde certifican y detallan la existencia de la cuenta.

## **7. Resolución de facturación y firma digital**

Para solicitar la resolución de facturación se necesita diligenciar un formulario que puede ser descargado en la página de la DIAN, llevar la cédula del representante legal (original y copia), y el registro mercantil definitivo.

Se recomienda solicitar de una vez la “firma digital” y así dejar todo listo.

Con una buena planificación y contando con la documentación necesaria, se podrá realizar el trámite muy rápido.

*Fuente: Celis Y Morado Abogados.*

## 11. Estudio financiero

Es el proceso para analizar y comprender la rentabilidad sea positiva o negativa sobre la creación de empresa mediante un análisis de información financiera. Para el desarrollo de este punto es necesario contar con información tanto del estudio de mercado como el técnico, brindar información sobre el mercado donde estará proyectada la empresa, además de todos los requerimientos necesarios para la puesta en marcha de la empresa.

### 11.1. Inversiones en el proyecto

**Tabla 25.**

*Inversión en el proyecto*

<b>INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO</b>	
<b>INVERSIÓN FIJA</b>	<b>\$ 18.741.000</b>
EDIFICACIONES	-
TERRENOS	-
MAQUINARIA Y EQUIPO	-
EQUIPO DE OFICINA	\$9.580.000
EQUIPO DE CÓMPUTO	\$9.161.000
EQUIPO DE TRANSPORTE	-
OTROS	-
<b>GASTOS PREOPERATIVOS</b>	<b>\$ 6.291.000</b>
Estudio de factibilidad	\$ 1.500.000
Gastos de Constitución	\$ 1.700.000
Licencias y Permisos	\$ 300.000
Gastos Inauguración	\$ 450.000
Adecuaciones e Instalaciones	\$ 1.000.000
Publicidad inicial	\$ 260.000
Software Contable	\$ 600.000
Diseño de Pagina Web	\$ 500.000
Entrenamiento de Personal	
Imprevistos	\$ 481.000
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 12.005.977</b>

<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$ 37.037.977</b>
<b>FINANCIACIÓN</b>	<b>\$ 25.000.000</b>
<b>INVERSIÓN NETA</b>	<b>\$ 12.037.977</b>

*Fuente:* Simulador de análisis financiero Excel (2021)

### ***11.1.1. Inversiones fijas***

En la inversión fija del proyecto según la información de la tabla 23, se puede observar que en los equipos de oficina la empresa deberá invertir un valor total de \$9.580.000, además del equipo de cómputo se invertirá \$9.161.000. La suma de estos dos valores nos da como resultado de inversión fija un total neto de \$18.741.000.

### ***11.1.2. Capital de trabajo***

El capital de trabajo que se obtiene para este proyecto según los resultados de la tabla 23, es de \$12.005.977, obteniendo una total inversión de por el valor de \$37.037.977 pesos, financiada de la siguiente manera: El 67% se realizará a través de un crédito de libre inversión por medio de Bancolombia, contará con un valor de \$25.000.000 de pesos. Y el otro 33% será el aporte económico equivalente a \$12.037.977, que repartido en partes iguales entre los dos socios el valor del aporte unitario sería de \$6.018.988 pesos.

### ***11.1.3. Gastos preoperativos***

Según la información que brinda la tabla 23. En cuanto a gastos preoperativos, se encuentra la inversión de un estudio de factibilidad por un valor de \$1.500.000, los gastos de constitución por un valor de \$1.700.000 pesos, licencias y permisos por un valor de \$300.000 pesos, gastos de inauguración por un valor de \$450.000 pesos, se realizarán adecuaciones e instalaciones al local de servicios por un valor de \$1.000.000 de pesos, se invertirá en publicidad inicial por un valor de \$260.000 pesos para llevar a cabo un eficiente uso de información contable de la empresa se invertirá en un software contable por un valor de \$600.000 pesos y

para disposición del portal web de la empresa se invirtieron \$500.000 pesos. Finalmente, unos gastos imprevistos por el valor de \$481.000 pesos.

## 11.2. Nominas

### 11.2.1. Nomina administrativa

**Tabla 26.**

*Nomina administrativa*

NOMINA ADMINISTRATIVA								
CARGO	Cant	SALARIO	AUX TRANSPORTE	TOTAL, MENSUAL	APORTES SEG SOCIAL	PREST SOCIALES	TOTAL/MES	TOTAL AÑO
Gerente	11	\$1.600.000	\$102.854	\$1.702.854	\$488.000	\$371.563	\$2.562.417	\$30.749.001
Secretaria y Recepcionista	11	\$908.500	\$102.854	\$1.011.354	\$277.093	\$220.677	\$1.509.124	\$18.109.487
Ing. sistemas	11	\$1.500.000	\$102.851	\$1.602.854	\$457.000	\$349.743	\$2.410.097	\$28.921.161
<b>TOTAL.....</b>				<b>\$4.317.062</b>	<b>\$1.222.593</b>	<b>\$941.983</b>	<b>\$6.481.637</b>	<b>\$77.779.649</b>

*Fuente:* Simulador de análisis financiero Excel (2021)

La nómina administrativa está conformada por el gerente, a quien se le pagara un salario mensual por un valor de \$ 1.600.000, más auxilio de transporte por un valor de \$102.854, más los respectivos aportes sociales con un valor de \$ 488.000 y prestaciones sociales por un valor de \$ 371.563, para un salario mensual de \$ 2.562.417, que al año serian \$ 30.749.001.

Además, se contará con una secretaria/recepcionista a quien se le pagara un salario mínimo vigente mensual de \$ 908.500 más auxilio de transporte por un valor de \$102.854, más los respectivos aportes sociales con un valor de \$ 277.093 y prestaciones sociales por un valor de \$ 220.677, para un salario mensual de \$ 1.509.124, que al año serian \$ 18.109.487.

También se contará con un ingeniero en sistemas, se pagara un salario mensual con un valor de \$ 1.500.000 más auxilio de transporte por un valor de \$102.854 pesos, más los respectivos aportes sociales con un valor de \$ 457.500 y prestaciones sociales por un valor de \$349.743 pesos, para un salario mensual de \$ 2.410.097 que al año serian \$ 28.921.161 pesos.

Se incurre en un gasto anual en nómina administrativa por un valor de \$77.779.649 pesos.

### 11.2.2. Nómina de personal de ventas

**Tabla 27.**

*Nómina de personal de ventas*

<b>NOMINA DE PERSONAL DE VENTAS</b>								
<b>CARGO</b>	<b>Cant</b>	<b>SALARIO</b>	<b>AUX TRANSPORTE</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>APORTES SEG SOCIAL</b>	<b>PREST SOCIALES</b>	<b>TOTAL/MES</b>	<b>TOTAL AÑO</b>
Asesor comercial	11	\$877.803	\$102.854	\$980.657	\$267.730	\$213.979	\$1.462.366	\$17.548.395
Asesor financiero	11	\$877.803	\$102.854	\$980.657	\$267.730	\$213.979	\$1.462.366	\$17.548.395
Servicios varios por medio tiempo.	11	\$602.909	\$102.851	\$705.763	\$183.887	\$153.997	\$1.043.648	\$12.523.773
<b>TOTAL.....</b>				<b>\$2.667.077</b>	<b>\$719.347</b>	<b>\$581.956</b>	<b>\$3.968.380</b>	<b>\$47.620.563</b>

*Fuente:* Simulador de análisis financiero Excel (2021)

La nómina del personal de ventas está conformada por un asesor comercial, a quien se le pagara un salario mensual por un valor de \$ 877.803 más auxilio de transporte por un valor de \$102.854, más los respectivos aportes sociales con un valor de \$ 267.730 y prestaciones sociales por un valor de \$ 213.979, para un salario mensual de \$ 1.462.366, que al año serian \$17.548.395.

También se contará con un asesor financiero, se le pagara un salario mensual por un valor de \$ 877.803 más auxilio de transporte por un valor de \$102.854, además de los respectivos aportes sociales con un valor de \$ 267.730 y prestaciones sociales por un valor de \$ 213.979, para un salario mensual de \$ 1.462.366, que al año serian \$ 17.548.395.

Y para finalizar se contará con una persona encargada para servicios varios, se le pagara un salario mensual por un valor de \$ 602.909 más auxilio de transporte por un valor de \$102.854 pesos, más los respectivos aportes sociales con un valor de \$ 183.887 y prestaciones sociales por

un valor de \$ 153.997, para un salario mensual de \$ 1.043.648, que al año serían \$ 12.523.773 pesos.

Se incurre en un gasto anual en nómina de personal de ventas por un valor de \$47.620.563 pesos.

### 11.2.3. Total, nomina anual

**Tabla 28.**

*Total, nomina anual*

TOTAL, NOMINAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>NOMINA</b>					
<b>ADMINISTRACION</b>	\$77.779.649	\$81.668.632	\$85.752.063	\$90.039.666	\$94.541.650
<b>NOMINA VENTAS</b>	\$32.004.924	\$50.001.591	\$52.501.671	\$55.126.755	\$57.883.092
<b>TOTAL, NOMINAS</b>	\$125.400.212	\$131.670.223	\$138.253.734	\$145.166.421	\$152.424.742

*Fuente:* Simulador de análisis financiero Excel (2021)

En cuanto a la totalidad de las nóminas de las empresas para el año 1 se realizará una inversión en pago de nóminas por un valor de \$125.400.212, seguido del año 2 por un valor de \$131.670.223, para el año 3 \$138.253.734, para el año 4 de \$145.166.421 y para finalizar con el año 5 un valor de \$152.424.742 pesos.

### 11.3. Costos de operación y de financiación

#### 11.3.1. Costo de ventas

**Tabla 29.**

*Costo de ventas*

COSTOS DEL SERVICIO				
NOMBRE DEL SERVICIO	CANTIDAD SERVICIOS	COSTO POR SERVICIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Búsqueda de alojamiento	300	\$ 18.000	\$ 5.400.000	\$ 64.800.000
Subcontratación	90	\$ 8.000	\$ 720.000	\$ 8.640.000
Pautas publicitarias redes sociales	200	\$ 4.000	\$ 800.000	\$ 9.600.000
<b>Total</b>			<b>\$ 6.920.000</b>	<b>\$ 83.040.000</b>

*Fuente:* Simulador de análisis financiero Excel (2021)

En este recuadro se logra observar los costos para la presentación de servicios para el servicio de búsqueda de alojamiento tendría un costo unitario de \$18.000, se estima que se prestará el servicio 300 veces, correspondiendo a un costo mensual de \$5.400.000 pesos, y por consiguiente a la empresa le corresponderá un costo anual de \$64.800.000.

Para el servicio de subcontratación tendría un costo de \$8.000, se estima la cantidad de 90 servicios prestados con un costo mensual de \$720.000 y por consiguiente le corresponderá a la empresa un costo anual de \$8.640.000.

Respecto a las pautas publicitarias que se harán por medio de redes sociales como “Facebook e Instagram” tienen un costo de servicio de \$4.000 diarios, que representará un costo para la empresa al mes de \$800.000 y anualmente tendría un costo de \$9.600.000.

Como resultados totales por la prestación de los 3 servicios mensuales se obtendría un costo a pagar por parte de la empresa de \$6.920.000 y un costo anual de \$83.040.000. Cabe resaltar que dichos costos pueden variar dependiendo de la cantidad de servicios prestados durante el mes.

### 11.3.2. Gastos operativos

**Tabla 30.**

#### *Gastos operativos*

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	
NOMINA	\$77.779.649	\$81.668.632	\$85.752.063	\$90.039.666	\$94.541.650	
HONORARIOS	-	-	-	-	-	
ARRENDAMIENTO	\$1.500.000	\$18.000.000	\$18.720.000	\$19.468.800	\$20.247.552	\$21.057.454
CUOTA DE ADMINISTRACIÓN	-	-	-	-	-	-
SEGUROS	-	-	-	-	-	-
ACUEDUCTO	\$80.000	\$960.000	\$998.400	\$1.038.336	\$1.079.869	\$1.123.064
ENERGÍA	\$200.000	\$2.400.000	\$2.496.000	\$2.595.840	\$2.699.674	\$2.807.661
<b>LEGALES</b>	<b>\$398.500</b>	\$4.782.000	\$4.973.280	\$5.172.211	\$5.379.100	\$5.594.264

MANTENIMIENTO	-	-	-	-	-	-
PAPELERÍA	\$124.000	\$1.488.000	\$1.547.520	\$1.609.421	\$1.673.798	\$1.740.750
FOTOCOPIAS	\$20.000	\$240.000	\$249.600	\$259.584	\$269.967	\$280.766
DEPRECIACIÓN	\$3.748.200	\$3.748.200	\$3.748.200	\$3.748.200	\$3.748.200	\$3.748.200
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$31.618.200</b>	<b>\$32.733.000</b>	<b>\$33.892.392</b>	<b>\$35.098.160</b>	<b>\$36.352.158</b>	
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACION</b>	<b>\$109.397.849</b>	<b>\$114.401.632</b>	<b>\$119.644.455</b>	<b>\$125.137.826</b>	<b>\$130.893.808</b>	

*Fuente: Simulador de análisis financiero Excel (2021)*

Por un lado, la empresa contará con unos gastos anuales que se ven reflejados en la tabla anterior. Para el ejercicio se tuvo en cuenta la frecuencia anual de la nómina de la empresa junto con sus respectivas prestaciones sociales para cada uno de los empleados.

Por otro lado, se incluyó el valor del arrendamiento de un local estrato 4 por un precio de \$1.500.000 al ser una empresa de servicios públicos también brinda servicios por vía digital, no requiere de una estructura física grande que conlleve a construir algún tipo de edificaciones. De esta manera la comunicación externa con los clientes se puede realizar tanto de manera presencial como virtual, por la página web o vía telefónica, lo que permite solucionar problemas y a su vez satisfacer las necesidades de los clientes a la distancia basado en la economía colaborativa.

En cuanto a los servicios públicos de acueducto tiene un precio de \$80.000 pesos y de energía por \$200.000 pesos, estos se establecieron tomando como referencia el tipo de establecimiento y el estrato de la zona. Por cuestiones de ejercicio de la empresa, estas cifras pueden variar dependiendo del uso de los recursos. En cuanto a los gastos de papelería se tiene un precio de \$124.000 y en fotocopias \$20.000 pesos. Dichos precios se obtuvieron mensualmente y posteriormente se calcularon los gastos por los siguientes 5 años-

### 11.3.3. Costos de financiación

**Tabla 31.**

*Costos de financiación.*

AMORTIZACION DEL CREDITO						
	CRÉDITO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>SALDO</b>	\$25.000.000	\$21.640.507	\$17.609.116	\$12.771.447	\$6.966.244	-
<b>CUOTA FIJA</b>		\$8.359.493	\$8.359.493	\$8.359.493	\$8.359.493	\$8.359.493
<b>INTERESES</b>		\$5.000.000	\$4.328.101	\$3.521.823	\$2.554.289	\$1.393.249
<b>ABONOS AL CRÉDITO</b>		\$3.359.493	\$4.031.391	\$4.837.669	\$5.805.203	\$6.966.244

Fuente: *Simulador de análisis financiero Excel (2021)*

Para que la empresa pueda iniciar su funcionamiento correctamente y las proyecciones otorguen los resultados esperados al concluir el ejercicio, la empresa VADAO asumirá un préstamo bancario equivalente al 50% del total invertido, es decir, 60 meses (5 años) con una tasa de interés fija basada en un crédito de libre inversión que en este caso será para la realización del proyecto.

### 11.4. Financiación del proyecto

**Figura 31.**

*Financiación del proyecto*

<b>Deuda</b>	\$ 25.000.000
<b>Meses</b>	60
<b>Interes Tasa Fija</b>	1.28
<b>Cuota Fija mensual</b>	\$ 629.482

Fuente: *Simulador de análisis financiero Excel (2021)*

Teniendo en cuenta la inversión necesaria para empezar con el funcionamiento de la empresa, el proyecto será financiado a través de un crédito de libre inversión por medio de

Bancolombia, quien ofrece una tasa de interés fija del 1,28 mes vencido, con una cuota mensual de \$269.482 pesos colombianos.

#### *11.4.1. Activos Totales*

**Tabla 32.**

*Activos totales*

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unit</b>	<b>Costo total</b>
<b>DEPRECIACIÓN</b>			
ESCRITORIOS	5	\$ 350.000	\$ 1.750.000
SILLAS PARA EMPLEADO	5	\$ 230.000	\$1.150.000
SILLAS PARA CLIENTES	7	\$ 140.000	\$ 980.000
ARCHIVEROS	3	\$ 185.000	\$ 555.000
MESA DE JUNTAS	1	\$ 600.000	\$ 600.000
SILLAS DE JUNTAS	6	\$ 230.000	\$1.380.000
TABLERO ACRÍLICO	1	\$ 215.000	\$ 215.000
TELEVISOR LG 42"	2	\$ 1.300.000	\$ 2.600.000
TELÉFONOS PANASONIC	4	\$ 80.000	\$320.000
CALCULADORA KADIO	3	\$ 10.000	\$ 30.000
<b>TOTAL.....</b>			<b>\$ 9.580.000</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>			
<b>DEPRECIACIÓN</b>			
COMPUTADOR DE MESA HP	5	\$ 1.423.000	\$ 7.115.000
IMPRESORA-SCANNER HP	3	\$ 682.000	\$ 2.046.000
<b>TOTAL.....</b>			<b>\$ 9.161.000</b>

*Fuente:* Simulador de análisis financiero Excel (2021)

En el apartado de muebles y enseres se obtiene la suma de \$18.741.000 de pesos, equivalente de la suma de los totales de la tabla de muebles y enseres obteniendo un total neto de \$9.580.000 y el equipo de cómputo por total neto \$9.161.000 de pesos Dicha suma nos arroja la inversión fija que tiene este proyecto.



IMPRESORA- SCANNER HP	3	\$ 682.000	\$ 2.046.000	5	\$409.200	\$409.200	\$409.200	\$409.200	\$409.200	\$409.200
<b>TOTAL.....</b>			<b>\$ 9.161.000</b>		<b>\$1.832.200</b>	<b>\$1.832.200</b>	<b>\$1.832.200</b>	<b>\$1.832.200</b>	<b>\$1.832.200</b>	<b>\$1.832.200</b>
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN.....</b>					<b>\$3.748.200</b>	<b>\$3.748.200</b>	<b>\$3.748.200</b>	<b>\$3.748.200</b>	<b>\$3.748.200</b>	<b>\$3.748.200</b>

*Fuente:* Simulador de análisis financiero Excel (2021)

Según los resultados de la tabla 33 respecto a depreciación de muebles y enseres se obtiene un valor neto de \$1.916.000 anuales, siendo el mismo valor desde el año 1 hasta el año 5, siendo este el rango de tiempo de vida útil de dichas herramientas de trabajo.

Respecto a la depreciación del equipo de cómputo se obtiene un valor de \$1.832.200 anuales obteniendo el mismo valor desde el año 1 hasta el año 5 siendo este el rango de tiempo de vida útil de dichas herramientas de cómputo.

Como resultados netos respecto a las depreciaciones se tiene un valor de \$3.748.200 anuales, dicho valor sale de la suma de la depreciación de muebles enseres y el equipo de cómputo.

### ***11.4.3. Recursos financieros***

**Tabla 34.**

*Balance general*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>					
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
CAJA	\$1.000.000	1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$ 1.000.000
BANCOS	\$76.574.759	114.333.154	\$154.260.833	\$196. 444.086	\$ 240. 967.634

*Fuente:* Simulador de análisis financiero Excel (2021)

De la tabla anterior se logra observar el balance general del dinero que sostiene la empresa, en caja se mantiene una suma estable que no varía para ningún año, caso diferente en bancos, en donde se ve reflejado que para el año uno se cuenta con una suma de \$76.574.759, mientras que para el año 3 ha logrado un incremento con una suma de \$154,260.833, para el año cinco se ha logrado incrementar a un valor de \$240967.634, cabe señalar cómo en efecto se incrementan los recursos, lo que permitirá señalar la aceptación que la empresa tendrá.

#### 11.4.4. Tabla de amortización

**Tabla 35.**

*Tabla de amortización*

<b>AMORTIZACIÓN GASTOS PREOPERATIVOS</b>						
	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>GASTOS PREOPERA TIVOS</b>	\$6.291.000	\$1.258.200	\$1.258.200	\$1.258.200	\$1.258.200	\$1.258.200
<b>AMORTIZACION DEL CREDITO</b>						
	<b>CRÉDITO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
SALDO	\$25.000.000	\$21.640.507	\$17.609.116	\$12.771.447	\$6.966.244	-
CUOTA FIJA		\$8.359.493	\$8.359.493	\$8.359.493	\$8.359.493	\$8.359.493
INTERESES		\$5.000.000	\$4.328.101	\$3.521.823	\$2.554.289	\$1.393.249
ABONOS AL CRÉDITO		\$3.359.493	\$4.031.391	\$4.837.669	\$5.805.203	\$6.966.244

*Fuente:* Simulador de análisis financiero Excel (2021)

Según los resultados de esta tabla, se evidencia los flujos de pago del crédito contraídos de cada año con el banco Bancolombia, estos van disminuyendo con la finalidad de dar por finiquitada la deuda en el periodo establecido de 60 meses, es decir 5 años.

### 11.4. Proyecciones financieras

#### 11.4.1. Estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias

**Tabla 36.**

*Estado de resultados*

<b>ESTADO RESULTADOS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
INGRESOS.....	\$213.000.000	\$223.650.000	\$234.832.500	\$246.574.125	\$258.902.831
COSTO DEL SERVICIO.....	-	-	-	-	-
UTILIDAD BRUTA.....	\$213.000.000	\$223.650.000	\$234.832.500	\$246.574.125	\$258.902.831
GASTOS ADMON	\$109.397.849	\$114.401.632	\$119.644.455	\$125.137.826	\$130.893.808
GASTOS VENTAS	\$50.815.803	\$53.324.641	\$55.957.643	\$58.720.965	\$61.621.071
AMORTIZACIÓN DIFERIDOS	\$1.258.200	\$1.258.200	\$1.258.200	\$1.258.200	\$1.258.200

UTILIDAD OPERACIONAL	\$51.528.148	\$54.665.527	\$57.972.202	\$61.457.134	\$65.129.752
GASTOS NO OPERACIONALES					
GASTOS FINANCIEROS	\$5.000.000	\$4.328.101	\$3.521.823	\$2.554.289	\$1.393.249
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS.....	\$46.528.148	\$50.337.426	\$54.450.379	\$58.902.845	\$63.736.504
IMPUESTO DE RENTA	\$14.423.726	\$15.604.602	\$16.879.617	\$18.259.882	\$19.758.316
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS...	\$31.104.422	\$34.732.824	\$37.570.761	\$40.642.963	\$43.978.187
RESERVA LEGAL	\$3.210.442	\$3.473.282	\$3.757.076	\$4.064.296	\$4.397.819
UTILIDAD NETA.....	\$28.893.980	\$31.259.541	\$33.813.685	\$36.578.666	\$39.580.369

*Fuente:* Simulador de análisis financiero Excel (2021)

Gracias al estado de resultados se logró analizar las utilidades que genera la empresa a través de los años como cabe resaltar en el año uno, la empresa obtendrá ingresos equivalentes a un valor de \$213.000.000, en cuanto a los gastos administrativos obtendrá un valor de \$109.397.849, en el gasto de amortización diferidos a cinco años se obtiene un valor de \$1.258.200, obteniendo como resultado utilidad operacional por un valor de \$51.528.148, en gastos financieros se obtiene un valor de \$5.000.000, también se logra observar que la empresa desde el año uno al logra generar ganancias, debe iniciar con el pago de impuestos de renta obteniendo un valor de \$14.423.726, generando una utilidad después de impuesto por un valor de \$31.104.422, con un valor en reserva legal de \$3.210.422, de los datos anteriores se puede concluir que para el año uno se genera una utilidad neta de \$28.475.226, mientras que en el año tres y cinco se logra observar los cambios y aumentos de forma notable como por ejemplo: Los ingresos en el año tres tienen un valor de \$234.832.500, mientras que en el año cinco se incrementa con un valor de \$258.902.831, se estima que los gastos administrativos aumentaron de tal forma que en el año tres se tendrá un valor de \$119.644.455, para el año cinco tendrán un valor de \$130.893.808, en cuanto a gasto de amortización al ser diferidos se obtiene el mismo valor para los cinco años de \$1.258.200, obteniendo como resultado de utilidad operacional

para el año tres un valor de \$57.972.202, de manera que para el año cinco aumentará con un valor de \$65.129.752, en cuanto a gastos financieros se obtiene un valor para el año tres de \$3.521.823, disminuyendo aún más para el año cinco, obteniendo un valor de \$1.393249, también se logra observar que la empresa en cuanto al pago de impuestos de renta en el año tres aumentan con un valor de \$16.879.617, para el año cinco se incrementa hasta un valor de \$19.758.316, lo que genera una utilidad después de impuesto para el año tres por un valor de \$37.570.761, incrementándose para el año cinco por un valor de \$43.978.187, generando reservas legales para el año tres de \$3.757.076, al igual que para el año cinco se incrementan con un valor de \$4.397.819, con los datos anteriores se puede concluir que para el año tres se genera una utilidad neta de \$33.813.685, así como para el año cinco se siguen incrementando generando un valor de \$39.580.369.

Dado lo anterior, se logra observar de una manera más notable el incremento prolongado en el estado de resultados y los diferentes resultados positivos durante los cinco años que se dieron en proyección para la creación de la empresa “VADAO”.

#### **11.4.2. Flujo de caja del proyecto**

Gracias al estado de resultados elaborado previamente, se desarrolló un flujo de caja de acuerdo a las capacidades del proyecto, reflejado a continuación.

**Tabla 37.**

#### *Flujo de caja*

<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS EFECTIVO.....</b>	<b>\$213.000.000</b>	<b>\$223.650.000</b>	<b>\$234.832.500</b>	<b>\$246.574.125</b>	<b>\$258.902.831</b>
<b>EGRESOS DE EFECTIVO</b>					
COSTOS DEL SERVICIO.....	-	-	-	-	-
PAGOS IMPUESTO IVA	-	-	-	-	-

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$93.123.262	\$97.500.725	\$102.085.913	\$106.888.767	\$111.919.705
GASTOS EN VENTAS	\$45.948.464	\$48.213.935	\$50.591.401	\$53.086.411	\$55.704.790
RETENCIONES Y APORTES DE NÓMINA		\$1.674.210	\$1.757.920	\$1.845.816	\$1.938.107
OBLIGACIONES LABORALES		\$15.719.517	\$16.505.493	\$17.330.768	\$18.197.306
GASTOS FINANCIEROS	\$5.000.000	\$4.328.101	\$3.521.823	\$2.554.289	\$1.393.249
ABONOS AL CRÉDITO	\$3.359.493	\$4.031.391	\$4.837.669	\$5.805.203	\$6.966.244
IMPUESTO DE RENTA		\$14.423.726	\$15.604.602	\$16.879.617	\$18.259.882
<b>TOTAL EGRESOS DE EFECTIVO.....</b>	<b>\$147.431.218</b>	<b>\$185.891.605</b>	<b>\$194.904.822</b>	<b>\$204.390.872</b>	<b>\$214.379.283</b>
<b>SALDO NETO.....</b>	<b>\$65.568.782</b>	<b>\$37.758.395</b>	<b>\$39.927.678</b>	<b>\$42.183.253</b>	<b>\$44.523.549</b>
SALDO INICIAL DE EFECTIVO	\$12.005.977	\$77.574.759	\$115.333.154	\$155.260.833	\$197.444.086
<b>SALDO FINAL DE EFECTIVO.....</b>	<b>\$77.574.759</b>	<b>\$115.333.154</b>	<b>\$155.260.833</b>	<b>\$197.444.086</b>	<b>\$241.967.634</b>

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

Con base en el flujo de caja representado en la tabla anterior y el estado de resultados previamente explicados, se puede representar los balances generales durante los cinco años de proyección. Cabe resaltar que la utilidad obtenida en el año uno obtiene un valor de \$77.574.759 no es la más alta, pero es previamente positiva, mientras que para el año tres se encuentra con una utilidad de \$155.260.833, por consiguiente para el año cinco, se logra generar una utilidad de \$241.967.634, siendo un valor positivo logra dar un siguiente paso positivo para garantizar el logro reflejado que tendría el proyecto.

### **11.4.3. Balance proyectado**

**Tabla 38.**

*Estado de situación financiera*

<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVO</b>					
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
CAJA	\$77.574.759	\$115.333.154	\$155.260.833	\$197.444.086	\$241.967.634
	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000

BANCOS	\$76.574.759	\$114.333.154	\$154.260.833	\$196.444.086	\$240.967.634
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	\$20.025.600	\$15.019.200	\$10.012.800	\$5.006.400	-
<b>PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO</b>	\$14.992.800	\$11.244.600	\$7.496.400	\$3.748.200	-
TERRENOS	-	-	-	-	-
EDIFICACIONES	-	-	-	-	-
MAQUINARIA Y EQUIPO	-	-	-	-	-
EQUIPO DE OFICINA	\$9.580.000	\$9.580.000	\$9.580.000	\$9.580.000	\$9.580.000
EQUIPO DE COMPUTO	\$9.161.000	\$9.161.000	\$9.161.000	\$9.161.000	\$9.161.000
VEHÍCULOS	-	-	-	-	-
OTROS	-	-	-	-	-
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$3.748.200	\$7.496.400	\$11.244.600	\$14.992.800	\$18.741.000
<b>DIFERIDOS</b>	\$5.032.800	\$3.774.600	\$2.516.400	\$1.258.200	-
GASTOS DIFERIDOS	\$6.291.000	\$6.291.000	\$6.291.000	\$6.291.000	\$6.291.000
AMORTIZACIÓN DIFERIDOS	\$1.258.200	\$2.516.400	\$3.774.600	\$5.032.800	\$6.291.000
<b>TOTAL ACTIVO.....</b>	\$97.600.359	\$130.352.354	\$165.273.633	\$200.450.486	\$241.967.634
<b>PASIVO PASIVO CORRIENTE</b>	\$53.923.242	\$51.477.132	\$48.827.648	\$45.361.539	\$40.900.500
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$21.640.507	\$17.609.116	\$12.771.447	\$6.966.244	-
RETENCIONES Y APORTES DE NÓMINA	\$1.674.210	\$1.757.920	\$1.845.816	\$1.938.107	\$2.035.012
OBLIGACIONES LABORALES	\$15.719.517	\$16.505.493	\$17.330.768	\$18.197.306	\$19.107.171
IMPUESTO DE RENTA	\$14.423.726	\$15.107.976	\$16.879.617	\$18.259.882	\$19.758.316
IMPUESTO SOBRE LAS VENTAS POR PAGAR	-	-	-	-	-
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	-	-	-	-	-
OBLIGACIONES FINANCIERAS	-	-	-	-	-
<b>TOTAL DEL PASIVO.....</b>	\$53.457.960	\$51.477.132	\$48.827.648	\$45.361.539	\$40.900.500
<b>PATRIMONIO</b>					

CAPITAL SOCIAL	\$12.037.977	\$12.037.977	\$12.037.977	\$12.037.977	\$12.037.977
RESERVA LEGAL	\$3.210.442	\$6.683.725	\$10.440.801	\$14.505.097	\$18.902.916
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$28.893.980	\$31.259.541	\$33.813.685	\$36.578.666	\$39.580.369
PÉRDIDA DEL EJERCICIO					
UTILIDADES ACUMULADAS		\$28.893.980	\$60.153.521	\$93.967.206	\$130.545.873
PÉRDIDAS ACUMULADAS					
<b>PATRIMONIO.....</b>	\$44.142.399	\$78.875.223	\$116.445.984	\$157.088.947	\$200.067.134
<b>PASIVO MAS PATRIMONIO.....</b>	\$97.600.359	\$130.352.354	\$165.273.633	\$202.450.486	\$241.967.634

*Fuente:* Simulador de análisis financiero Excel (2021)

En el balance general como logramos evidenciar en la tabla anterior, a lo largo de los cinco años establecidos refleja el estado de situación financiera de la empresa en cada uno de ellos, permitiendo saber los diferentes activos que obtiene la empresa, los pasivos, e incluso el patrimonio, garantizando obtener una mejor estabilidad financiera de la empresa en donde sus activos sean iguales a la suma de los pasivos y el patrimonio, generando un mayor rendimiento y control sobre la empresa variando siempre de forma positiva en donde se generen mayores ganancias, logrando amortizar las inversiones iniciales en el menor tiempo posible.

#### **11.4.4. Análisis del punto de equilibrio**

**Tabla 39.**

*Análisis del punto de equilibrio*

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>					
Gastos Fijos	\$165.213.652	\$172.054.374	\$179.123.921	\$186.413.080	\$193.908.128
Costos Variables	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Ventas	\$213.000.000	\$223.650.000	\$234.832.500	\$246.574.125	\$258.902.831
Punto Equilibrio	\$165.213.652	\$172.054.374	\$179.123.921	\$186.413.080	\$193.908.128
Margen de seguridad	22,4%	23,1%	23,7%	24,4%	25,1%

PE: % sobre las ventas proyectadas	77,57%	76,93%	76,28%	75,60%	74,90%
Tiempo en que se alcanza el PE (Meses)	9,31	9,23	9,15	9,07	8,99

*Fuente: Simulador de análisis financiero Excel (2021)*

El punto de equilibrio es el cálculo que permite saber a partir de qué punto una empresa empieza a ser auto sostenible. De acuerdo a este indicador, la empresa “VADAO” para estar en el punto de equilibrio, para el año 1 debe mantenerse en \$165.213.652 donde el margen de seguridad es del 22,4% y el tiempo en el que se alcanza es a mediados del mes 9 del año según, el calendario. Para el año 2 debe mantenerse en \$172.054.374 donde el margen de seguridad es del 23,1% y el tiempo en el que se alcanza es a mediados del mes 9 del año, según el calendario. Para el año 3 debe mantenerse en \$179.123.921 donde el margen de seguridad es del 23,7% y el tiempo en el que se alcanza es en la primera semana del mes 9 según el calendario. Para el año 4 debe mantenerse en \$186.413.080 donde el margen de seguridad es del 24,4% y el tiempo en el que se alcanza es a principios del mes 9 del año según el calendario. Para el año 5 debe mantenerse en \$193.908.128 donde el margen de seguridad es del 25,1% y el tiempo en el que se alcanza es a finales del mes 8 según el calendario.

#### **Tabla 40.**

*Evaluación del análisis de sensibilidad*

<b>EVALUACIÓN DEL ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD</b>		
<b>Flujo caja económico</b>		
<b>TASA DESCUENTO</b>		
<b>VPN</b>	<b>0,47</b>	<b>\$ 10.555.246</b>
<b>TIR</b>		<b>70%</b>
<b>B/C</b>		<b>1,42</b>

*Fuente: Simulador de análisis financiero Excel (2021)*

Para este proyecto el VPN Dio como resultado el 47% es decir que se encuentra por encima de cero, dando un resultado positivo con una utilidad de \$10.555.246, indicando que el

dinero invertido en el proyecto renta a una tasa superior a la tasa de interés de oportunidad, por lo tanto, la idea de negocio es factible desde el punto de vista financiero.

En este caso la TIR tuvo un valor del 70%, esto quiere decir que el proyecto es viable por lo que se obtuvo un buen porcentaje, lo que indica una mayor rentabilidad y una buena aceptación sobre el proyecto de inversión.

De acuerdo a los estudios realizados para este proyecto se generaría una relación de beneficio/costo de 1,42 es decir que por cada peso invertido se está ganando 1,42 centavos. Confirmando nuevamente que el proyecto es rentable, los resultados son positivos al ser mayores a la inversión de este emprendimiento.

## **12. Análisis de impacto económico, social y ambiental**

### **12.1. Impacto económico**

Lo que se estima con la constitución de la empresa en el ámbito económico es la contribución y fortalecimiento económico y financiero de las personas, a través de la generación de empleos, generación de riqueza y relaciones interindustriales, beneficiando tanto a la empresa que se va a constituir, a los empleados contratados por la misma, y al gobierno a través de los ingresos fiscales, que posteriormente según los acuerdos de bienestar social se verán reflejados en la inversión hacia la comunidad, de los diferentes municipios del Cauca.

### **12.2. Impacto social**

La empresa pretende contribuir al desarrollo social de la ciudad de Popayán, al incentivar la generación de nuevas empresas, y consigo nuevos empleos, mejorando la calidad de vida de los empleados de la empresa, donde a su vez se pretenderá mejorar los índices de desempleo de la ciudad, y consigo a la comunidad estudiantil en torno a su estadía durante sus procesos de educación.

### **12.3. Impacto ambiental**

La empresa estará enfocada en sus políticas y principios al cuidado y motivará al cuidado del medio ambiente para contribuir a la disminución y control del mismo, partiendo el compromiso que debe tener el personal de la empresa respecto al buen uso del papel y la separación de residuos adecuadamente.

### 13. Conclusiones

Para la culminación de este estudio de factibilidad para la creación de una empresa de un centro de búsqueda de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos mediante la economía colaborativa en la ciudad de Popayán, Cauca “VADAO” concluimos los siguientes puntos:

- Se concluye que este proyecto “VADAO” es viable, puesto que, a través del desarrollo del estudio, la empresa muestra que se logra la satisfacción de las expectativas técnicas para lograr ser competitivos a la hora de entrar en el mercado.
- Por otro lado, cabe resaltar las diferentes oportunidades que esta empresa forjará, como lo es la generación de empleo en la ciudad de Popayán para los arrendatarios, de igual manera, facilitará la publicidad de sus bienes inmuebles, logrando así que estas viviendas se alquilan de una manera más rápida y estableciendo diferentes ingresos, del mismo modo acapara a todos los estudiantes universitarios foráneos, logrando que estos se sientan a gusto con el servicio ofertado y el de su alojamiento, brindándoles calidad-precio, permitiendo ubicarlos en sus respectivos alojamientos en puntos estratégicos, generando así de forma secundaria más consumo de la gran variedad de bienes y servicios que ofrece la ciudad.
- En el transcurso del desarrollo de este proyecto se logra comprender que para la mayoría de personas este tema les resulta un tanto indiferente, pero que merece mayor grado de importancia debido a que cada vez son más los estudiantes que deben salir de sus ciudades de origen para realizar sus estudios de educación superior. Por esta razón es importante garantizar que aquellos estudiantes logren encontrar un lugar apto que supla sus necesidades, garantice estabilidad y seguridad para su estadía durante el transcurso de sus periodos académicos.

## 14. Recomendaciones

Del mismo modo se plantean las recomendaciones para así lograr obtener un mejor alcance, cumplimiento y funcionamiento de los objetivos de la empresa, para garantizar su aceptación.

- Se recomienda tener estrategias de mercado constantes con el fin de que la empresa logre obtener un buen posicionamiento en este tipo de mercado pese a servicios similares que ofrezcan otras entidades no disminuya su auge y posicionamiento.
- Se recomienda, conservar una constante innovación de *marketing*, con el fin de mantener la atención centrada de los posibles clientes interesados en el servicio, puesto que gracias a esto seríamos elegidos como su mejor opción.
- Se recomienda consolidar capacitaciones constantes en atención al cliente, para los empleados, con el fin de brindar un servicio actualizado y de la mejor calidad para los posibles clientes.
- Se recomienda buscar posibles socios, quienes se encuentren interesados en invertir económicamente a la empresa, de manera que apoye en el crecimiento firme, continuo, y conciso de la empresa, con la expansión de este proyecto, prestando así el servicio en las diferentes ciudades del territorio colombiano.

## Referencias Bibliográficas

Acosta, E., y Martínez, F. (2017). Marketing Digital y su evolución en Colombia.

<https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/11280>

Alburquerque, F. (2018). *Conceptos básicos de economía. En busca de un enfoque ético, social y ambiental*. Orkestra. Alburquerque, F. (2018). *Conceptos básicos de economía. En busca de un enfoque ético, social y ambiental*. Orkestra.

Baca, G. (1995). *Evaluación de Proyectos*. Mc Graw Hill.

[https://www.academia.edu/13450952/Evaluacion\\_de\\_Proyectos\\_6ta\\_ed\\_Gabriel\\_Baca\\_Urbina](https://www.academia.edu/13450952/Evaluacion_de_Proyectos_6ta_ed_Gabriel_Baca_Urbina)

Blasco, J. y Pérez, J. (2007). Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte: ampliando horizontes.

<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12270/1/blasco.pdf>

Cámara de comercio del Cauca. (2016). Registro de la constitución de una sociedad por acciones simplificada SAS.

[https://www.cccauca.org.co/sites/default/files/archivos/registro\\_de\\_la\\_constitucion\\_de\\_una\\_sociedad\\_por\\_acciones\\_simplificada\\_sas\\_curvas.pdf](https://www.cccauca.org.co/sites/default/files/archivos/registro_de_la_constitucion_de_una_sociedad_por_acciones_simplificada_sas_curvas.pdf)

Corporación Universitaria Comfacauca [unicomfacauca], (2019). *Balance social*.

<https://www.unicomfacauca.edu.co/wp-content/uploads/Balance-Social-2019.pdf>

Diccionario de marketing de cultural S.A. (1999). Del libro: Diccionario de Marketing, de

Cultural S.A., Pág. 237. [https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-](https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html#:~:text=Para%20Laura%20Fisher%20y%20Jorge,son%20las%20cantidades%20de%20una)

[oferta.html#:~:text=Para%20Laura%20Fisher%20y%20Jorge,son%20las%20cantidades%20de%20una](https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html#:~:text=Para%20Laura%20Fisher%20y%20Jorge,son%20las%20cantidades%20de%20una)

Diccionario de marketing de cultural S.A. (1999). Del libro: Diccionario de Marketing, de

Cultural S.A. <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercado-definicion-concepto.html#:~:text=Seg%C3%BAn%20el%20Diccionario%20de%20Marketing,o%20deseo%22%20%5B7%5D>.

Google Maps. (2021). Popayán-Cauca. <https://cutt.ly/Jnt4piC>

Hábitats inmuebles. (2021). Oficinas Barrio Valencia.

<https://www.inmhabitat.com/ventas/locales-comerciales/ad/oficina-barrio-valencia,2323.html>

Kloter, P. (1995). “*El Marketing de Servicios Profesionales*”. Barcelona. Paidós Ibérica.

[http://revistas.urp.edu.pe/index.php/Horizonte\\_empresarial/article/view/489/485](http://revistas.urp.edu.pe/index.php/Horizonte_empresarial/article/view/489/485)

Lambing, P. y Kuehl, C. (1998). *Plan de negocios*. Universidad Virtual del Estado de

*Guanajuato*.

<https://docplayer.es/62776389-Que-es-un-plan-de-negocios-de-acuerdo-con-lambing-kuehl-1998-el-plan-de-negocios-debe-contener-lo-siguiente.html>

McCarthy, E. J., y Perreault, W. D. (2000). *Marketing un enfoque global*. McGraw-Hill.

[http://www.sidalc.net/cgi-](http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=SIDINA.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=002392)

[bin/wxis.exe/?IsisScript=SIDINA.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=002392](http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=SIDINA.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=002392)

Miranda, J. (2003). *Gestión de Proyectos, evaluación financiera económica social ambiental*.

MM Editores.

[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/bravo\\_b\\_j/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/bravo_b_j/capitulo2.pdf)

Pulido Uribe, E. (2019). *Desarrollo de un plan de negocio de una empresa que ayuda a estudiantes universitarios a buscar alojamiento en Bogotá, basado en teorías de*

*economía colaborativa, tomando como referencia un modelo de negocio ya existente llamado “Uniplaces”.* (Tesis de pregrado, Universidad Externado de Colombia).

[https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/1808/BAA-spa-2019-Desarrollo\\_de\\_un\\_plan\\_de\\_negocio\\_de\\_una\\_empresa\\_que\\_ayuda\\_a\\_estudiantes\\_universitarios?sequence=1](https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/1808/BAA-spa-2019-Desarrollo_de_un_plan_de_negocio_de_una_empresa_que_ayuda_a_estudiantes_universitarios?sequence=1)

Observatorio de la Universidad Colombiana, (2020). *Presencia de la educación superior en Popayán y el Cauca.* <https://www.universidad.edu.co/presencia-de-la-educacion-superior-en-popayan-y-el-cauca/>

Oficina de Planeación y desarrollo Institucional-SIMCA. (2021). Estadísticas de estudiantes de pregrado por programas. Universidad del Cauca.  
<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMzZiMjk5NGUtZDJiZS00ZTRkLWlzZTMtYmNkZjcwMzg5ODViIiwidCI6Ijk5ZjdiNTVlTjYmUtNDY3Yi04MTQzLTkxOTc4MjkxOGFmYiIsImMiOiR9&pageName=ReportSection>

Ramírez, H. (2017). Perfiles de cargo.  
<https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/3251/MAN-RHSO-01%20Manual%20de%20funciones%20y%20responsabilidades%20-%20Gerente%20General.pdf?sequence=8>

Ramírez Atehortúa & Zwerg-Villegas. (2012). Metodología de la investigación: más que una receta. AD. Minister.  
<https://www.redalyc.org/pdf/3223/322327350004.pdf>

Revista Actualícese. (2014). Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S.  
<https://actualicese.com/sociedad-por-acciones-simplificada-s->

[s/#:~:text=Las%20Sociedades%20por%20Acciones%20Simplificadas,en%20el%20C%C3%B3digo%20de%20Comercio](#)

Sampieri Hernández, Roberto, (2008), Metodología de la investigación, Mc-Graw Hill Education

<https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/15.pdf>

Sánchez Rodríguez, José PLATAFORMAS DE ENSEÑANZA VIRTUAL PARA ENTORNOS

EDUCATIVOS. Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación [en línea]. 2009, (34), 217-

233[fecha de Consulta 26 de mayo de 2021]. ISSN: 1133-8482. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36812036015>

Sistema Nacional de Información de la Educación Superior [SNIES], (2019). *Datos estadísticos anuales de matriculados*.

<https://hecaa.mineducacion.gov.co/consultaspublicas/content/poblacional/index.jsf>

Tamayo y Tamayo, Mario. (2002). *El proceso de la investigación científica*. Editorial Limusa S.A

<http://evirtual.uaslp.mx/ENF/220/Biblioteca/Tamayo%20Tamayo->

[El%20proceso%20de%20la%20investigación%20científica2002.pdf](#)

Unesco, (2004). *Lista de Patrimonio Mundial – Colombia*.

[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Quito/pdf/Listas\\_Patrimoniales\\_Colombia.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Quito/pdf/Listas_Patrimoniales_Colombia.pdf)

Universidad del Cauca. (2021). *Estadística de estudiantes pregrado programas*.

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMzZiMjk5NGUtZDJiZS00ZTRkLWlzZTMtYmNkZjcwMzg5ODViIiwidCI6Ijk5ZjdiNTVlTlJmUtNDY3Yi04MTQzLTkxOTc4MjkxOGFmYiIsImMiOiR9&pageName=ReportSection>

Zambrano, R. (2014). Estudiantes del suroccidente colombiano eligen a Popayán. (La Republica). <https://www.larepublica.co/economia/estudiantes-del-suroccidente-colombiano-eligen-a-popayan-2182631>

## Anexos

### Anexo 1. Formato encuesta

Cordial saludo, somos estudiantes de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, hemos desarrollado esta encuesta con fines académicos para conocer la factibilidad de crear una empresa de servicios de alojamiento para estudiantes universitarios foráneos mediante economía colaborativa en la ciudad Popayán, al desarrollo y finalización de esta encuesta no se necesita ningún dato personal.

- Por favor, debe rellenar el círculo totalmente marcando una sola respuesta.

**1. ¿Es usted estudiante universitario?**

Si \_\_

No\_\_

**2. ¿Usted cuenta con un trabajo estable?**

SI \_\_

No\_\_

**3. ¿Actualmente es estudiante y trabajador?**

Sí \_\_

No\_\_

**4. ¿Responde económicamente por su propia cuenta?**

Sí \_\_

No\_\_

**5. ¿Depende económicamente de sus padres o familiares?**

Sí \_\_

No \_\_

**6. ¿Reside usted en la ciudad de Popayán? \***

Sí \_\_

No\_\_

**7. ¿Cuenta usted con un lugar propio, donde hospedarse, durante su proceso de educación?**

Sí \_\_

No\_\_

**8. ¿Actualmente se encuentra residiendo en un lugar de hospedaje (Habitación, apartamento, casa, Etc.)?**

Sí \_\_

No\_\_

**9. ¿En qué comuna se encuentra su sitio de hospedaje o vivienda?**

1

2

3

4

5

6

7

8

9

Zona rural/Otra

**10. ¿Cómo fue la búsqueda de su sitio de hospedaje?**

Sitio web

Personalmente

**Voz a voz**

**Redes sociales**

**Cuenta con hogar propio**

**11. ¿Su sitio de hospedaje o vivienda satisface todas las necesidades requeridas por usted?**

**Sí \_\_**

**No\_\_**

**12. ¿Está usted de acuerdo con los precios que tiene su sitio de hospedaje?**

**Sí \_\_**

**No\_\_**

**No paga ningún precio por vivienda**

**13. ¿Cuánto está dispuesto usted a pagar por el servicio mensual de hospedaje para un estudiante?**

**Entre \$200.000 y \$300.000**

**Entre \$300.000 y \$400.000**

**Más de \$400.000**

**14. ¿Desearía ver un portal web que le ayudara con la búsqueda adecuada que supla todas las necesidades para el hospedaje universitario?**

**Sí**

**No**

*Fuente:* Elaboración propia (2021)