



**Proyecto Alojamiento Rural Los Sauces.**

**Oscar Avila Moreno**

**Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN**

**Escuela de Ciencias Administrativas**

**Técnica Profesional en Procesos Administrativos**

**Creación de Empresas I**

**Docente. Maritza Arias Hernández**

**Bogotá 2020**

**Contacto: [oscar.avilamo@cun.edu.co](mailto:oscar.avilamo@cun.edu.co)**



### **Compromisos Del Autor**

Yo Oscar Avila Moreno identificado con C.C 79 997 435 de Bogotá estudiante del programa Creación de empresa 1 declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

---

Oscar Avila Moreno  
Estudiante administración de empresas



## Resumen ejecutivo

Dentro del sector turístico en Colombia se encuentra gran variedad de alojamientos y sitios de interés así como paquetes con amplias portafolios de servicios turísticos y destinos a nivel nacional, el proyecto que se tiene planteado busca brindar alojamiento en una zona donde carece de este tipo de servicio aprovechando la buena ubicación y un amplio lugar cerca de vías principales trayendo consigo desarrollo, fuente de empleo para los habitantes del sector, activación de la economía, el desarrollo del proyecto se ejecutara en el departamento de Boyacá, municipio de combita, vereda concepción donde contara con cabañas campestres, salón de eventos y restaurante mirador, su fuente de ingresos se encuentra en el alquiler de alojamientos, venta de platos típicos de la región y alquiler del salón social para distintas clases de eventos.

El equipo que llevara a cabo el proyecto cuenta con la experiencia y las competencias necesarias para ejecutarlo de manera eficaz

El éxito del negocio estará enfocado en prestar u servicio integrado de transporte puerta a puerta un alojamiento rural como plataforma de entrada al departamento desde donde funcionara como punto central para que los turistas se desplacen a los distintos sitios de interés que tiene la región.



## **Introducción**

En el presente documento se dará a conocer el proyecto de negocio alojamiento rural Los sauces.

Este proyecto nace con una visión de crear y ejecutar un negocio viable y rentable no solo para los accionistas sino también como impulsador en la economía y el desarrollo del lugar. En este ambicioso proyecto se pretende aprovechar el lugar de la zona como fuente de desarrollo potencial en el mercado del turismo además de ofrecer un servicio no solo de alojamiento sino también de un gran salón social campestre para todo tipo de eventos y en la parte alta del terreno se aprovechará el espacio para la construcción de un restaurante integrado con mirador. El proyecto va enfocado a ofrecer un lugar de descanso en armonía con la naturaleza del lugar como fuente de descanso dirigido a turistas nacionales y extranjeros ya que según estudios realizados por min comercio la demanda de turistas ha venido incrementando con relación a los años anteriores.

La metodología utilizada en el desarrollo de la investigación se llevo a cabo con una serie de pasos los cuales se fueron planteando identificando una problemática, dando una propuesta de valor al servicio que se pretende ofrecer también se desarrolló un estudio de mercado, la segmentación, el diseño de la propuesta de valor, el diseño del producto, el prototipo del negocio, la validación de la idea, recopilación de datos por medio de encuestas, la tabulación y análisis de los resultados.



## Objetivos

### *Objetivo General.*

Diseñar un plan de negocio con una serie de herramientas para estudiar la viabilidad de desarrollar un alojamiento rural en el municipio de Combita, Boyacá, que va dirigido a todo tipo de público en los que buscan un lugar de descanso e interacción con la naturaleza y visitas a lugares de interés en el departamento.

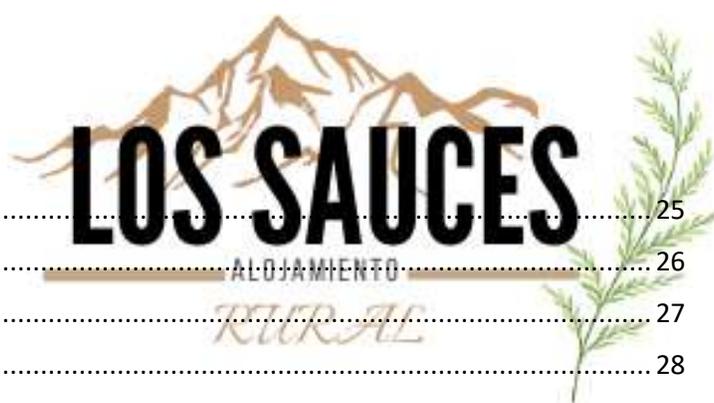
### *Objetivos Específicos*

- Analizar el estudio de mercado para ver la factibilidad del negocio y el análisis de la competencia.
- Crear nuevas estrategias de mercado para atraer clientes potenciales.
- Desarrollar una infraestructura con el confort y elegancia sin perder el principio de cuidado y preservación del medio ambiente.
- Determinar la inversión del proyecto y el estudio financiero en el que se determinara la viabilidad del mismo.

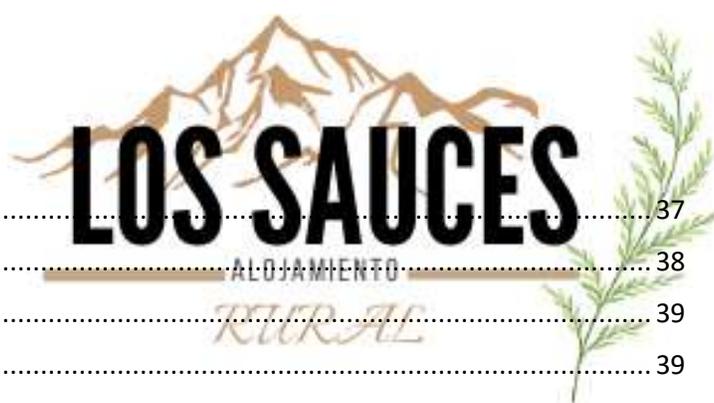


## Tabla de contenido

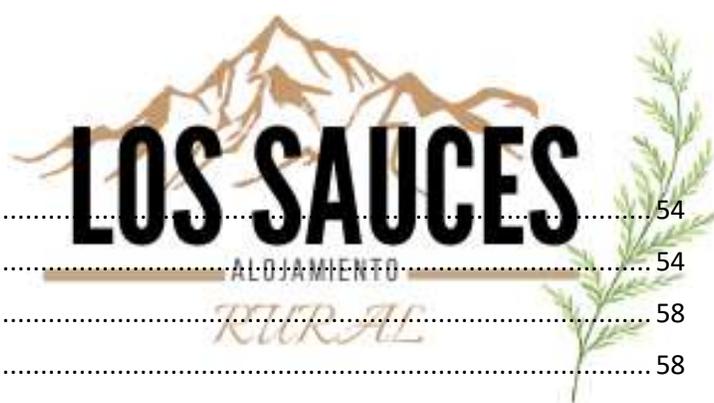
Resumen ejecutivo .....	3
Introducción .....	4
Objetivos .....	5
Objetivo General.....	5
Objetivos Específicos .....	5
Índice de Tablas.....	10
Índice de figuras .....	11
Claves Para el Éxito.....	13
Análisis del Entorno y Contexto de la Idea de Negocio. ....	14
Falta de hotelería en la zona. ....	15
Lugar de Descanso para los Ciudadinos. ....	15
Falta de Desarrollo e Incremento Económico en la Zona. ....	15
Objetivos de Desarrollo Sostenible .....	16
Promover el Crecimiento Económico Sostenido, Inclusivo y Sostenible, el Empleo pleno y Productivo y el Trabajo Decente para Todos. ....	16
Garantizar Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles.....	16
Gestionar Sosteniblemente los Bosques, Luchar Contra la Desertificación, Detener e Invertir la Degradación de las Tierras y Detener la Pérdida de la Biodiversidad. ....	17
Teoría de Valor Compartido.....	18
Análisis del Entorno .....	19
Actividad Económica.....	19
Análisis Pestel.....	20
Análisis matriz dofa .....	21
Criterios de Evaluación. ....	22
Árbol de Problemas. ....	23
Árbol de Objetivos.....	24
Idea de Negocio.....	25



Lluvia de ideas.....	25
Autoevaluación de la Idea de Negocio. ....	26
Estructura de la Idea.....	27
Solución Idea de Negocio Estructurada.....	28
Innovación.....	29
Desarrollo Alternativas Idea de Negocio Inicial. ....	29
Competencia.....	29
Comparativo Alternativas Ideas de Negocio con la Competencia. ....	30
Idea más Prometedora e Innovadora.....	31
Fuerzas de La Industria.....	32
Análisis de la demanda.....	32
Análisis de la oferta.....	35
Casa de campo.....	35
La quinta Glamping.....	35
Suite campestre el paraíso de Chepe.....	35
Magic Bungalow.....	35
Cabaña campestre san Fernando.....	35
Villa Lourdes.....	35
Casa Adobe turismo rural, ( chiquinquirá) el chalet tiene vistas al jardín y las montañas y cuenta con terraza.....	36
Casa del sol, (villa de Leyva) en zona donde se puede practicar ciclismo,.....	36
Fuente flores.....	36
(Iza), ofrece alojamiento con aparcamiento privado gratuito, el chalet dispone de terraza y jardín... 36	36
Cabaña campestre la esperanza.....	36
(Duitama), Los huéspedes del chalet podrán practicar senderismo en las inmediaciones o disfrutar del jardín. ....	36
Casa de campo villa ceci.....	36
(Tinjacá), ofrece patios y vista a la montaña Los huéspedes del chalet podrán practicar senderismo en las inmediaciones o disfrutar del jardín. ....	36
Casa Campestre Marguin.....	36
(Paipa), el chalet dispone de sauna y cuenta con solárium.....	36
Villa Patty.....	36
(Tibasosa) cuenta con fitness y wifi gratuita.....	36
Estrategias.....	37



Puntos Fuertes .....	37
Puntos débiles.....	38
Competir en el mercado .....	39
competencia indirecta.....	39
tecnología y las tendencias cambiantes .....	40
Análisis de la comercialización y de los proveedores.....	41
Localización geográfica.....	41
Almacenes éxito .....	42
Almacenes paraíso.....	42
Constructor Sodimac corona.....	42
Indurtex.....	42
Segmenta el Mercado.....	43
Bondades de nuestro servicio que proporcionados .....	43
Canales de distribución.....	44
Canales directos.....	44
Canal indirecto.....	44
Buyer Persona.....	45
Entorno de nuestro cliente en una semana.....	46
necesidades más urgentes que presenta nuestro cliente ideal.....	46
población total de personas que potencialmente podrían comprar su producto .....	47
alto potencial de adquirir su producto.....	49
suplirán necesidades con el producto .....	50
Propuesta de valor.....	51
Definición estratégica.....	52
DECRETO 2063 DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2018 .....	52
Ley general de turismo (Ley 300 de 1996).....	53
Decreto 1625 de 2016.....	53
Decreto 1074 de 2015 .....	53
Decreto 780 de 2016.....	53
Estatuto tributario de los impuestos administrados por la dirección general de impuestos nacionales.....	53
hoteles y otros tipos de alojamiento turístico .....	53
Turismo activo.....	53



Diseño de concepto.....	54
Tecnología y materiales.....	54
Diseño en detalle.....	58
Diagrama de bloque.....	58
Cadena de distribución.....	59
Costos de producción.....	60
Indicadores de calidad.....	61
Producción.....	62
Brochure.....	62
Ficha técnica del alojamiento.....	64
Prototipo.....	65
Características de producto o servicio.....	65
Interacción de cliente con el prototipo.....	66
Evidencia del prototipo.....	67
Modelo Running Lean.....	80
Objetivo de investigación de mercado.....	81
Objetivo general.....	81
Objetivos específicos.....	81
Formulario de encuesta.....	82
Tamaño de la Muestra.....	94
Tabulación de resultados.....	95
Análisis de la encuesta.....	103
Bibliografía.....	106



## Índice de Tablas

Tabla 1 .....	20
Tabla 2 .....	21
Tabla 3 .....	22
Tabla 4 .....	26
Tabla 5 .....	27
Tabla 6.....	54
Tabla 7.....	55
Tabla 8.....	56
Tabla 9.....	60
Tabla 10.....	60
Tabla 11.....	61
Tabla 12 .....	64



## Índice de figuras

Figura 1. <i>Actividad economica camara de comercio</i> .....	19
Figura 2 .....	23
Figura 3 .....	24
Figura 4 .....	25
Figura 5 .....	28
Figura 6 .....	45
Figura 7 .....	48
Figura 8 .....	49
Figura 9 .....	50
Figura 10 .....	51
Figura 11 .....	58
Figura 12 .....	59
Figura 13 .....	62
Figura 14 .....	63
Figura 15 .....	67
Figura 16 .....	68
Figura 17 .....	69
Figura 18 .....	70
Figura 19 .....	71
Figura 20 .....	72
Figura 21 .....	73
Figura 22 .....	74
Figura 23 .....	75
Figura 25 .....	77
Figura 26 .....	78
Figura 27 .....	79

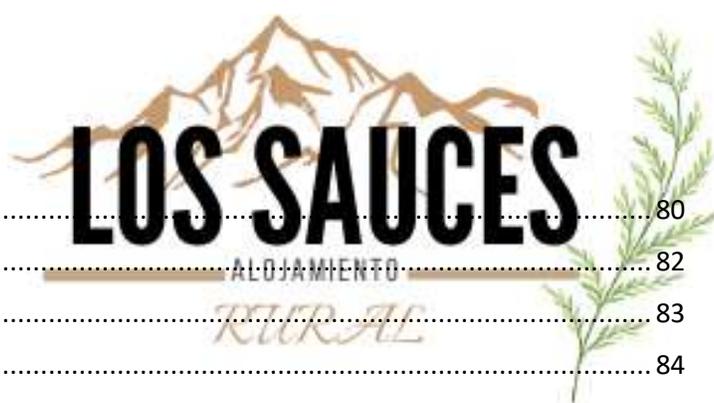


Figura 28 .....	80
Figura 29 .....	82
Figura 30 .....	83
Figura 31 .....	84
Figura 32 .....	85
Figura 33 .....	86
Figura 34 .....	86
Figura 35 .....	87
Figura 36 .....	88
Figura 37 .....	89
Figura 38 .....	90
Figura 39 .....	91
Figura 40 .....	92
Figura 41 .....	93
Figura 42 .....	93
Figura 43 .....	95
Figura 44 .....	95
Figura 45 .....	96
Figura 46 .....	96
Figura 47 .....	97
Figura 48 .....	97
Figura 49 .....	98
Figura 50 .....	98
Figura 51 .....	99
Figura 52 .....	99
Figura 53 .....	100
Figura 54 .....	100
Figura 55 .....	101
Figura 56 .....	101
Figura 57 .....	102



### **Claves Para el Éxito.**

- El cliente siempre tiene la razón por tal motivo el servicio que se prestara a nuestros clientes debe ser con un personal altamente calificado y preparado para atenderlos con amabilidad, respeto, satisfaciendo sus necesidades, escuchándolos desde el momento que llegan hasta su salida, esta es una de las claves más importantes para fidelizarlos.
- Las instalaciones deben estar siempre en óptimas condiciones de aseo y limpieza, la infraestructura del lugar en buenas condiciones de uso, los jardines podados con todos los cuidados y mantenimiento que se debe llevar de acuerdo a una programación establecida.
- Nuestro restaurante mirador sin duda alguna es uno de los sitios más representativos del lugar mientras nuestros clientes disfrutan de los deliciosos platos típicos, también pueden contemplar la majestuosa belleza del lugar con una vista agradable.
- El salón social es otra fuente de ingresos importante para nuestro negocio ya que prestara servicio no solo a las personas alojadas en el complejo, sino que también estará disponible para todo público que requiera el alquiler del mismo en sus distintos eventos.



### **Análisis del Entorno y Contexto de la Idea de Negocio.**

El departamento de Boyacá por su geografía, los paisajes, sus pueblos, las culturas, la diversidad gastronómica y ambiental, con sus grandes espacios naturales y su historia identificamos una oportunidad de emprender una idea de negocio en el sector turístico que consiste en desarrollar alojamiento rural en un municipio central del departamento y que se encuentre a menos de 200 km de la ciudad de Bogotá para un fácil desplazamiento esto con el fin de incursionar en el segmento de mercado de los ciudadanos de la capital colombiana.

A si mismo generar alianzas con negocios en los distintos lugares de interés del departamento trayendo desarrollo y crecimiento en la economía de la región y dando solución a satisfacer las necesidades de los bogotanos para que tengan más alternativas a la hora de viajar buscando descanso, recreación, oxigenación y salud mental lejos de la estresante rutina de la ciudad, según investigaciones realizadas en la página web de situer boyaca al departamento llega un 5.43% de turistas extranjeros y un 94,57% de turistas colombianos de los cuales el 54.57% son de Bogotá.

Fuente tomada de. (Boyaca, s.f.)



### **Falta de hotelería en la zona.**

Una de las oportunidades que se han planteado es construir cabañas de alojamiento en el departamento de Boyacá, municipio de combita en zona rural, enfocado a segmentación de mercado ubicada en la ciudad de Bogotá para estratos 2 y 3 grupos familiares, en el proyecto se plante desarrollar un salón social para todo tipo de eventos familiares y empresariales y como valor agregado del lugar se acondicionará un mirador en la parte alta del terreno en el que se puede divisar el paisaje del lugar y las zonas aledañas como el municipio de Oicata y la ciudad capital de Boyacá, (Tunja), también se integraran visitas de interes a los distintos poblados del departamento.

### **Lugar de Descanso para los Ciudadinos.**

Con el proyecto se busca desarrollar espacios de reuniones y descanso para turistas de las principales ciudades como lo son Tunja y Bogotá en los que se pretende ofrecer espacios de descanso y contacto con la naturaleza.

### **Falta de Desarrollo e Incremento Económico en la Zona.**

El alojamiento rural traerá consigo desarrollo económico de tipo turístico gracias a los visitantes que no solo dejen utilidades en el lugar, sino que además se activaran otros sectores



como el comercio, los restaurantes, incluso las ventas de los distintos artículos producidos por los campesinos de la región.

### **Objetivos de Desarrollo Sostenible**

#### **Promover el Crecimiento Económico Sostenido, Inclusivo y Sostenible, el Empleo pleno y Productivo y el Trabajo Decente para Todos.**

- El proyecto incursiona en la generación de empleo para personas del sector garantizando todos los derechos de ley a que corresponda.
- El alojamiento se proveerá con la mayor cantidad de productos que se den en la región con el fin de impulsar el comercio dentro del sector.

#### **Garantizar Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles.**

En las cabañas y el salón social se utilizarán suministros de menor impacto al medio ambiente como en la parte indumentaria de la cocina: bolsas biodegradables, bajillas en porcelana y copas de vidrio, Cubertería y baterías de ollas en metal, en la decoración para el salón social se usaran artículos reutilizables todo esto con el fin de evitar el manejo de plásticos y artículos de poliestireno expandido (icopor) de un solo uso, también se implementaran programas para el manejo responsable de residuos como lo es la clasificación de basuras con el



uso de contenedores estratégicamente ubicados para la recolección papel, vidrio, cartón y orgánicos con este último se utilizará para la elaboración de abonos que servirán como fertilizantes en las plantas de ornamentación que decoran el lugar.

El alojamiento tiene como base en su diseño cumplir con la sostenibilidad y reducir el menor impacto posible al medio ambiente, a continuación, se nombrarán características que tendrán las instalaciones en su construcción.

- Las cabañas serán diseñadas con ventanas amplias para reducir el uso de consumo eléctrico durante las horas del día.
- En los tejados se instalarán paneles solares con los cuales se obtendrán reservas de energía solar como fuente de alimentación para el interior de las cabañas adicional se implementarán focos de luz led.

El proyecto también contara con trasporte propio el cual reduce la cantidad de uso de vehículos.

**Gestionar Sosteniblemente los Bosques, Luchar Contra la Desertificación, Detener e Invertir la Degradación de las Tierras y Detener la Pérdida de la Biodiversidad.**

El proyecto de tipo rural va fuertemente atado a la naturaleza y uno de los principales objetivos y pilares de la organización es mantener e incrementar la vegetación existente con plantaciones ornamentales para jardines, árboles de especies que se dan en la región como los sauces al que hace alusión el nombre del proyecto y acacias entre otros.



### **Teoría de Valor Compartido.**

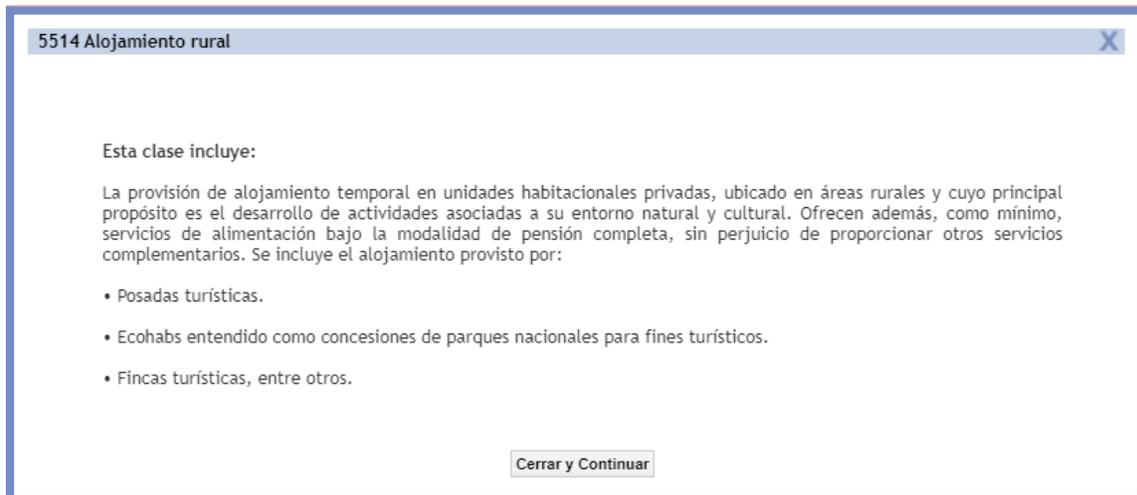
El proyecto está diseñado por su ubicación geográfica centralizada a ser una plataforma en la que se recibirán a los turistas y se dará alojamiento con todas las comodidades de descanso como uno de los objetivos principales, a su vez el plan de negocio está enfocado a prestar servicio de visitas guiadas en otros lugares del departamento para este proyecto se creara un clúster de turismo con proveedores de pequeños y medianos negocios en distintos sitios de interés de la región donde se darán capacitaciones para que trabajen en conjunto con el alojamiento y presten sus distintos servicios que ofrecen como gastronomía, rutas a caballo, avistamientos de vida silvestre, ecoturismo, aventura ente otros de esta manera se ampliara nuestro portafolio de servicios y a su vez también ayudara a reactivar el turismo a pequeños y medianos empresarios que tengan sus negocios en distintos puntos de la región..



## Análisis del Entorno

**Actividad Económica:** Servicios.

Figura 1. *Actividad economica camara de comercio*



*Fuente tomada de.* (Camara de Comercio de Bogotá, 2020)



## Análisis Pestel

**Tabla 1**

FACTOR	DETALLE	PLAZO			IMPACTO
		Corto plazo (1 mes o menos)	Mediano plazo (de 1 a 3 años)	Largo plazo (más de 3 años)	
POLITICO	Plan nacional de desarrollo.		X		Positivo
		Generar las condiciones institucionales para el impulso al sector turístico			
		desarrollar productos turísticos diferenciados y de alto gasto como el turismo de naturaleza		X	
	Fortalecer la innovación y el desarrollo empresarial en el sector turístico		X		Muy positivo
ECONOMICO	Crecimiento de turismo en Colombia a 2019		X		Muy positivo
	Paquetes de ayudas para turismo y comercio	Exención del IVA a todos los servicios turísticos y hoteleros hasta el 31 de diciembre		x	
SOCIAL	Participación de visitantes	Participación Extranjera 4,7%, y colombiana 95,3%			Positivo
	Edad de visitantes	entre 15 a 25 años el 16.41% entre 26 y 50 el 57,44% y más de 50 años el 26.15% (Situr Boyacá)			Indiferente
TECNOLOGICO	Nivel educativo de los visitantes	Educación media 23.71% y profesional 44.85%			Positivo
	Redes de internet	deficiencia de redes en la zona rural, falta de cableado para prestar el servicio			x



AMBIENTAL	Clasificación de residuos	aprovechamiento de material reciclado y orgánico para abonos	X	Muy positivo
	reducción del uso de energía Eléctrica	usar iluminación natural reduciendo e	X	Positivo
LEGAL	Registro nacional de turismo (RNT)	Mediante el Decreto 2119 de 2018 el Gobierno definió las tres opciones de alojamiento turístico en Colombia que deberán inscribirse en el Registro Nacional de Turismo (RNT) para operar legalmente.		Positivo
	Licencias de construcción	demoras o negación en el trámite de permisos para construcción		Muy negativo

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

### Análisis matriz dofa

**Tabla 2**

	Positivos	Negativos
Origen Interno	<b>Fortalezas</b> -Ubicación estratégica del proyecto cerca a los sitios de interés del departamento. -servicio de transporte puerta a puerta.	<b>Debilidades</b>
Origen Externo	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b> Falta de arreglo en las vías de acceso al lugar. Falta de iluminación pública.

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*



### Criterios de Evaluación.

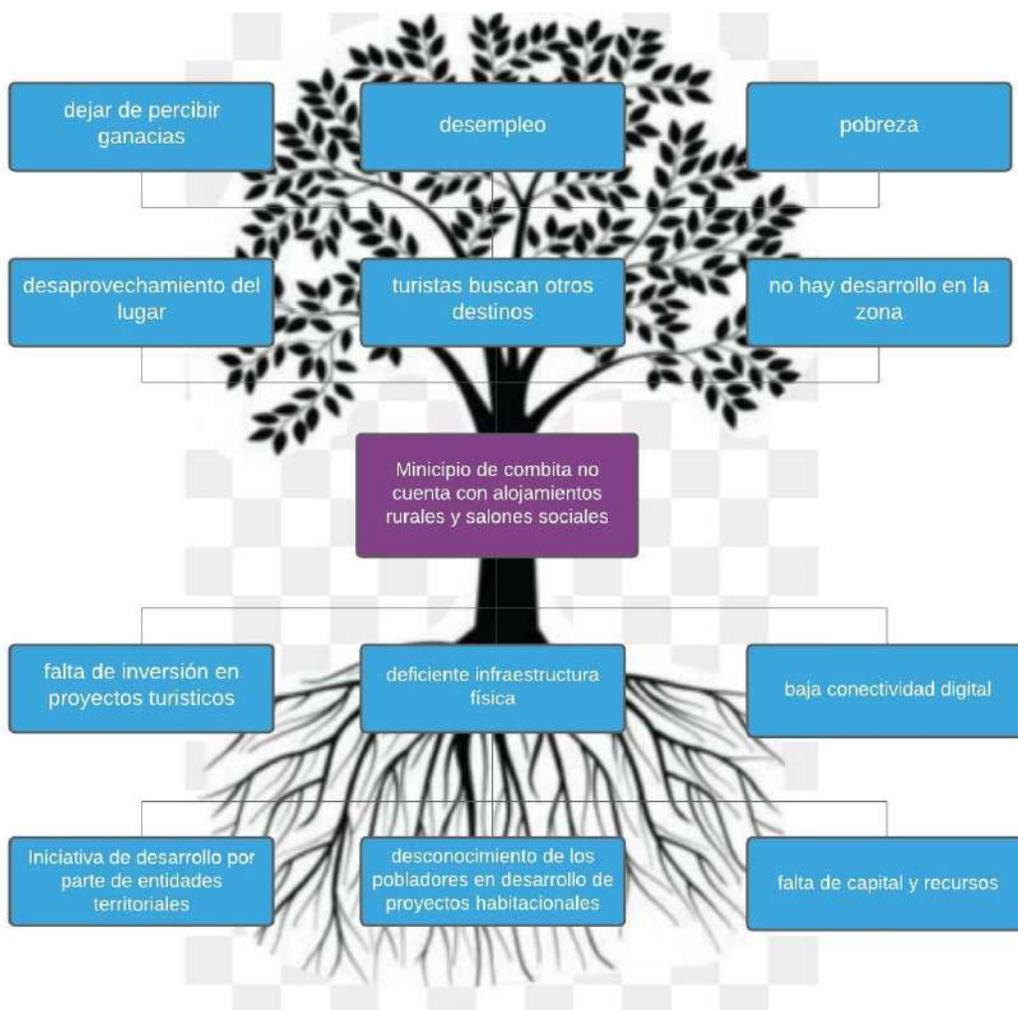
**Tabla 3**

	Problema 1	Problema 2	Problema 3
<b>Criterio</b>	<b>No hay alojamientos en el municipio de Combita</b>	<b>falta de sitios turísticos en el municipio</b>	<b>construcción de viviendas rurales a bajo costo</b>
Conocimiento o experiencia	4	5	1
Asesoramiento de un experto (¿si se requiere, lo tenemos?)	2	2	2
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/datos /cifras, puedo darle alguna solución?	5	3	1
Tiempo (posible solución)			
Costos (posible solución)			
Impacto ¿es trascendental?, ¿representa un desafío para ustedes?	3	2	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	3	5
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>15</b>	<b>14</b>

*Fuente tomada de.* (Corporacion unificada de educacion superior cun, 2020)

**Árbol de Problemas.**

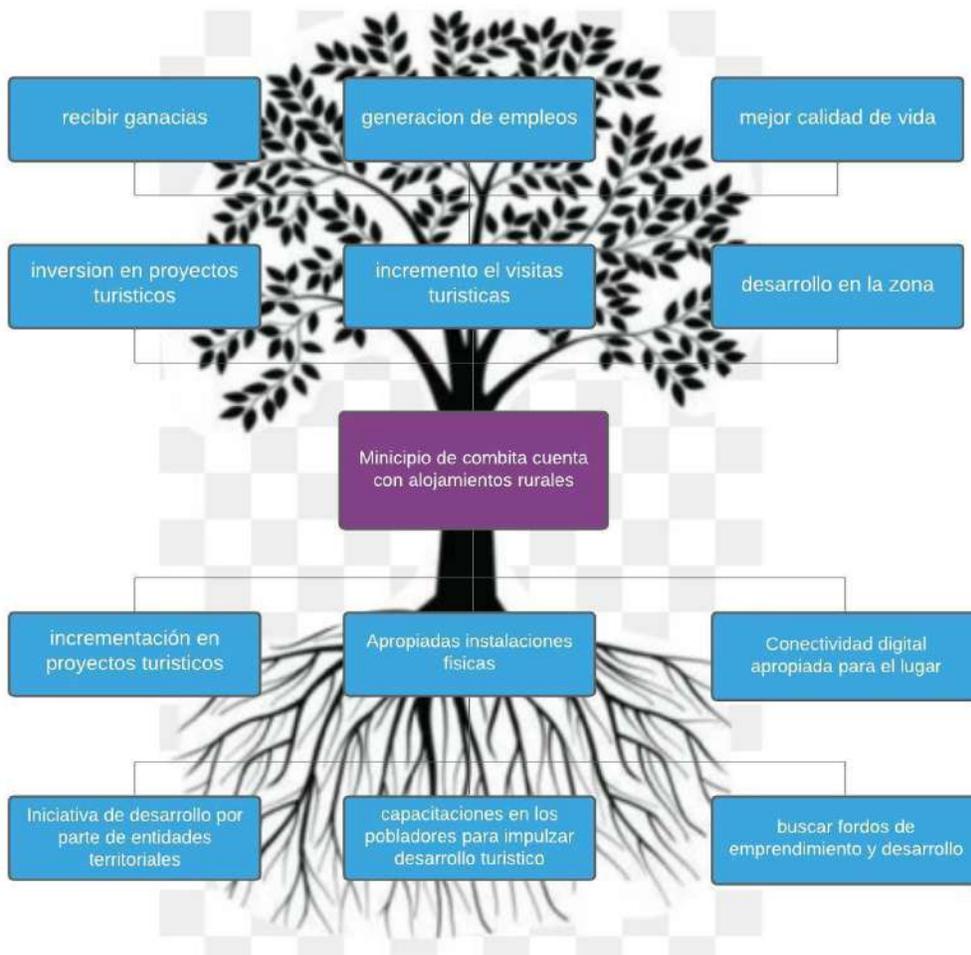
Figura 2



Nota. Adaptada de siluetas (fotografía), depositphotos, <https://sp.depositphotos.com/vector-images/arb-ol-con-raices.html> (depositphotos, s.f.)

### Árbol de Objetivos.

Figura 3



Nota. Adaptada de siluetas (fotografía), depositphotos, <https://sp.depositphotos.com/vector-images/arbol-con-raices.html> (depositphotos, s.f.)

**Idea de Negocio.**

*Lluvia de ideas*

Figura 4



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*



### Autoevaluación de la Idea de Negocio.

**Tabla 4**

INTERES / DISPOSICION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer	1	2	3	4	5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio	1	2	3	4	5
Considero que en (6) meses puedo tener el negocio funcionando	1	2	3	4	5
<b>N° TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN</b>					
	<b>A</b>		<b>B</b>	=	<b>C</b>
Total, afirmaciones valoradas en 1:	1	X	1	=	1
Total, afirmaciones valoradas en 2:	0	X	2	=	0
Total, afirmaciones valoradas en 3:	0	X	3	=	0
Total, afirmaciones valoradas en 4:	2	X	4	=	8
Total, afirmaciones valoradas en 5:	5	X	5	=	25
				PUNTAJE TOTAL	34

*Fuente tomada de.* (Corporacion unificada de educacion superior cun, 2020)



### Estructura de la Idea.

**Tabla 5**

<b>¿Cuál es el producto o servicio?</b>	Alojamiento rural, salón social para eventos y restaurante mirador
<b>¿Quién es el cliente potencial?</b>	Turistas (hombres, mujeres y niños) el segmento de mercado se encuentra en la ciudad de Bogotá en familias de estratos 3 y 4. Con edades entre 10 a 45 años
<b>¿Cuál es la necesidad?</b>	Buscar un sitio de descanso armonizado con el campo para sus vacaciones. Un lugar apropiado para realizar todo tipo de eventos sociales.
<b>¿Cómo funciona el producto o servicio?</b>	Se construirá el proyecto en un terreno de 6400 m2 que consta de un salón social de 400mt2 para 100 personas aproximadamente, 10 cabañas de 56 mt 2 c/u con capacidad para 6 personas y un mirador de 200 mt2 en la parte alta del terreno
<b>¿Por qué lo preferirían?</b>	Las instalaciones serán diseñadas en contraste con la naturaleza y armonía con el medio ambiente, espacios amplios y confortables con jardines y especies de árboles del lugar; se contará con un excelente servicio además de tarifas asequibles para todo tipo de público.

*Fuente tomada de.* (Corporacion unificada de educacion superior cun, 2020)

**Solución Idea de Negocio Estructurada.**

Figura 5



Para que los



*Fuente tomada de.* (Corporacion unificada de educacion superior cun, 2020)



**Innovación.**

**Desarrollo Alternativas Idea de Negocio Inicial.**

- Alojamiento rural con restaurante ubicado en la parte más alta del terreno (mirador).
- Cabañas construidas con elevación por encima del nivel de piso.
- Salón social para eventos.
- gran cantidad de vegetación y jardines que encierran la infraestructura del lugar.
- construcción de las instalaciones con materiales propios de la región manteniendo el contraste con la naturaleza.

**Competencia.**

***Ecohabs Minca.***

- Hospedaje de lujo ubicado en santa marta en la sierra nevada.
- gran entorno natural.
- Distintas clases de alojamientos con bioconstrucción.
- Vista al mar

***Ecohotel paraíso verde.***

- Ubicado en el Quindío
- Cuenta con arquitectura sostenible.
- servicios de spa en espacios naturales.
- deportes de aventura



### ***Hotel Ecológico el nevado.***

Ubicado a 10 minutos de Güicán Boyacá en la vereda San Luis

- El hotel es una joya arquitectónica de 200 años de antigüedad con capacidad de alojamiento para 80 personas.
- Áreas sociales.
- Amplias zonas verdes.
- caminatas ecológicas.

### **Comparativo Alternativas Ideas de Negocio con la Competencia.**

- El restaurante que se plantea en el proyecto no es muy común en la competencia ya que su particularidad de estar ubicado en un mirador lo hace especial frente a la competencia.
- Cabañas con respecto a la competencia la manejan varias compañías, aunque en su mayoría son de climas cálidos y tropicales mientras que el proyecto se desarrollara en clima frío.
- Salón social para eventos, se puede identificar que la gran mayoría de la competencia maneja este tipo de instalaciones como zona social.
- El tema de la ecología lo manejan todos los hoteles investigados, aunque hay que resaltar que no en todas las zonas se encuentran los mismos tipos de vegetación ni biodiversidad.



- El tema de la construcción de las instalaciones también va ligado a las zonas donde se encuentran, en el departamento de Boyacá en su gran mayoría los hospedajes y hoteles utilizan materiales convencionales como el ladrillo y teja de barro característicos de la región, en el caso del proyecto planteado se utilizarán materiales ecológicos como la piedra, madera y la paja entre otros.
- En conclusión, el mercado maneja un amplio portafolio de hoteles y alojamientos turísticos en gran parte del país y así mismo se presenta demanda turística en crecimiento.
- El proyecto además de ser llamativo por sus instalaciones también se encuentra muy cerca de las capitales de Boyacá y Cundinamarca ofreciendo a sus clientes descanso a tan solo unas horas de sus sitios de origen a todo un paraíso de descanso y recreación interactuado con el aire fresco e interactuado con la naturaleza.

### **Idea más Prometedora e Innovadora.**

- El proyecto se desarrollará en la zona centro del departamento de Boyacá como lugar estratégico que tendrá la funcionalidad de plataforma para recibir los turistas, alojarlos y diseñar distintas rutas para visitar gran parte de los sitios de interés en el departamento.



## **Fuerzas de La Industria**

Nombre de empresa: Alojamiento Rural Los Sauces.

Actividad económica: Alojamiento Rural.

Tamaño: 8100 mts<sup>2</sup>

Lugar de Ubicación: Departamento de Boyacá, municipio de Combita, vereda la concepción.

## **Análisis de la demanda.**

El sector turístico tiene un amplio mercado de demanda debido al crecimiento de viajeros nacionales que representan el 9.9% de personas que realizan turismo interno en Colombia.

El alojamiento está diseñado para todo tipo de público que desee hospedarse en un lugar de descanso, dentro de los perfiles se encuentran mayormente núcleos familiares conformados por hijos, padres y abuelos, también grupos empresariales, amigos entre otros, las instalaciones están diseñadas para ser ocupadas por grupos de personas ya que son cabañas independientes.

La mayor parte de los turistas recibidos provienen de la ciudad de Bogotá con familias entre estratos socioeconómicos 3 y 4 que son personas entre 25 a 45 años de edad con calidad de educación alta y reconocimiento social, este grupo corresponde a la clase media colombiana; la



población de este segmento es gran consumidora de productos, la mayoría de jefes de los hogares tiene acceso a financiación a través de créditos

Entre los hábitos de compra de este grupo de segmento se encuentran los siguientes:

Cada vez más es común que salgan a comer a restaurantes.

En los estratos 4 sus viviendas en un 55.7 % son propias según estudios de la firma radar.

Las compras promedio por hogar oscilan entre 1'780.000 pesos mensuales y llegan hasta 3'800.000 pesos.

El número de hijos por hogar se encuentran entre 1 y 2.

Tienden a buscar alternativas saludables al momento de comprar sus alimentos, como frutas y verduras que son parte esencial de su canasta familiar.

En el ocio de estas familias, la mayoría de estos núcleos realizan un viaje dentro de Colombia al año, mayormente al lugar de origen de la familia.

Según la compañía investigadora el gasto en entretenimiento es del 3.49% de sus gastos al mes.

El aumento de ingresos en la clase media ha hecho que pasen sus gastos de supervivencia a gustos por tanto su mejora económica y mayor nivel de ingresos han realizado cambios al momento de hacer compras.

De acuerdo con los hallazgos de investigación por la compañía Euromonitor el 58 % de las personas de clase media tiene en sus 5 grandes prioridades para el siguiente año hacer un



viaje de ocio, el 28 % comprar ropa, el 20% renovar sus electrodomésticos y el 18 cenar fuera de casa.

(Portafolio.co, s.f.)

aunque también se tiene turistas extranjeros en menor proporción.

Según las estadísticas los visitantes extranjeros se encuentran el un 5.43%, mientras que los visitantes nacionales están en un 94.57%.

las edades de los turistas mayores de 15 años se encuentran entre 15 a 25 años el 18.48%, entre 26 a 50 años el 75.87% y más de 50 años el 5.22% según estadísticas tomadas de la página oficial de la secretaria de turismo de Boyacá.

(Boyacá, s.f.)

Sin duda alguna el sector turístico viene en crecimiento y cada vez la demanda del mercado requiere de nuevos sitios, según las estadísticas del Dane.

El desarrollo del proyecto se encuentra estratégicamente ubicado en la parte centro del departamento lo cual lo vuelve potencialmente atractivo ya que sirve de plataforma para recibir visitantes, alojarlos y llevarlos a los distintos sitios de interés de Boyacá sin mayores desplazamientos.



En el sector turístico de Boyacá se encuentran distintos alojamientos rurales en gran parte del departamento como se menciona a continuación.

En la parte centro de Boyacá existen aproximadamente 15 alojamientos rurales más destacados.

*Casa de campo* frente a represa de la copa (Municipio de Toca).

*La quinta Glamping* (Municipio de Cuitiva ), ofrece alojamiento con aparcamiento privado gratuito, el chalet dispone de terraza.

*Illari*, (Municipio de paipa), Ofrece vistas a la ciudad, salón compartido, Jadin y terraza.

*Suite campestre el paraíso de Chepe*, (Villa de Leyva) Ofrece alojamiento con jardín y aparcamiento privado, cuenta con terraza.

*Magic Bungalow*, (Villa de Leyva) ofrece alojamiento con Vistas al jardín, balcón y cafetera.

*Cabaña campestre san Fernando*, (Iza) ofrece jardín, el chalet ofrece servicio de alquiler de coches.

*Villa Lourdes*, (vereda el roble Gachantivá) Admite mascotas, ofrece vistas a las montañas.



*Casa Adobe turismo rural*, (chiquinquirá) el chalet tiene vista al jardín y las montañas y cuenta con terraza.

*Casa del sol*, (villa de Leyva) en zona donde se puede practicar ciclismo,

### ***Fuente flores***

(Iza), ofrece alojamiento con aparcamiento privado gratuito, el chalet dispone de terraza y jardín.

### ***Cabaña campestre la esperanza***

(Duitama), Los huéspedes del chalet podrán practicar senderismo en las inmediaciones o disfrutar del jardín.

### ***Casa de campo villa ceci***

(Tinjacá), ofrece patios y vista a la montaña Los huéspedes del chalet podrán practicar senderismo en las inmediaciones o disfrutar del jardín.

### ***Casa Campestre Marguín***

(Paipa), el chalet dispone de sauna y cuenta con solárium.

### ***Villa Patty.***

(Tibasosa) cuenta con fitness y wifi gratuita.

Fuente. Booking.com (Booking.com, 2020)



### **Puntos Fuertes**

Servicio puerta a puerta: el alojamiento tendrá servicio de transporte puerta a puerta, en el que se busca recoger a los visitantes de su lugar de residencia hacia el alojamiento y viceversa, con esto se busca facilitar el desplazamiento de los clientes, dando confort y facilidad a aquellas personas que no poseen vehículos.

Cabañas confortables. Las instalaciones están dotadas con cabañas en madera y estructura metálicas elevadas a 1 metro del piso, además cuentan con balcón y rampara de acceso para personas en condición de discapacidad.

Se cuenta con servicio de transporte de alojamiento a sitios de interés con visitas guiadas a distintos lugares del departamento con los aliados que tendrá el proyecto.

Servicio de restaurante mirador, se encuentra ubicado en la parte alta del terreo con una vista espectacular de la zona.

Día de parrillada. Las cabañas cuentan con zona bbq para compartir un día de almuerzo al aire libre en el que el alojamiento suministre los ingredientes con productos de la región para preparar un exquisito almuerzo.

No hay competencia cercana al lugar donde se piensa desarrollar el proyecto.



**Puntos débiles.**

Falta de iluminación pública del pueblo al alojamiento.

Servicios de internet con conectividad muy baja.

Carretera destapada.



## **Competir en el mercado**

En el proyecto se busca estudiar el comportamiento de los clientes y sus necesidades, adquiriendo la experiencia para dar soluciones con las herramientas que se requieran para ello incluso estudiando a la competencia cuáles son sus puntos débiles y trabajando en ello para ofrecer mejor nuestro producto.

Tener presencia fuerte en la región por medio de publicidad, aprovechando la ubicación geográfica que se encuentra cerca a la vía principal panamericana.

Calidad del servicio, contar con un equipo de trabajo calificado y apasionado por lo que hace dando soluciones a nuestros clientes de la mejor manera ayudara a la reputación de nuestro proyecto a identificarse dentro del mercado como un servicio con calidad.

Precios competitivos, ofreciendo tarifas que se ajusten a nuestro sector de mercado sin perder el grado de calidad y servicio.

### **competencia indirecta.**

Acondicionamiento de casas de familia para alquiler en temporadas altas.

Alojamientos en casas familiares.



### **tecnología y las tendencias cambiantes**

Mantener canales digitales actualizados.

Las instalaciones deben permanecer en óptimas condiciones, mantenimientos preventivos y correctivos.

Revisar con regularidad las tendencias en el mercado ajustando los procesos de acuerdo a los cambios que se puedan presentar.



## **Análisis de la comercialización y de los proveedores.**

### **Localización geográfica.**

La gran mayoría de nuestros proveedores se encuentran en la ciudad de Tunja, esto nos ayuda a tener una mejor alternativa ya que podemos contar con los productos en menor tiempo posible, evitando demoras que puedan afectar la operación del negocio con esto también conseguimos aprovisionarnos con lo necesario recibiendo entregas parciales comprando menos cantidades con una mayor frecuencia.

Nuestros proveedores deben tener una excelente reputación para establecer una relación comercial, teniendo en cuenta que para la operación del negocio necesitamos poder contar con los insumos y productos en las cantidades, calidad y especificaciones requeridas, trabajar con proveedores certificados que puedan dar confiabilidad en el suministro continuo y alto grado de cumplimiento en las entregas aun cuando se presenten inconvenientes dar solución de la manera más efectiva y conveniente para las partes.

El proveedor debe tener solvencia económica para que puedan dar financiamiento y facilidades de pago.

Dentro de los proveedores seleccionados contaremos con almacenes de cadena ya que por su alta experiencia, respaldo, calidad, certificaciones y garantía nos dan el nivel de proveedores como aliados estratégicos a nuestro negocio.



**Almacenes éxito.** Este es un proveedor cercano al proyecto que puede suplir gran parte de los suministros consumidos por el alojamiento como alimentos no perecederos, carnes, bebidas, granos, implementos de aseo y limpieza, en un corto tiempo.

**Almacenes paraíso.** Este proveedor es la segunda alternativa de aprovisionamiento en cuanto a alimentos no perecederos, carnes, bebidas, granos, implementos de aseo y limpieza.

**Constructor Sodimac corona.** Aprovisionamiento con artículos como herramientas, maquinaria, elementos de construcción, eléctricos, mobiliario para el área de mantenimientos del alojamiento.

**Indurtex.** Proveedor de tendidos, colchones lencería, cortinera, cubrelechos, almohadas, toallas.



## Segmenta el Mercado

### *Bondades de nuestro servicio que proporcionados.*

- salud mental
- Tranquilidad
- Descanso
- Emociones
- Relajación
- Unión familiar
- Experiencias
- Seguridad
- Compromiso
- Buen trato
- Calidad
- Satisfacción
- Protección
- Alegrías
- Renovación
- Atención



### **Canales de distribución.**

El alojamiento rural contara con canal de distribución directos e indirectos:

#### **Canales directos.**

Las reservas se harán por medio de la página web del alojamiento rural los sauces en el cual se generará la venta directa entre el alojamiento y el consumidor final.

#### **Canal indirecto.**

- Las reservas se harán a través de nuestras agencias de viajes en las cuales nos encontramos afiliados como viajes Boyacá Tours,

**Buyer Persona.**

Figura 6

	<p><b>MIEDOS FRUSTRACIONES ANCIIDADES</b></p>	<p><b>DESEA, NECESITA, ANHELA Y SUEÑA.</b></p>
	<p>Enfermedad por la contaminación de la ciudad Accidentes cuido de los hijos no ser profesional estrés por la rutina inseguridad preocupaciones</p>	<p>trabajo, vivienda, alimentación Viajar por descanso. comprar un coche comprar una casa comprar ropa</p>
<p>Edad: 35 años Lugar de residencia: Bogotá ocupación: coordinadora Ingresos: 2'500.000 lugar de nacimiento: Bogotá</p>	<p><b>¿QUE ESTAN TRATANDO DE HACER?</b></p>	<p><b>¿COMO ALCANZAN ESAS METAS HOY, HAY ALGUNA BARRERA EN SU CAMINO?</b></p>
	<p>su principal objetivo es conseguir más tiempo libre para viajar junto con su núcleo familiar.</p>	<p>Conseguir alternativas de crédito y financiación para viajar</p>
		<p><b>COMO ALCANZAN ESAS METAS</b></p>
<p>le encanta viajar y al menos lo hace una vez al año (por ocio) Está presente en varias redes sociales y utiliza internet para buscar información</p>		<p>crecer en su empresa, mejorar su salario, ahorrar un porcentaje de su dinero como alternativa para viajar, buscar alternativas de financiación</p>

*Fuente. propia*



### **Entorno de nuestro cliente en una semana.**

Nuestro cliente normalmente se encuentra reunido con su grupo familiar entre semana en las primeras horas de la mañana 1 hora y media, luego se desplaza a su sitio de trabajo allí tiene contacto con sus compañeros de oficina jefes y algunas personas de otros departamentos en las que interactúa por temas relacionados con sus labores específicas, y en ocasiones también atiende proveedores y visitantes, en horas de descanso interactúa con sus compañeros temas personales de sus vidas, en horas de almuerzo interactúa con sus compañeros y de vez en cuando salen de las instalaciones a algún restaurante cerca donde interactúan con las personas que los atienden todo esto se desarrolla en el transcurso del día normalmente 8 horas diarias laborales de lunes a viernes, en la noche vuelve a tener contacto con su núcleo familiar ( esposo e hijos ) aproximadamente 3 horas, los fines de semana se encuentra el núcleo familiar reunido (esposos e hijos), el día sábado atienden quehaceres del hogar y trabajos de la escuela entre otros, el día domingo interactúan con otros miembros de la familia como hermanos, abuelos, tíos y amigos entre otros.

### **necesidades más urgentes que presenta nuestro cliente ideal.**

Tiempo. compartir con la familia.

Descanso. Romper con la rutina diaria de una vida citadina



Estrés. Acabar con la presión y sobrecargas tanto de trabajo como de problemas en distintos ámbitos.

Encierro. Buscar lugares que rompan con el encierro de una ciudad ruidosa y congestionada.

Ambiente. buscar aire fresco y descontaminado, naturaleza, interactuar con otras culturas.

Atención. Sentirse acogido en un bonito lugar con buen servicio, trato amable, buena alimentación y lugares de esparcimiento

De acuerdo a nuestras bondades buscamos ofrecer a nuestro cliente ideal un servicio para satisfacer y mitigar el cansancio tanto físico como mental, que compartan con su núcleo familiar un espacio para afianzar sus relaciones familiares, romper con la monotonía de una rutina diaria desgastante y abrumadora, hacerlos sentir importantes con una excelente atención, brindar nuevas experiencias y emociones, que se sientan en un lugar seguro sin peligro alguno con instalaciones acogedoras, ambiente saludable lejos del ruido y la contaminación, ofreciendo visitas a sitios desconocidos y alimentando nuestra buena imagen para sembrar en nuestros clientes el deseo de volver.

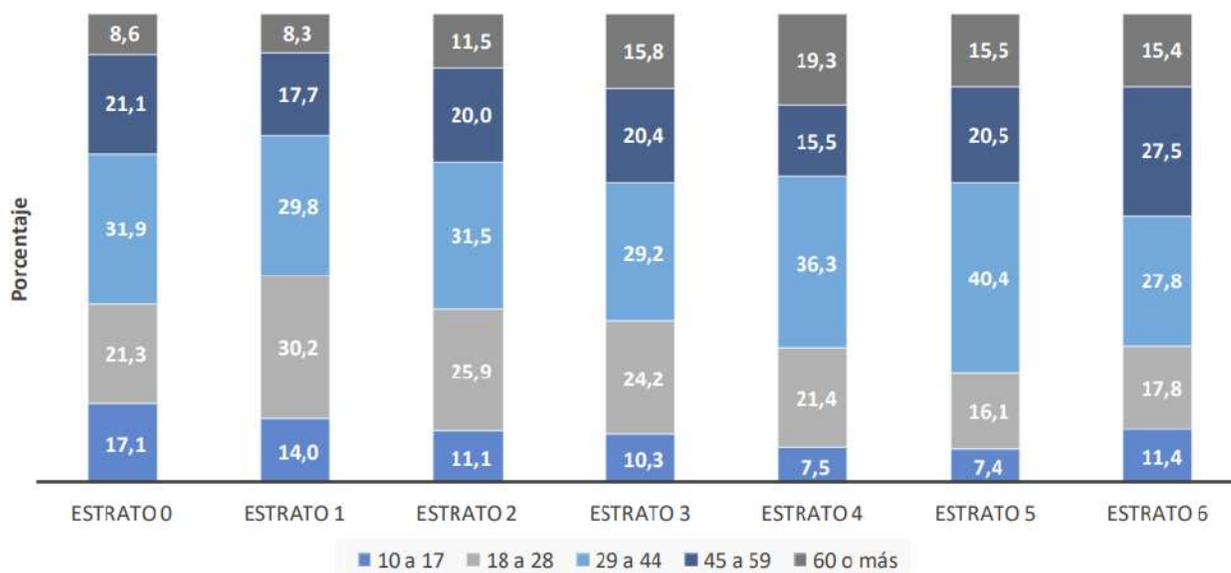
### **población total de personas que potencialmente podrían comprar su producto**

Según la gráfica del Dane tenemos en los estratos 2 y 3, entre las edades de 18 a 28 y 29 a 44 años que son los porcentajes más altos y es aquí donde se encuentran los clientes potenciales



Figura 7

**Gráfico 3. Porcentaje de turistas internos, según estrato y grupo de edad.**



*Fuente tomada de:*

Gráfico 3. Porcentaje de turistas internos, según estrato y grupo de edad. Fuente: DANE. EGIT (2019).

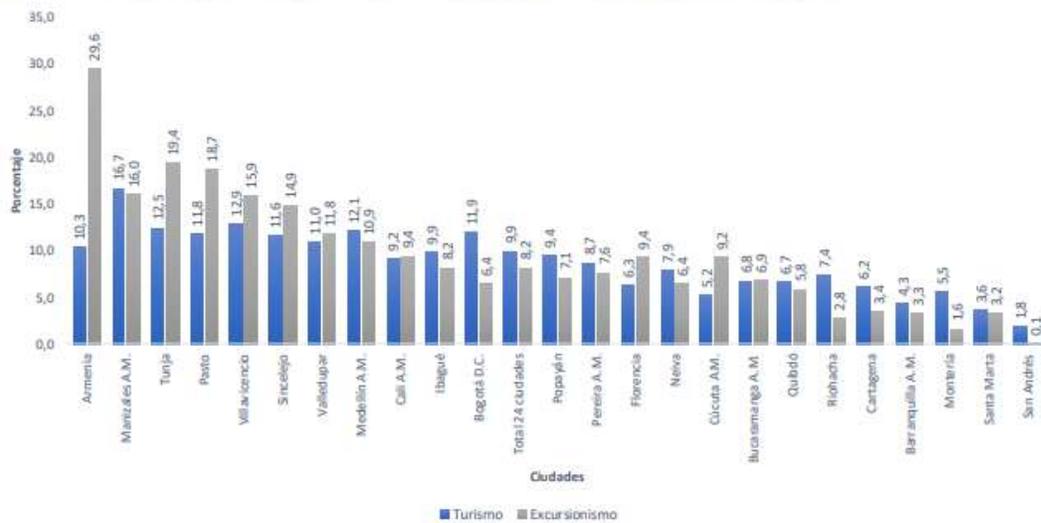


**alto potencial de adquirir su producto.**

Tenemos un porcentaje del 11. 9% de turistas en la ciudad de Bogotá.

Figura 8

**Gráfico 1. Porcentajes de turismo y excursionismo, según ciudad de origen.**



Fuente: DANE. EGIT (2019)

*Fuente tomada de:* Porcentaje de turistas internos, según estrato y grupo de edad. Fuente: DANE. EGIT (2019).

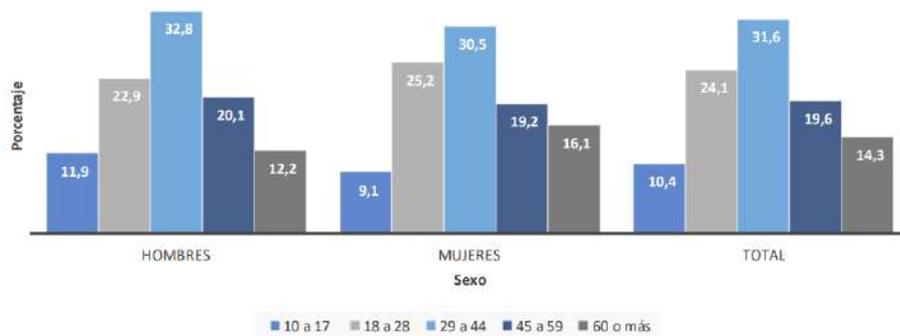


**suplirán necesidades con el producto**

En el siguiente grafico tenemos un porcentaje de edades entre 29 a 44 años para los hombres con el 32.8% y mujeres con el 30.5% de turistas.

Figura 9

**Gráfico 2. Porcentaje de turistas internos, según sexo y edad.**

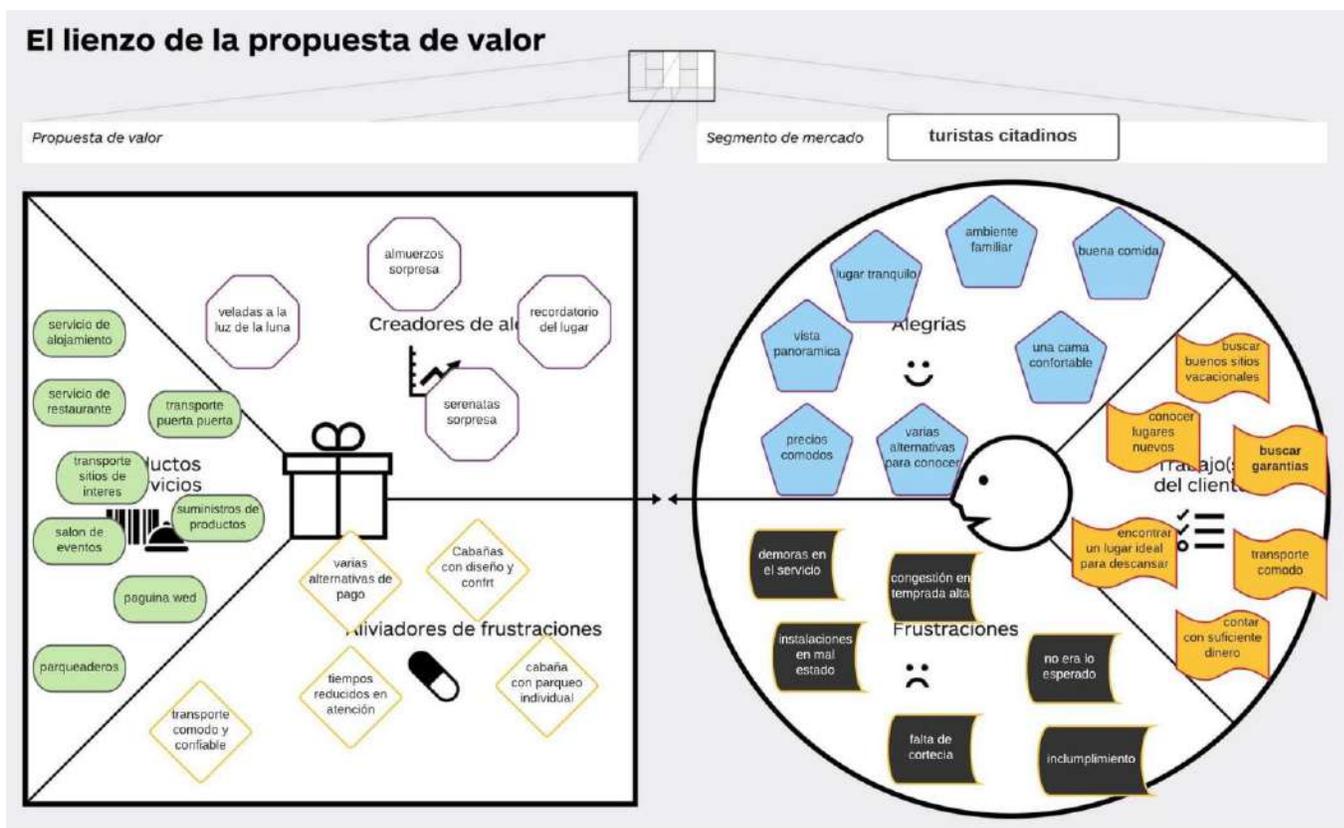


*Fuente tomada de:* Porcentaje de turistas internos, según estrato y grupo de edad. Fuente: DANE.

EGIT (2019).

Propuesta de valor.

Figura 10



“Encuentra el lugar perfecto para descansar la mente, fortalecer tu cuerpo y alimentar tu alma.”

Fuente tomada de. Elaboracion propia



### **Definición estratégica.**

#### **DECRETO 2063 DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2018**

Ministerio de comercio, industria y turismo

Para su conocimiento les compartimos el decreto 2063 del 1 de noviembre de 2018 expedido por el Ministerio de Comercio, Industria Y Turismo y en el cual se eliminan y modifican algunos aspectos relacionados con el Registro Nacional de Turismo y que habían sido solicitados por COTELCO.

Para resaltar:

- 1.- Aceptaron nuestra solicitud de clarificar la naturaleza del registro y por tanto a partir de la expedición del decreto se elimina el pago de impuesto a las gobernaciones ( Art. 3)
- 2.- Aceptaron eliminar lo atinente aportar lo del certificado de calidad turística, ahora simplemente es con la afirmación que se hizo el trámite en plataforma (Art. 4 numeral 9)
- 3.- Aceptaron nuestra propuesta que solo cuando cambie la información es que se diligencien nuevamente los formatos. (Art. 5 Parágrafo)
- 4.- Aceptaron que no se tenga que aportar el certificado de estar al día en parafiscal, ya ellos directamente lo verificarán ( Art. 7 Parágrafo).

Fuente: (COTELCO, 2018)



## **Ley general de turismo (Ley 300 de 1996)**

*Decreto 1625 de 2016* por medio del cual se expide el decreto único reglamentario en materia tributaria.

*Decreto 1074 de 2015* por medio del cual se expide el decreto único reglamentario del sector comercio, industria y turismo.

*Decreto 780 de 2016*, por medio del cual se expide el decreto único reglamentario del sector salud y protección social.

*Estatuto tributario de los impuestos administrados por la dirección general de impuestos nacionales.*

Fuente: (Información jurídica, s.f.)

Normas internacionales.

*hoteles y otros tipos de alojamiento turístico* (ISO 18513:2003)

*Turismo activo* (ISO 21101, 21102 y 21103:2014)



## Diseño de concepto.

### Tecnología y materiales.

**Tabla 6**

MATERIALES	DESCRIPCION.
cimentación	hormigón, arena, madera, ladrillos, cemento, tubería, cableado.
estructura	muros de madera de alta densidad, hierro, aluminio, concreto vigas de acero inoxidable
cubiertas	vigas de acero inoxidable, aislantes de frio, calor, cielos rasos cubiertas imitación teja de barro
redes eléctricas	cableado, cajas de empalme, tubo para cable, tornillos, cinta aislante breiquer, toma corrientes, toma de tierra, transformador, interruptores puntos de control
red de tuberías	bajantes, codos, tee, semi codos uniones
terminados	pintura, pisos, enchapes, sanitarios, mármol, estuco plástico
mobiliario	camas, mesas, sillas, closet, salas, puertas, ventanas

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*



**Tabla 7**

<b>TECNOLOGIA</b>	<b>DESCRIPCION.</b>
Computadores	2 portátiles para la recepción y oficina.
Televisores	pantalla plana, 10 und de 32" y 2 und de 70 "
Estufas	tipo industrial 1 und, tipo familiar 10 und
neveras	2 neveras de 700lts, 10 neveras de 200 lts
teléfonos inalámbricos	12 und
Hornos	industrial a gas 1 und, microondas 10 und



**Tabla 8**

MORFOLOGIA	FUNCIONAMIENTO
<p>Salón social de eventos construido con cimentación en concreto, su estructura en madera de eucalipto y techos en teja imitación barro, área de 100 mt<sup>2</sup>, y 3 mtrs de altura, la distribución: salón principal 80 mts<sup>2</sup>, baños damas 4 mts<sup>2</sup>, baños caballeros 4 mts<sup>2</sup>, isla de barra y cocina 6 mts<sup>2</sup>, camerino 6 mts<sup>2</sup>, parqueaderos, recepción</p> <p>cabañas octagonales, área construida por unidad de alojamiento: 60mt<sup>2</sup>, tres habitaciones, 1 baño, sala, comedor, cocina, zona bbq, parqueadero privado</p>	<p>el salón está diseñado para albergar a 100 personas, donde se realizarán todo tipo de eventos sociales como matrimonios, quince años, bodas de oro entre otros, cuenta con tarima para los distintos eventos, 20 mesas, 100 sillas, un camerino para los homenajeados y presentadores, una isla donde se repartirán los alimentos y bebidas, un parqueadero con capacidad para 20 vehículos.</p> <p>las cabañas están diseñadas para alojar a 6 personas, cuenta con rampa en la entrada para personas con discapacidad, un baño, tres habitaciones, 1 con camarote, 1 con dos camas sencillas, 1 con cama doble y cama auxiliar, sala, comedor y cocina dotada con implementos para su uso, en la parte externa del inmueble cuenta con zona bbq y parqueadero para un vehículo.</p>



---

restaurante mirador, área construida: 100  
mt2, 20 mts2 cocina + 50 mt2 de balcón  
mirador.

el restaurante cuenta con 10 mts2 en la parte  
interna y 10 en la parte externa área de mirador,  
cocina industrial para preparación de alimentos y  
para de bebidas.

pisos en adoquín área de 200 mts2  
vegetación.

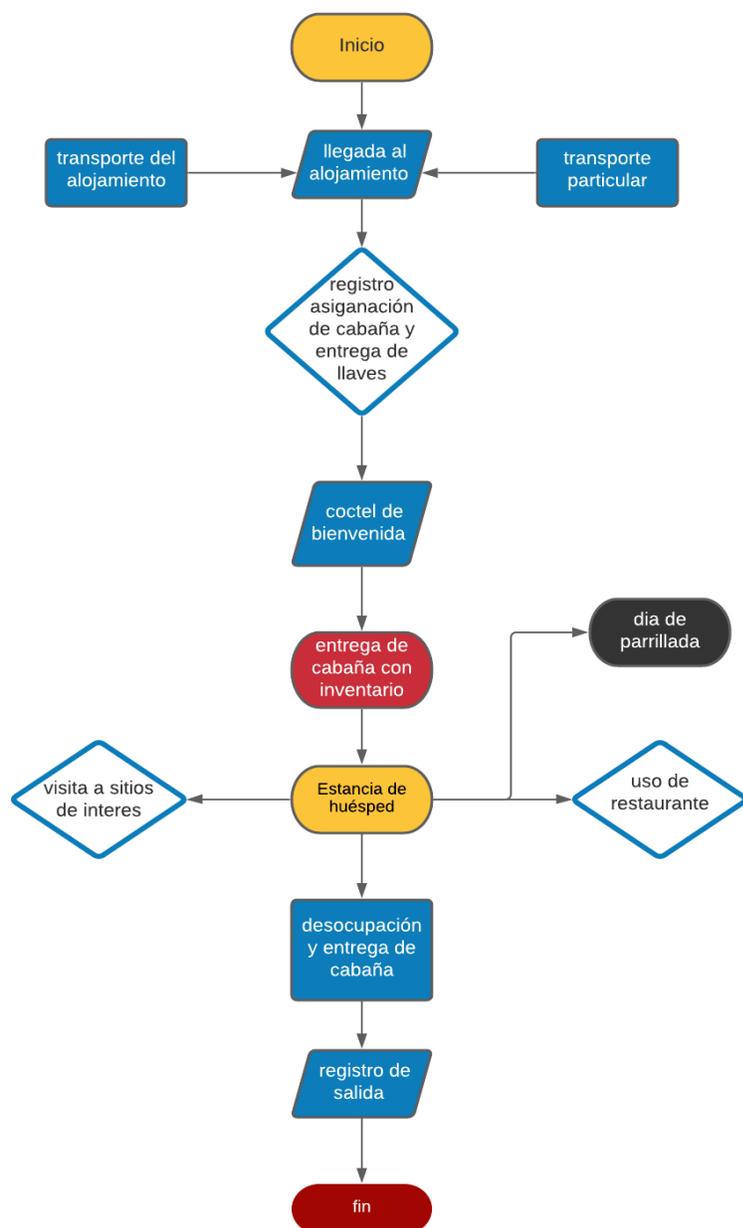
el adoquín formara senderos peatonales  
alrededor de las instalaciones  
en los perímetros del predio, alrededor de las  
cabañas, restaurante y salón social de eventos

---

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

*Diagrama de bloque.*

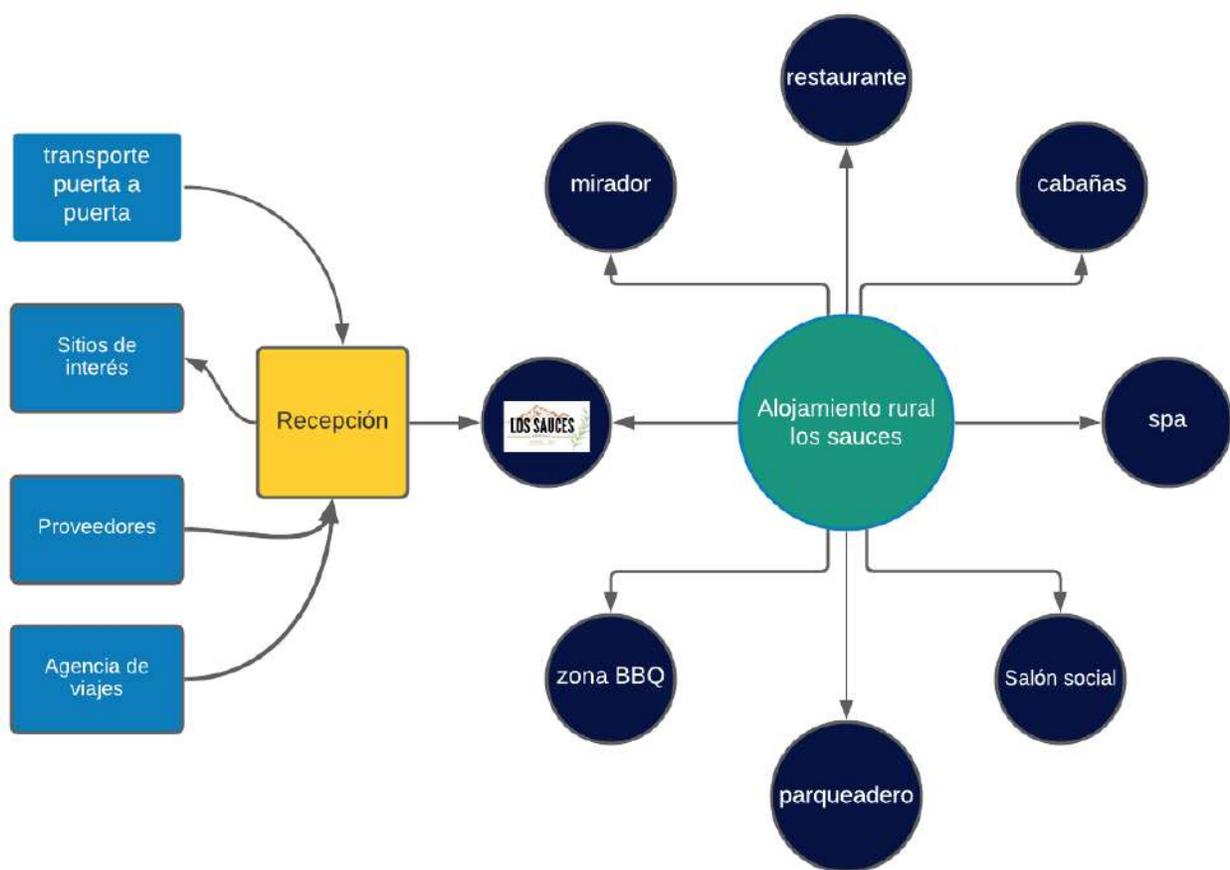
Figura 11



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Cadena de distribución.

Figura 12



Fuente tomada de. Elaboracion propia



## Costos de producción

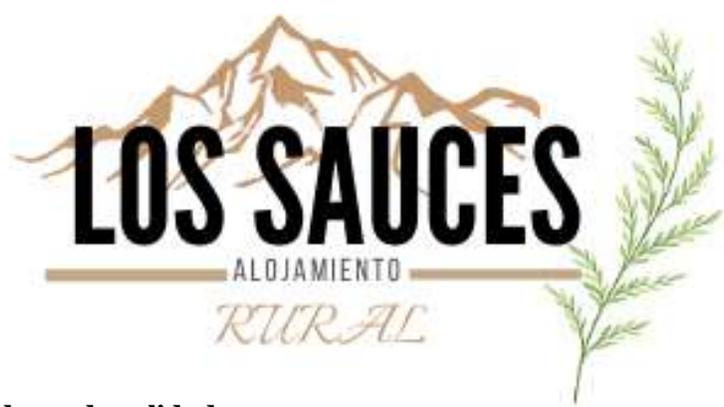
**Tabla 9**

<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	
Costo unitario de materiales	\$ 31.267
costo unitario de mano de obra	\$ 5.448
costo unitario de CFI (costos indirectos de fabricación)	\$ 268
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	<b>\$ 36.984</b>

**Tabla 10**

<b>PRECIO DE COSTO</b>	\$ 36.984
<b>MARGEN DE UTILIDAD</b>	60%
<b>PRECIO DE VENTA</b>	\$ 92.460
<b>UTILIDAD</b>	\$ 55.476

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*



### Indicadores de calidad.

**Tabla 11**

CALIDAD	INDICADORES
Proceso	Nivel de cumplimiento de las especificaciones previstas en la realización de las actividades.
Servicio	Reflejan las características del servicio final ofrecido al visitante
Percepción del visitante	opinión del visitante
Habitaciones	limpieza del lugar, calidad de los tendidos y colchones
Personal	presentación personal, aseo y limpieza, elementos de protección personal
protocolos de seguridad	personal de seguridad, cajas fuertes para pertenencias de valor de los clientes, vías de evacuación, botiquines médicos
higiene	limpieza o aseo del lugar, estado de los baños, alrededores de las instalaciones, trabajadores aseados, uniforme impecable y uñas cortas
Amabilidad	trato amable. Cortes y servicial con el cliente
Atención personalizada	se toman en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares del cliente.
Comodidad	espacios suficientemente amplios, sillas cómodas, mesas amplias, estacionamiento vehicular.

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*



## Producción

### *Brochure*

Figura 13



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*



Figura 14

## Sobre nosotros

Somos una compañía altamente calificada en el sector de alojamiento turístico ecológico en el departamento de Boyacá con instalaciones diseñadas acorde al contraste del lugar, contamos con personal calificado para la atención de nuestros visitantes, nuestro sitio se encuentra estratégicamente ubicado en el centro de Boyacá, municipio de Combita, vereda la concepción para coordinar visitas de interés a los distintos sitios emblemáticos del departamento como lo son la laguna sochagora y sus aguas termales, el monumento de pantane de Vargas del municipio de Paipa, el municipio de villa de Leyva con sus calles empedradas y arquitectura colonial, el valle de los dinosaurios, el municipio de Ramiriquí con sus artesanías en barro, La basílica de la virgen de Chichinquirá, al oriente se encuentra la laguna de tota en el municipio de Aquitania, Iza con su variedad de postres.

### Nuestros servicios, instalaciones y personal harán que tu experiencia sea excelente.

## Nuestro alojamiento

---

#### NUESTRO RESTAURANTE

Ubicado en la parte alta del complejo donde disfrutara un delicioso plato típico del lugar mientras visualiza el imponente paisaje de la region.

#### NUESTRAS CABAÑAS

Diseñadas para albergar ó personas en tres cómodas habitaciones, sala, comedor y cocina dotada de elementos básicos para que puedas preparar tus propios alimentos; spa para relajamiento.

#### NUESTRO SALON SOCIAL

Cuenta con un amplio salon social para desarrollar tus reuniones con capacidad de cien personas, baños para damas, caballeros y personas en condición de discapacidad, camerino, recepción y servicio de parqueo.

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*



**Ficha técnica del alojamiento.**

**Tabla 12**

<b>NOMBRE DEL HOTEL</b>	Alojamiento rural Los sauces
<b>DIRECCION</b>	Km 2 vía Combita -vereda la concepción.
<b>TELEFONO</b>	057-3209563422
<b>EMAIL</b>	oscaravilam@lossauces.com
<b>SITIO WEB</b>	www.alojamientorurallossauces.com
<b>CATEGORIA</b>	3 estrellas
<b>TIPO DE HOTEL</b>	Alojamiento rural
<b>NUMERO DE PISOS</b>	1
<b>NUMERO DE HABITACIONES</b>	60
<b>FACILIDADES HABITACIONALES</b>	Televisor por cable, agua caliente, servicio de teléfono
<b>RESTAURANTE</b>	restaurante en la parte alta de predio enfocado a cocina tradicional de la región
<b>ZONA HUMEDA Y /O SPA</b>	si
<b>SALONES PARA ENVENTOS</b>	salón social con capacidad para 100 personas
<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b>	caja de seguridad, servicio de transporte a sitios de interés

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*



## **Prototipo**

### **Características de producto o servicio.**

- Proporcionar una visión física del espacio, donde se muestra la cantidad de terreno que se piensa utilizar en el desarrollo del proyecto.
- Mostrar las características topográficas del terreno.
- Mostrar cualidades espaciales de la construcción, volumetría y distribución de las edificaciones en el lugar.

### **Características del prototipo.**

- se empleó material como fue láminas de cartón industrial cortado en ondas unidas con pegamento uhu para representar las características del terreno como lo es la inclinación e irregularidad del mismo y la alteración que sufrirán por el proyecto.
- se utilizaron papel pulpa de madera blanco y pegamento UHU para unir las piezas, impresión de planos para corte de piezas con el cual se representan los volúmenes de construcción sobre el terrero a escala 1:150 que nos ayudara a identificar visualmente las medidas y distribución de espacio, circulación e identificación de lugares, diseño de las edificaciones, formas y tamaños.



### **Interacción de cliente con el prototipo.**

El prototipo será expuesto primero a nuestros familiares, segundo en lugares públicos como la universidad, tercero en las recepciones de conjuntos residenciales, cuarto envío de fotos a través de nuestras redes sociales en que además se pedirá una pequeña encuesta para validar las opiniones de nuestros clientes.



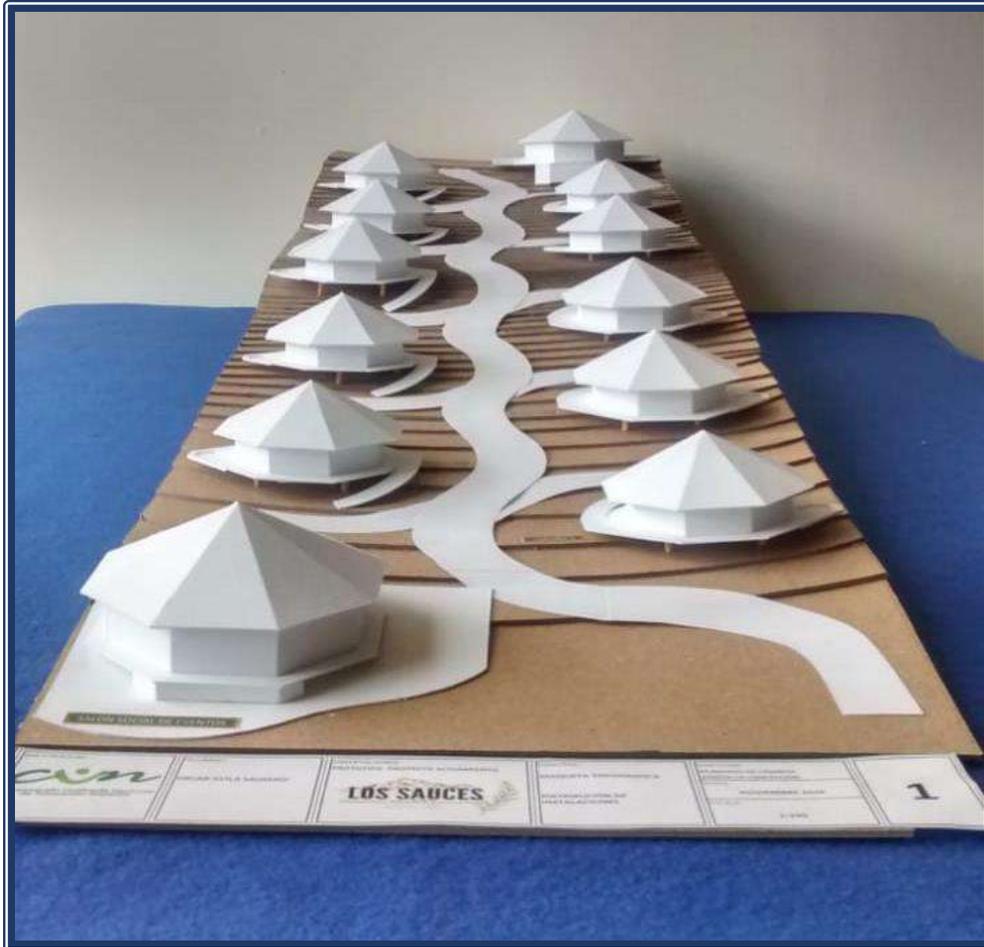
**Evidencia del prototipo.**

Figura 15



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 16



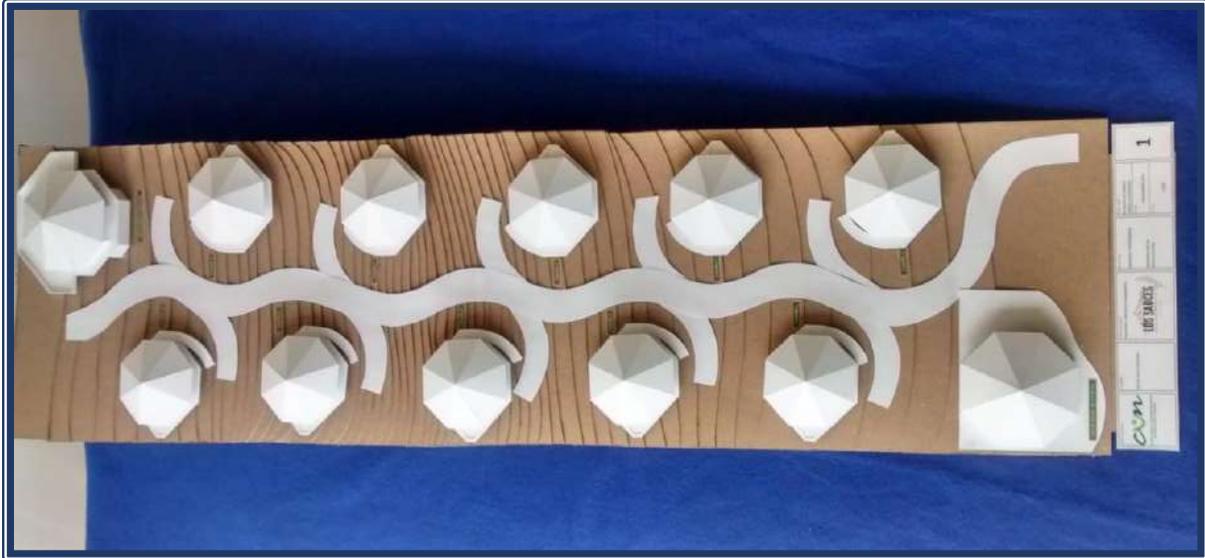
*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 17



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 18



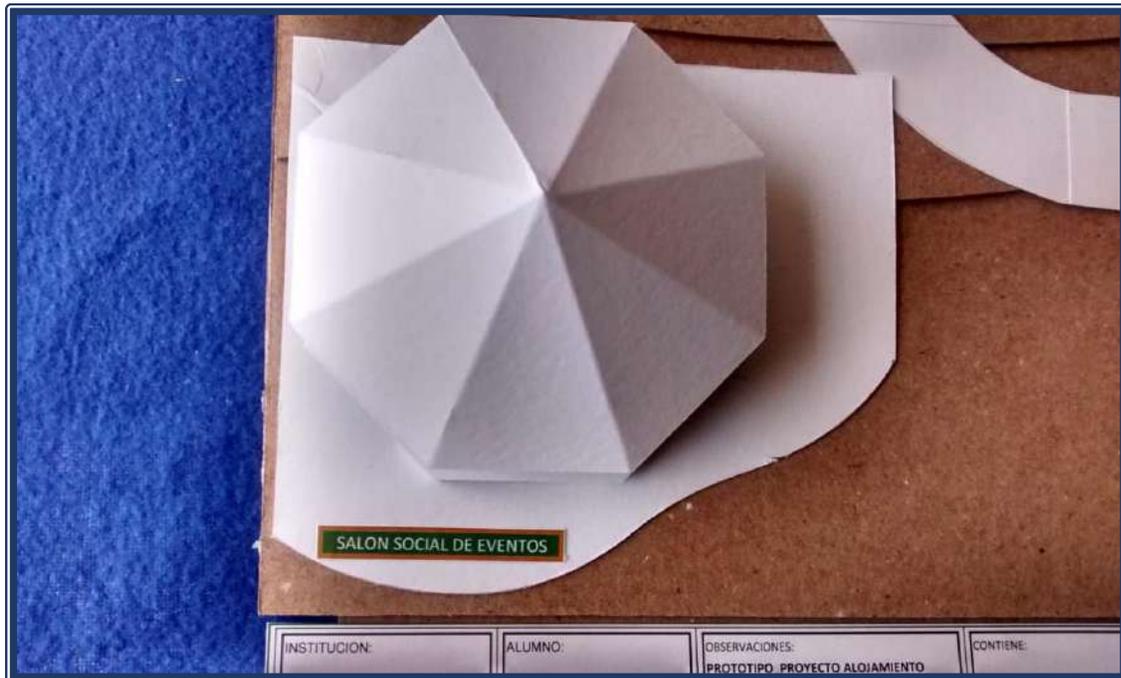
*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 19



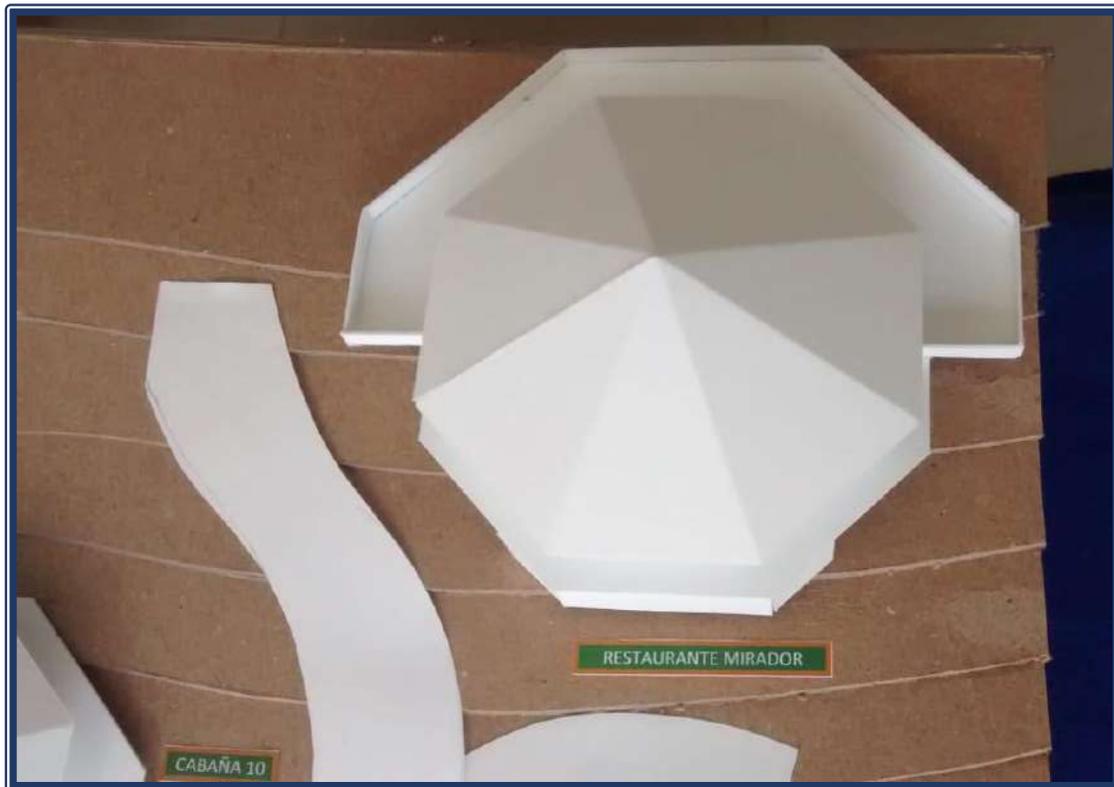
*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 20



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 21



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 22



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 23



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 24



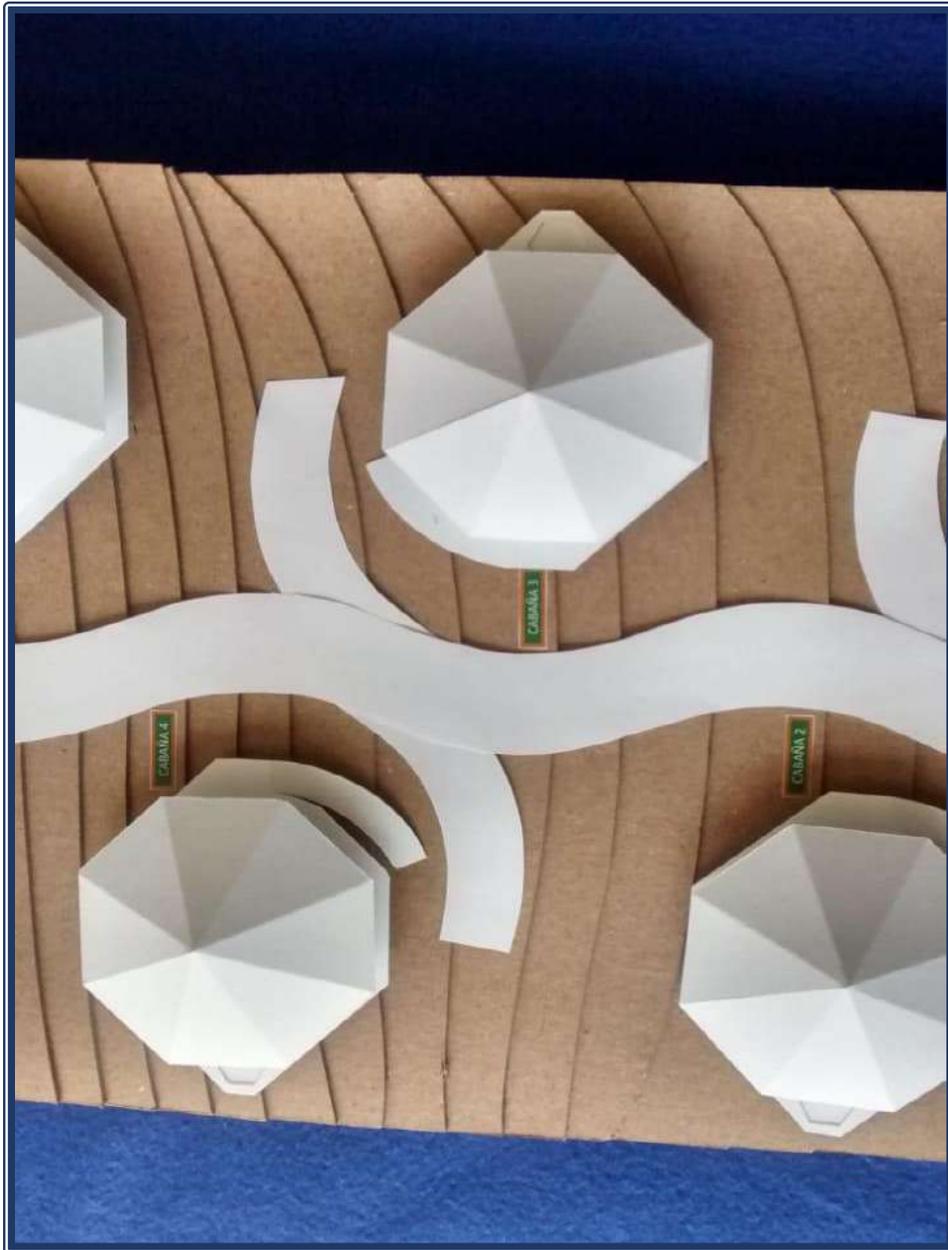
*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 25



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 26



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 27



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*



**Modelo Running Lean.**

Figura 28

**LIENZO LEAN CANVAS**



FUENTE: Innobaki, disponible en url:  
(innokabi, 2020)



## **Objetivo de investigación de mercado.**

### **Objetivo general**

El objetivo es conocer la tendencia de consumo y preferencias de nuestros clientes potenciales frente al tipo de vacaciones que quiere desarrollar.

### **Objetivos específicos.**

- Conocer la frecuencia de viajes que realizan en un año el segmento de los clientes al cual va enfocado el proyecto.
- Evaluar el promedio que invierte una persona en turismo para sus vacaciones en cada viaje.
- Validar el interés de los turistas frente a los servicios que se piensan ofrecer en el proyecto propuesto.

De acuerdo a los objetivos planteados la técnica de recolección de información que se va desarrollar es de forma cuantitativa por medio de una encuesta que contiene quince preguntas en la que se podrán validar los elementos planteados en los objetivos.



**Formulario de encuesta.**

Figura 29

Alojamiento rural los sauces

Comparte tu opinión, nos gustaría saber mas sobre tus gusto a la hora de planear tus vacaciones.

1. ¿Cuántas veces al año sale de viaje?

1

2

3

4

5

Añadir opción o añadir respuesta "Otro"

Obligatorio

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 30

<p>1. ¿Cuántas veces al año sale de viaje?</p> <p><input type="radio"/> 1</p> <p><input type="radio"/> 2</p> <p><input type="radio"/> 3</p> <p><input type="radio"/> 4</p> <p><input type="radio"/> 5</p>
<p>2. Al realizar un viaje, ¿Prefiere hacerlo solo o acompañado?</p> <p><input type="radio"/> Solo</p> <p><input type="radio"/> Acompañado</p>
<p>3. ¿Cuál es el motivo por el cual desea realizar el viaje?</p> <p><input type="radio"/> Descanso</p> <p><input type="radio"/> Placer</p> <p><input type="radio"/> Educación</p> <p><input type="radio"/> Recreación</p> <p><input type="radio"/> Otra...</p>

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 31

4. ¿Cuál fue el destino principal en su último viaje?

1. Amazonas
2. Antioquia
3. Arauca
4. Atlántico
5. Bolívar
6. Boyacá
7. Caldas
8. Caquetá
9. Casanare
10. Cauca
11. Cesar
12. Chocó
13. Córdoba
14. Cundinamarca
15. Guainía
16. Guaviare

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*



Figura 32

17. Huila
18. La Guajira
19. Magdalena
20. Meta
21. Nariño
22. Norte de Santander
23. Putumayo
24. Quindío
25. Risaralda
26. San Andrés y Providencia
27. Santander
28. Sucre
29. Tolima
30. Valle del Cauca

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 33

5. ¿Cuántas noches paso allí?

1

2

3

Mas de 3

6. ¿Cuál fue el principal medio de transporte utilizado para este último viaje?

Aéreo

Terrestre publico

Terrestre particular

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 34

7. ¿En este último viaje, pagó usted por paquete turistico?

si

No

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 35

8. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere utilizar en sus viajes?

Hotel



Alojamiento rural



Campamento o camping



Centro vacacional



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*



Figura 36

9. ¿Cuál es el presupuesto por persona que utiliza para un viaje?

Entre 100.000 a 200.000

Entre 200.000 a 500.000

Entre 500.000 a 700.000

Mas de 700.000

10. ¿Cuál es la temporada del año en la que prefiere salir de viaje?

Enero-marzo

Abril-junio

Julio-septiembre

Octubre-diciembre

11. ¿Qué herramientas utiliza para buscar hospedaje?

Páginas web

Agencia de viajes

Redes sociales

Recomendado

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 37

12. ¿Le gustaría conocer sitios de interés en el departamento de Boyacá?

Sí



No

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 38

13. Si su respuesta es sí, Dé los tipos de turismo que ofrece el departamento en cual desearía incursionar?

Ecoturismo



Cultural



Histórico



Religioso



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 39

Gastronómico



De aventura



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 40

14. ¿Qué tipo de actividades desearía realizar?

Bicicleta de montaña



Rutas a caballo

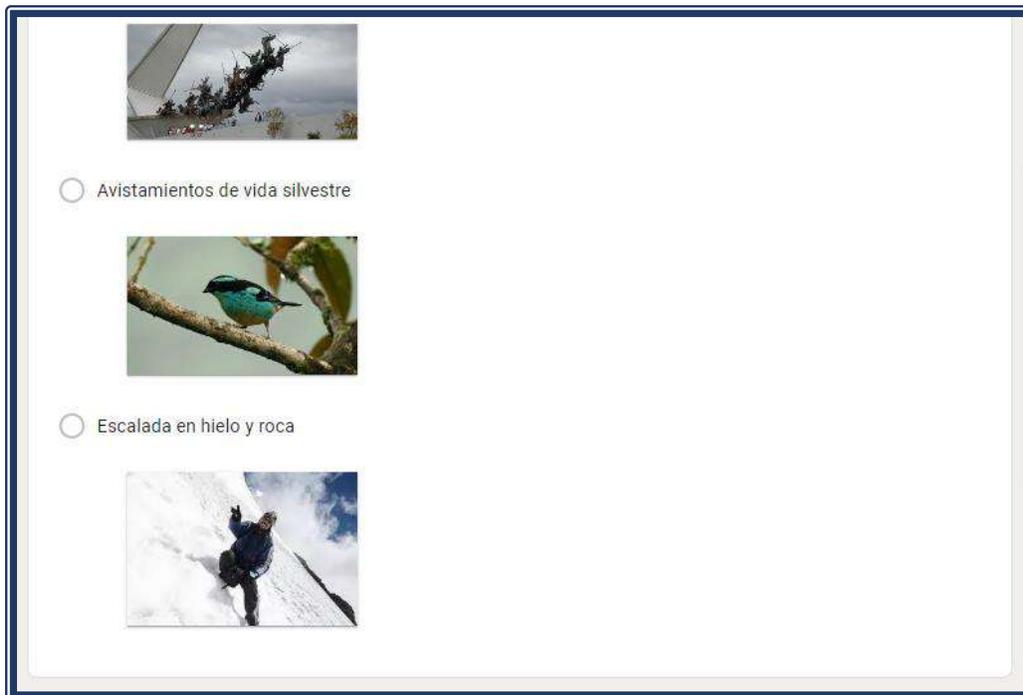


Visitas guiadas



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 41



Avistamientos de vida silvestre



Escalada en hielo y roca



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 42

15. ¿Le gustaría comprar un paquete turístico de las siguientes características? Transporte privado puerta a puerta ida y regreso, alojamiento tipo cabaña campestre para su núcleo familiar, visitas personalizadas a distintos sitios de interés.

Sí

No

*Fuente tomada de. Elaboracion propia*



## Tamaño de la Muestra

Formulas generales Para poblaciones infinita (más de 100.000 habitantes):

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

Donde:

n= Muestra

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

Z= nivel de confianza elegido 95%

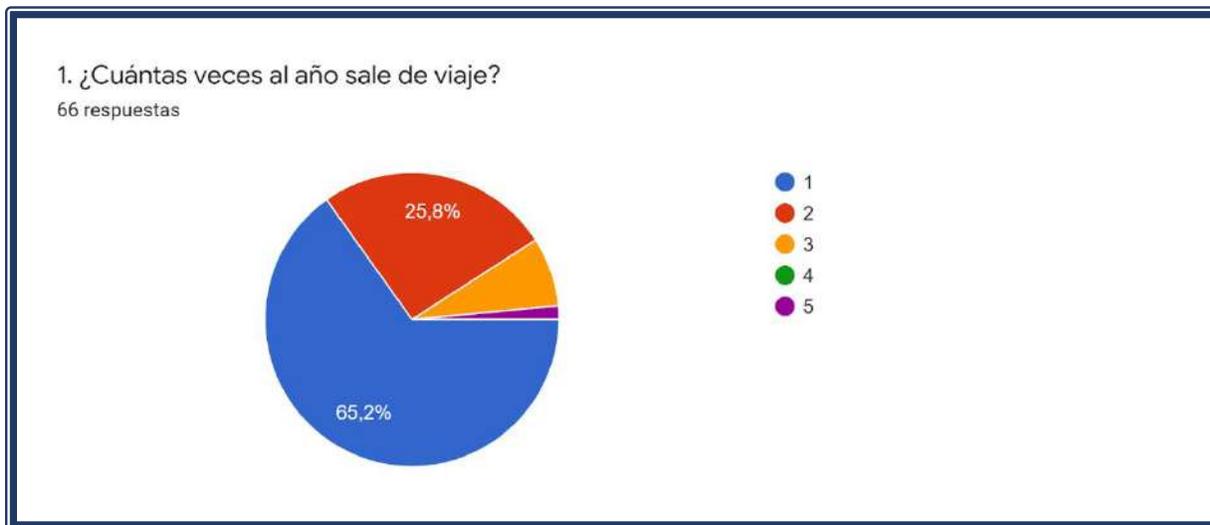
e= Error de muestra 5%

$$n = 1.96^2 * 0.5 * 0.5 / 0.005^2$$

$$n = 383$$

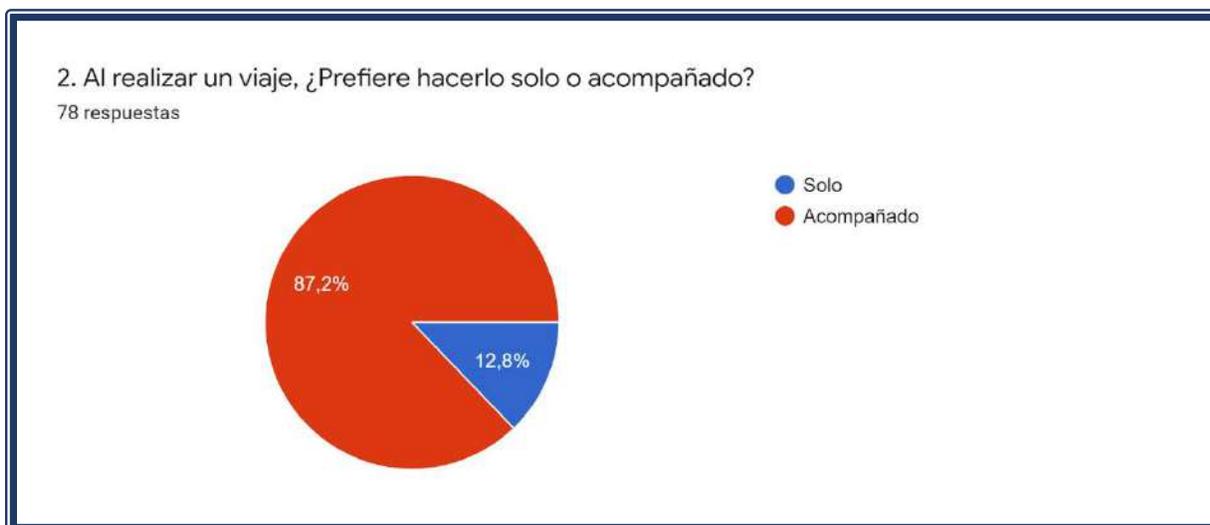
Tabulación de resultados

Figura 43



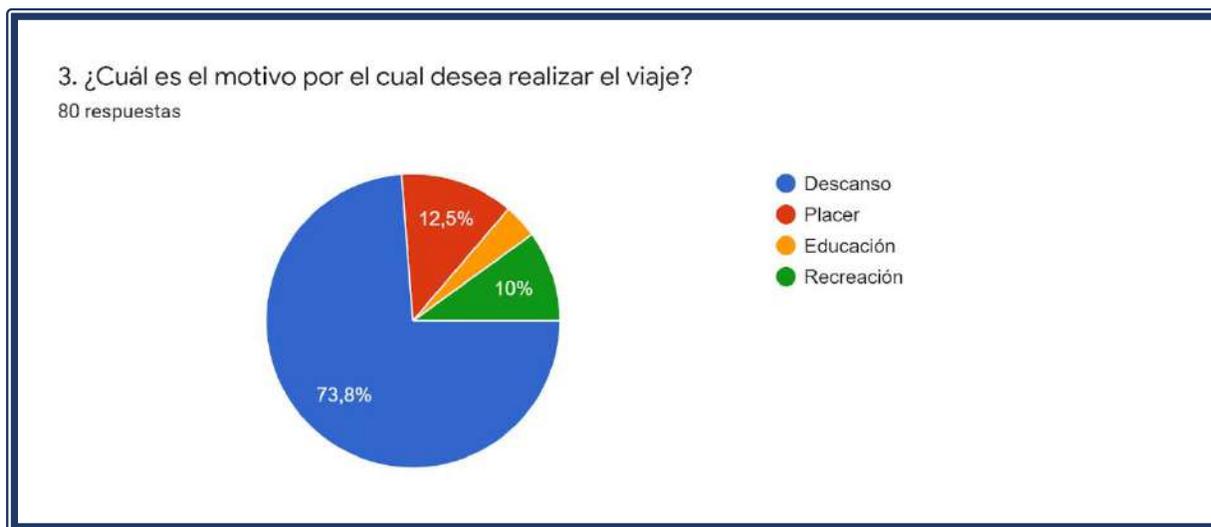
Fuente tomada de. Elaboracion propia

Figura 44



Fuente tomada de. Elaboracion propia

Figura 45



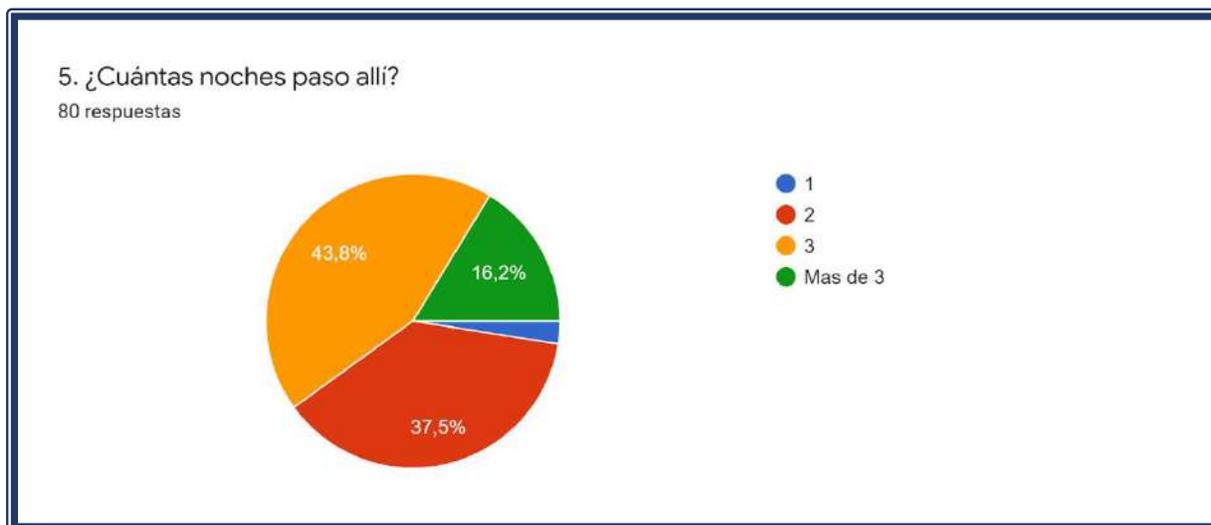
Fuente tomada de. Elaboracion propia

Figura 46



Fuente tomada de. Elaboracion propia

Figura 47



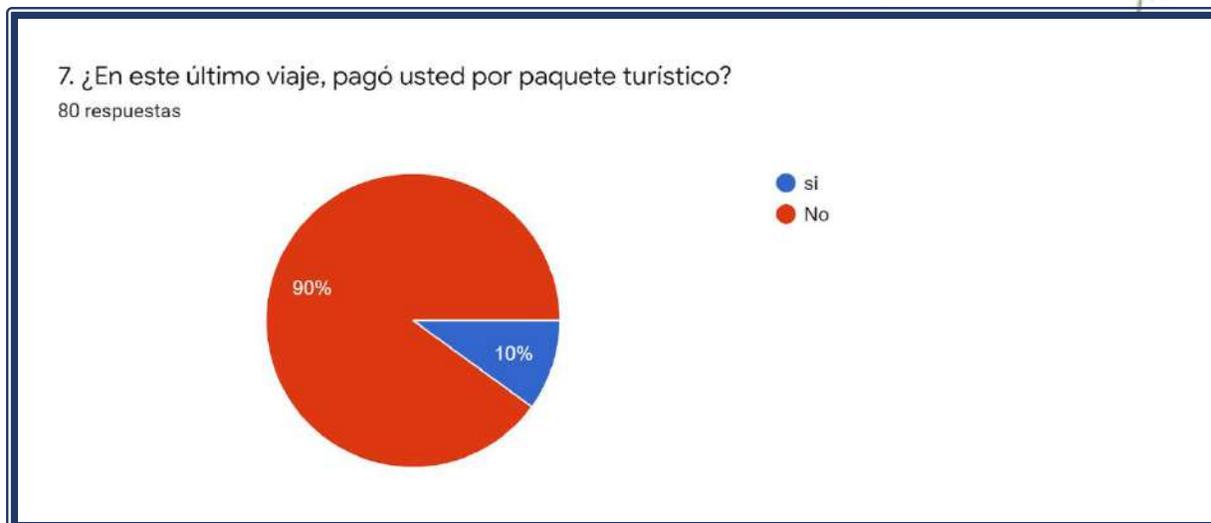
Fuente tomada de. Elaboracion propia

Figura 48



Fuente tomada de. Elaboracion propia

Figura 49



Fuente tomada de. Elaboracion propia

Figura 50



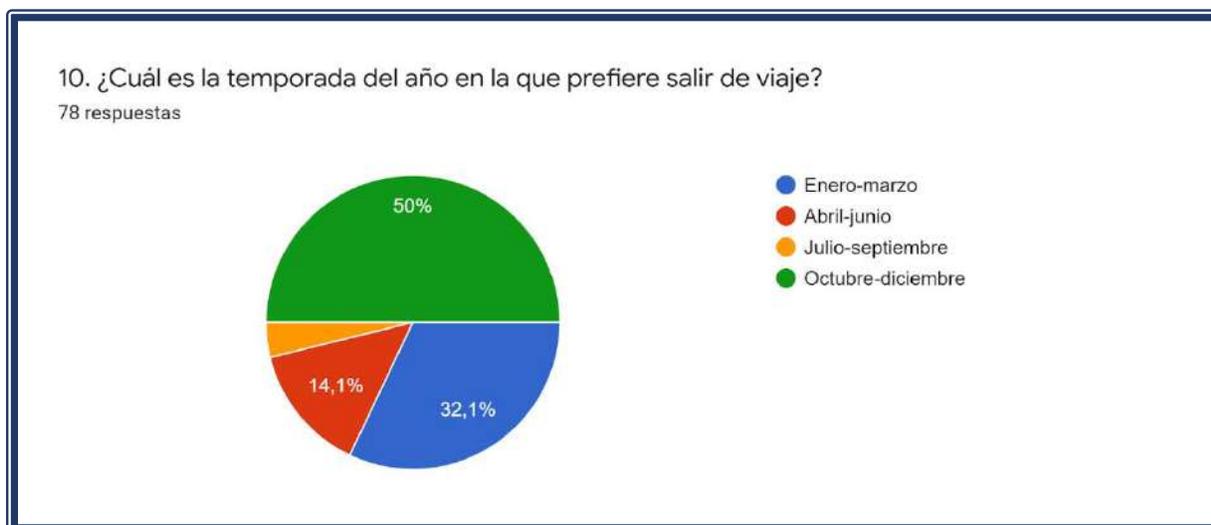
Fuente tomada de. Elaboracion propia

Figura 51



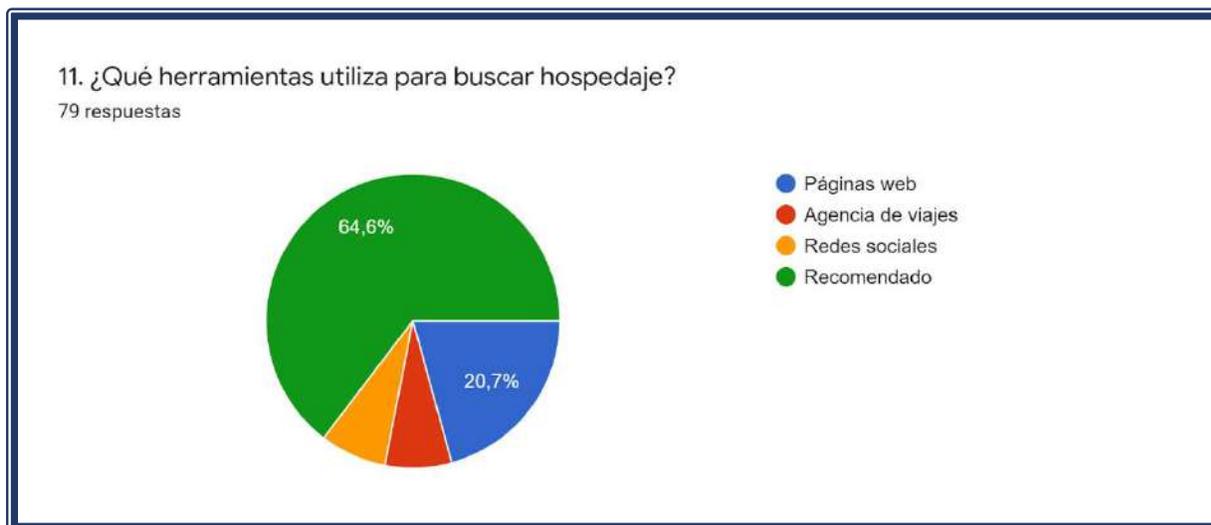
*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 52



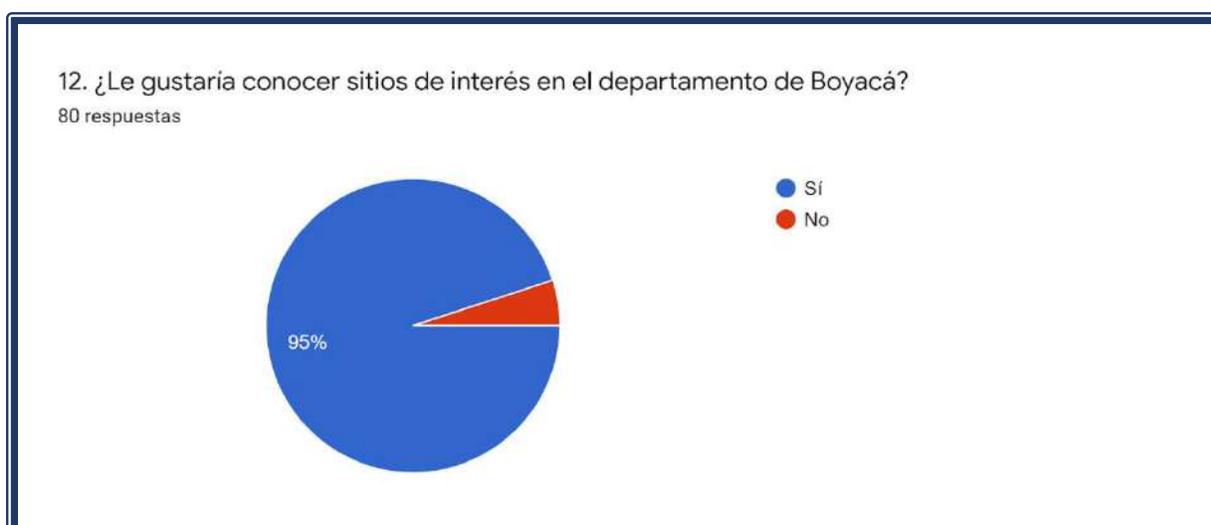
*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 53



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 54



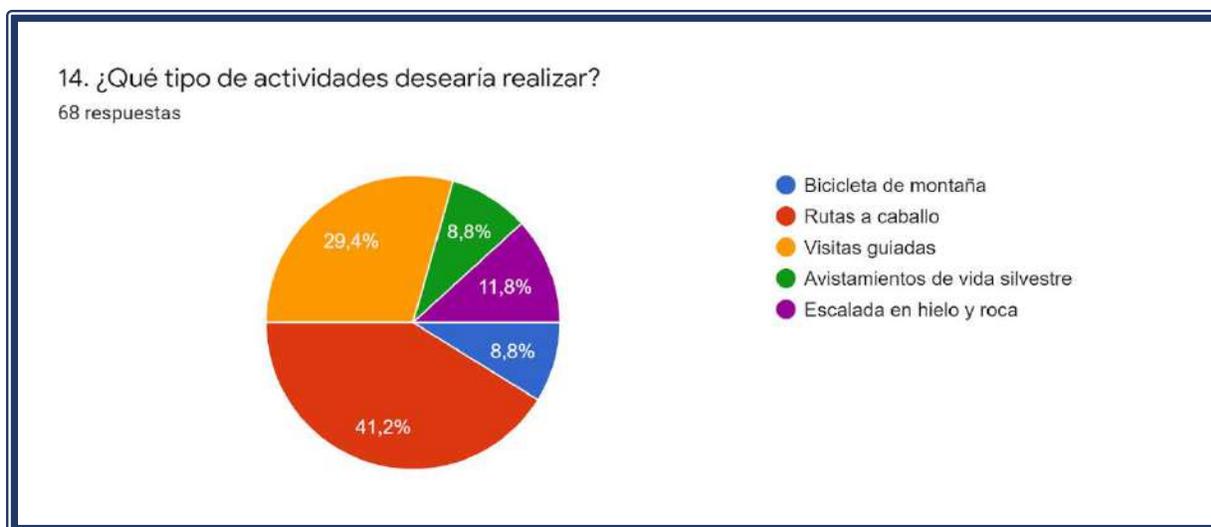
*Fuente tomada de. Elaboracion propia*

Figura 55



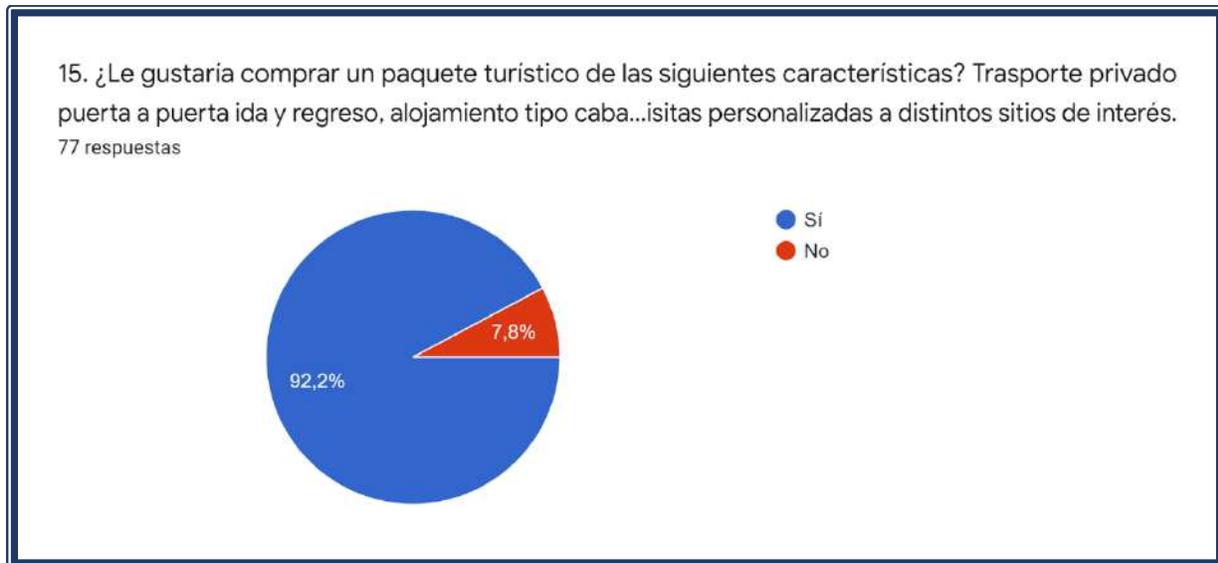
Fuente tomada de. Elaboracion propia

Figura 56



Fuente tomada de. Elaboracion propia

Figura 57



*Fuente tomada de. Elaboracion propia*



### **Análisis de la encuesta.**

- En la pregunta numero 1 se puede identificar que el 65% de los encuestados salen de viaje una vez por año.
- En la pregunta numero 2 el 87% salen a viajar con acompañantes, este resultado es importante para el proyecto ya que uno de los fuertes es hospedar familiar completas.
- En la pregunta numero 3 el 73,8% sele de viaje por motivos de descanso, es otro punto importante ya que uno de los objetivos del alojamiento rural es ofrecer descanso y placer.
- En la pregunta numero 4 el destino más concurrido es Cundinamarca con un 61,3% seguido del 15% al departamento de Boyacá, con estos resultados se puede identificar que una tercera parte de los encuestados no conoce el departamento de Boyacá por tanto de debe trabajar mas en dar a conocer y promocionar el lugar.
- En la pregunta numero 5 evidenciamos que los índices de las noches que pasaron en sus destinos son entre 2 noches con un 37,5% y tres noches con un 43.8%, este dato es esencial para promediar los días de ocupación de las cabañas y así mismo ofrecer paquetes turísticos.
- En la pregunta numero 6 el tipo de transporte mas utilizado en los viajes es de tipo particular con un 77,2% seguido de un trasporte público con un 17,7%, con este se puede dar marcha con el servicio planteado de ofrecer transporte puerta a puerta.



- En la pregunta numero 7 el 90% no pagan paquetes turísticos, esto puede ser una desventaja significativa para el proyecto en la que hay que replantear la forma de ofrecer el negocio en que se piensa incursionar.
- En la pregunta numero 8 el hotel es el medio de alojamiento que más utilizan con un 51.2%, aun así, se pude incursionar en el tipo de alojamiento rural con un 15%
- En la pregunta numero 9 el presupuesto utilizado por persona oscila entre 200.000 y 500.000 pesos según encuesta con el 68,8%, este dato es uno de los mas importantes a la hora de hacer el estudio de gastos y utilidades para tener claro la viabilidad del negocio.
- En la pregunta numero 10 la temporada mas concurrida para salir de viaje es entre octubre y diciembre con un 50% seguida de enero y marzo con 32,1% y abril a junio con un 14,1%.
- En la pregunta numero 11 las herramientas mas utilizadas para buscar hospedaje son por recomendación con un 64,6% seguido de páginas web con un 20,7%, con este dato se pude evaluar el tipo de comunicación que se va a utilizar para promocionar el negocio.
- En la pregunta numero 12 el 95% de los encuestados les gustaría conocer el departamento de Boyacá, dato importante ya que es el lugar donde se desarrollará el proyecto.
- En la pregunta numero 13 el tipo de turismo que ofrece el departamento les llama más la atención en la parte gastronómica con un 49,3%, uno de los objetivos planteados en el
-



- proyecto es tener servicio de restaurante como uno de los recursos mas importantes en el tema de utilidades dentro del negocio.
- En la pregunta numero 14 las actividades que más les gustaría realizar son rutas a caballo con un 41,2% seguido de visitas guiadas con 24.9%, a partir de estos resultados se consolidaran los distintos paquetes que se piensan ofrecer en el proyecto
- En la pregunta número 15, se encierra de manera resumida nuestra hipótesis de negocio que se ha validado desarrollando y con el ejercicio de la encuesta muestra resultados muy positivos de acuerdo a los resultados que se obtuvieron demostrando gran acogida en el segmento de mercado.



## Bibliografía

Booking.com. (2020). *Booking.com*. Obtenido de

[https://www.booking.com/searchresults.es.html?aid=318615&label=New\\_Spanish\\_ES\\_CO\\_20153955145-WpkM8ODXpuszCk4jGkP47wS99511170745%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aneg%3Afi10683457612%3Atiaud-297601666275%3Aadsa-55482331735%3Alp1003659%3Ali%3Adec%3Adm&sid=7a44](https://www.booking.com/searchresults.es.html?aid=318615&label=New_Spanish_ES_CO_20153955145-WpkM8ODXpuszCk4jGkP47wS99511170745%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aneg%3Afi10683457612%3Atiaud-297601666275%3Aadsa-55482331735%3Alp1003659%3Ali%3Adec%3Adm&sid=7a44).

Boyacá, G. d. (s.f.). *sistema de informacion turistica de Boyaca*. Obtenido de

<http://situr.boyaca.gov.co/estadisticas/turismo-receptor/>.

Camara de Comercio de Bogotá. (2020). *Camara de Comercio de Bogotá ( Figura 1)*. Obtenido de

<https://www.ccb.org.co/>

Corporacion unificada de educacion superior cun. (2020). *Virtual.cun.edu.co (tabla1)*. Obtenido de

<https://www.cun.edu.co/>

COTELCO. (1 de NOVIEMBRE de 2018). <http://www.cotelcoatlantico.org/noticias/94-nuevo-decreto-2063-del-1-de-noviembre-de-2018>.

depositphotos. (s.f.). *depositphotos*. Obtenido de <https://sp.depositphotos.com/vector-images/arbol-con-raices.html>



Informacion juridica, t. y. (s.f.). V/LEX COLOMBIA. Obtenido de <https://www.portafolio.co/la-s-reglamento-hotelero-colombia-3769314>.

Portafolio.co. (s.f.). *Clase media colombiana, un mercado de mucha talla*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/clase-media-colombiana-mercado-talla-83050>.