

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS DE HOSPEDAJE ESTUDIANTIL PARA LA CIUDAD DE SANTIAGO
DE CALI

POSADA VÉLEZ SOFÍA

SOLARTE DAZA ANGIE JOJHANA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2020

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS DE HOSPEDAJE ESTUDIANTIL PARA LA CIUDAD DE SANTIAGO
DE CALI

POSADA VÉLEZ SOFÍA

SOLARTE DAZA ANGIE JOJHANA

Proyecto presentado para optar al título de Administración de empresas.

Director de trabajo de grado: Sandra Carolina Cortés

Maestría en Mercadeo Internacional

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2020

NOTA DE ACEPTACIÓN

Aprobado por la asesora Sandra Carolina Cortés con sus respectivas correcciones, verificadas en el documento, bajo los parámetros exigidos por la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium para optar al título de Administración de empresas.

Sandra Carolina Cortes

Director Proyecto de Grado

Firma del jurado

Firma del jurado

Santiago de Cali, 16 de mayo de 2020.

DEDICATORIA

Dedicamos a nuestro Padre Creador este proyecto, por concedernos la vida; la actitud, disciplina, y fundamentalmente el amor para seguir y luchar por este proceso y por ser el guía incondicional para nuestra vida. También a nuestros padres por ayudarnos a superar cada uno de los obstáculos que se nos han ido presentando a lo largo del camino.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos primordialmente a Dios, padres y familiares por hacer parte de nuestra formación personal y estudiantil.

También, a nuestros profesores que con su educación y experiencias vividas han enriquecido poco a poco nuestro conocimiento.

Finalmente, agradecemos Brayan Steven Gómez quién de un modo u otro hizo que esto fuera posible y a nuestra directora y asesora de proyecto Sandra Carolina Cortés.

TABLA DE CONTENIDO

1.	CONTEXTUALIZACIÓN	19
1.1	TITULO DEL PROYECTO	19
1.2	LÍNEA DE EMPRENDIMIENTO	19
1.3	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	19
1.4	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	22
1.5	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
1.6	JUSTIFICACIÓN.....	23
1.7	MARCOS DE REFERENCIA.....	24
1.8	MARCO CONCEPTUAL.....	
1.9	MARCO CONTEXTUAL	29
1.10	MARCO LEGAL	29
1.11	ASPECTOS METODOLÓGICOS	31
2.	ANÁLISIS DEL MERCADO.....	34
2.1	ANÁLISIS DEL SECTOR	34
2.2	ESTRUCTURA DEL MERCADO	34
2.3	CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO	47

2.4	PLAN DE MERCADEO.....	50
3.	ESTUDIO TÉCNICO	57
3.1	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	57
3.2	SERVICIO.....	57
3.3	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	62
4.	LINEAMIENTOS ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	63
4.1	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	63
4.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	64
4.3	MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL	71
4.4	PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL.....	73
4.5	PROCESO DE CONTRATACIÓN	76
4.6	PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL.	77
5.	ESTRUCTURA FINANCIERA	79
5.1	INVERSIÓN EN PESOS.....	79
5.2	AMORTIZACIÓN EN PESOS.....	81
5.3	GASTO EN PESOS.....	82
5.4	VENTAS Y COSTOS EN PRECIOS.....	83

6.	CONCLUSIONES.....	85
7.	RECOMENDACIONES.....	87

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Marco legal Capri U house.....	29
Cuadro 2. Cobertura de población en la ciudad Santiago de Cali	35
Cuadro 3. Población por estudiantes matriculados	36
Cuadro 4. Consolidado de los estudiantes graduados y matriculados.....	37
Cuadro 5. Matriz de porter	38
Cuadro 6. Descripción de servicios de Capri U house.....	39
Cuadro 7. Tamaño de la muestra de los estudiantes encuestados	41
Cuadro 8. Descripción de espacios comunes	47
Cuadro 9. Descripción de espacios individuales.....	47
Cuadro 10. Descripción de distribución de pisos	48
Cuadro 11. Competencia de Capri U house	49
Cuadro 12. Precios de los bienes sustitutos de Capri U house.....	49
Cuadro 13. Objetivos estratégicos del plan de mercadeo	50
Cuadro 14. Precios de las habitaciones de Capri U house.....	52
Cuadro 15. Estrategia de precios	52
Cuadro 16. Estrategia de ventas	52
Cuadro 17. Descripción estratégica promocional	53
Cuadro 18. Espacios de la residencia estudiantil	57
Cuadro 19. Descripción de las medidas de los cuartos amoblados	57
Cuadro 20. Descripción de puestos	64
Cuadro 21. Descripción de cargo Gerente	65
Cuadro 22. Funciones laborales de gerencia	65
Cuadro 23. Descripción de cargo gerente comercial	66
Cuadro 24. Funciones laborales de gerencia comercial.....	66
Cuadro 25. Descripción cargo contador	67
Cuadro 26. Funciones del contador público.....	68
Cuadro 27. Descripción cargo personal de aseo	69
Cuadro 28. Funciones del personal de aseo	69

Cuadro 29. Inversión en pesos	79
Cuadro 30. Valor del préstamo	81
Cuadro 31. Valor del préstamo proyección a 5 años	81
Cuadro 32. Gasto en pesos	82
Cuadro 33. Ventas y costos en precios	83
Cuadro 34. Estado de resultados	83

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Estrategia de distribución	54
Figura 2. Diagrama de servicios de Capri U house	
Figura 3. Organigrama Capri U house.....	71
Figura 4. Modelo de reclutamiento de personal	71

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfica 1. Porcentaje de estudiantes provenientes de otras ciudades	41
Gráfica 2. Porcentaje de las preferencias en el hospedaje para Capri U house	42
Gráfica 3. Preferencias de servicios de Capri U house	43
Gráfica 4. Servicios adicionales de preferencia	45
Gráfica 5. Nivel de ingresos de los estudiantes encuestados.....	51

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Manual para la gestión del capital humano en las organizaciones ...	73
Ilustración 2. Proceso de capacitación y selección de personal.....	75

LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1. Ubicación estratégica de Capri U house40

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta.....	92
-----------------------------------	----

RESUMEN

La presente investigación se realizó a la comunidad estudiantil provenientes de diferentes partes del país durante el período comprendido entre el año 2019 y 2020, el propósito es dar a conocer una de las situaciones por las que se ve enfrentado un estudiante que decide iniciar su carrera en una universidad diferente a la natal; para ello fue necesario realizar una contextualización del problema sobre los posibles escenarios que puede vivir un estudiante extranjero, además de sus comportamientos ante la situación que pueden presentar al no encontrar un lugar que se ajuste a sus expectativas y finalmente se determinó el costo de llevar a cabo una residencia estudiantil cumpliendo con los parámetros de la población estudiantil.

Palabras Claves: Factibilidad, falencias, costo.

ABSTRACT

The present investigation was realized to the student's community from different parts of the country, during the period between 2019 and 2020. The purpose is to amount one of the situations that a student must face a career in a different university from the native one; it was necessary to contextualize the problem about the possible scenario that a foreign student may live, in addition to their behaviors in the face of the situation that they may present when they don't find a place that meets their expectation and finally the cost of carrying out a student residence complying with the parameters of the student population.

Keywords: Feasibility, shortcoming, cost.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como base fundamental el alojamiento estudiantil, donde por medio de éste se le pretende ofrecer el apoyo y acompañamiento del proceso de formación académico y desempeño del mismo. El estudio de viabilidad para la creación de una empresa de servicios de hospedaje estudiantil se realiza con la característica principal de facilitar la vida diaria de un estudiante al no ser residente de la ciudad, es decir, ofrecer un servicio para aquellos estudiantes que se ven obligados a hospedarse en la ciudad por razones académicas.

Desde el interés académico, los estudiantes necesitan sentir un apoyo para su desarrollo universitario, ya que es necesario que se sientan con la seguridad de tener un lugar donde residir, el cual le ofrezca una calidad de vida agradable.

Por otro lado, desde el interés profesional, versó de llegar a conocer que tan seguro se encuentran los estudiantes extranjeros en el momento de buscar un lugar que se acoja a sus necesidades; conocer qué tipo de experiencias y modalidades pueden llegar a tener y con ello ofrecer un alojamiento teniendo en cuenta sus expectativas.

Finalmente, la metodología que se realizó en este proyecto fue con una serie de encuestas a estudiantes con un rango de edad de 18 a 24 años para hallar la posibilidad de que crear un tipo de servicio como éste, la muestra que se tomó fue de 167 estudiantes provenientes de varias ciudades del país; para asegurar un sesgo de confiabilidad aceptable, se realizaron encuestas con preguntas cerradas.

1. CONTEXTUALIZACIÓN

1.1 TITULO DEL PROYECTO

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE ESTUDIANTIL PARA LA CIUDAD SANTIAGO DE CALI.

1.2 LÍNEA DE EMPRENDIMIENTO

Emprendimiento

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La educación superior cumple ahora una función fundamental en Colombia y en todos los países del mundo, dado que es un papel estratégico para el desarrollo económico, político y social de un país. Sin embargo, en años atrás no era lo que realmente pensaba la humanidad, el 16 de mayo de 1984 hubo una masacre estudiantil en la Universidad Nacional de Bogotá, siendo esta la que incursionó el modelo de una residencia en 1975 para mejorar el bienestar estudiantil.

Este acontecimiento se da por la muerte de un estudiante de odontología de dicha universidad, quien se llamaba León Patiño. Su cuerpo fue encontrado en la ciudad de Cali, y por lo tanto esto llevó consigo una serie de protestas en Bogotá por muertes sin razón de estudiantes universitarios de Universidades Públicas. Sin embargo, en la protesta estudiantil hubo infiltrados de grupos armados de ese tiempo y como resultado se da el cierre de la Universidad Nacional de Bogotá por un año como también de su residencia (Colectivo de Abogados José Alvear Restrepo, 2012).

Después de ese acontecimiento, la Universidad Nacional si respondía con el bienestar estudiantil y calidad de vida del estudiante, ya que en sus otras sedes se encontraban en uso las residencias estudiantiles (Mantilla, 2016).

Revisando la historia del bienestar estudiantil en la ciudad Santiago de Cali, se dice que, en los años 70 en la Universidad del Valle, se da un allanamiento al lugar donde se encontraban las residencias universitarias que en su momento fueron quienes otorgaban una calidad de vida en versión mejorada para aquellos estudiantes extranjeros que necesitaran de ésta. En la cual, se descubren armas, objetos no pertenecientes a ámbitos universitarios, entre otros. Dado a esto, la Universidad, debe de dar cierre a las residencias y para aquellas personas que sufrieron el desalojamiento se les brindó un recurso a corto plazo para que pudieran satisfacer sus necesidades estudiantiles (Universidad del Valle, 2005).

Con relación a la información otorgada, se puede deducir que por motivos políticos, sociales y económicos que atravesaba Colombia no se dieron de buena manera el impulso de dichas residencias, cada una de ellas fueron clausuradas por motivos que ni sus propios estudiantes pudieron enterarse del todo. Sin embargo, la educación en ese tiempo ayudó lo que hoy en día puede parecer algo increíble para su evolución, porque a través de tantas problemáticas, en estos últimos años se ha dado consigo la fomentación y la importancia del bienestar de los estudiantes y la calidad de vida de los mismos.

Todo esto se puede evidenciar por el plan de ejecución que tiene la Universidad de los Andes de Bogotá denominado City U, (Pabon, 2016) donde implementa una residencia estudiantil fuera del campus universitario para el mejorar el rendimiento académico en sus estudiantes. La universidad piensa en este proyecto cuatro años atrás de su apertura, luego de una encuesta que se hace para saber las necesidades que tenía sus estudiantes extranjeros y en ello descubrieron la inseguridad que podía tener un estudiante al no saber qué tipo de vivienda escoger, e incluso a ser estafados y engañados por medio de los arrendatarios de viviendas

cercanos a su campus universitario. Por lo tanto, implementan la idea de la construcción de una residencia estudiantil, con ayuda de empresas importantes en el sector (Jaramillo, 2017).

A través de esto, se puede admirar que la Universidad de los Andes cuenta con una residencia estudiantil, sin embargo, es únicamente para sus estudiantes y profesores.

Una agencia estadounidense denominada CA Ventures, llega a la capital colombiana para dar ideas innovadoras, es decir con la construcción de otro tipo de residencias estudiantiles, se habla de otro tipo porque el alojamiento estudiantil será ofertado para los estudiantes extranjeros que lleguen a Bogotá, como también los que viven a dos o tres horas de su universidad. Esta agencia también tiene enfoques en las principales ciudades del país, como lo es Barranquilla, Medellín, Pereira entre otras (Portafolio, 2017).

Lo anteriormente dicho, puede concluir que, la capital Vallecaucana aún no puede responder a las necesidades que un estudiante requiere para su evolución después del desastre que vivió la Universidad del Valle; se necesita más que una estructura de campo universitario, dado que hay que tener consigo un lugar apropiado donde los estudiantes puedan desarrollar sus actividades diarias en las cuales, implica: dormir, comer, aseo personal, entre otras. Por lo tanto, esto no se convierte en un lujo, sino en una necesidad; *“la construcción de viviendas universitarias es una tendencia creciente en el mundo y actualmente dicho negocio inmobiliario aumenta a un 12-15% al año”* (Dibiase, 2017).

Para finalizar, las agencias extranjeras están llegando a nuestro país con ideas que para los estudiantes es innovador, dado que, mejora la problemática que cada día ellos presentan. Por ello, es importante que el déficit de alojamiento de viviendas para los estudiantes universitarios mejore y se acomode tanto a sus necesidades como a su presupuesto. Con ello, se haya la necesidad de responder lo siguiente:

¿Cuál es la necesidad de los estudiantes universitarios en la ciudad Santiago de Cali para la creación de una empresa de servicios de hospedaje estudiantil?

1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuál es la necesidad de los estudiantes universitarios en la ciudad Santiago de Cali para la creación de una empresa de servicios de hospedaje estudiantil?
- ¿Cuál es el mercado objetivo para la planeación técnica de un hospedaje estudiantil en la ciudad Santiago de Cali?
- ¿Cuál es el precio que un estudiante está dispuesto a pagar por un servicio de hospedaje?
- ¿Cómo evaluar el financiamiento y la rentabilidad del proyecto?

1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Objetivo general. Estudiar la viabilidad de la creación de una empresa de servicios de alojamiento estudiantil en la ciudad Santiago de Cali.

1.5.2 Objetivos específicos. A continuación, se describen los objetivos específicos a implementar en el proyecto:

- Analizar el mercado objetivo detalladamente para la planeación técnica de un hospedaje estudiantil en la ciudad Santiago de Cali.
- Determinar los requerimientos y materias primas, para la prestación de servicio de alojamiento estudiantil en la ciudad Santiago de Cali.
- Identificar y organizar la estructura organizacional y legal para el correcto funcionamiento de la residencia estudiantil

- Calcular la viabilidad económica y financiera del proyecto.

1.6 JUSTIFICACIÓN

- **Desde el punto de vista económico y social**

Colombia ha tenido un gran impacto en cuanto al sector educativo, desde el período colonial, y particularmente en los siglos XVI Y XVII, con la fundación en Bogotá de las universidades Santo Tomás, San Francisco Javier, hoy Pontificia Universidad Javeriana, y el Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario (Melo, Ramos, & Hernández, 2014, p. 5).

Según resultados del Ministerio de Educación, la calidad de educación en Colombia ha mejorado de manera destacable, según cifras del MIDE (Modelos de Indicadores de Educación Superior).

“El país aumentó en 20 puntos porcentuales su tasa de cobertura, al pasar de 31,6% en 2007 a 51,2% en 2016. Además, se destaca como una de las naciones de América Latina con el mayor crecimiento de matrícula en educación superior, desde el año 2000” (Semana, 2017, párr. 16).

- **Desde el punto de vista del mercado**

Hoy en día Colombia cuenta con 49 instituciones de educación superior y 1.093 programas académicos que cuentan con acreditación en alta calidad. De esta manera 730.000 jóvenes, es decir el 16,9% de los estudiantes matriculados en programas de pregrado, se encuentran estudiando en programas o Instituciones acreditadas. Durante el gobierno de Juan Manuel Santos (2010-2018) se planteó un programa educativo llamado “Ser Pilo Paga” con el fin de fomentar la excelencia y calidad educativa para estudiantes de bajos recursos, aquellos que quieren estudiar, pero por factores económicos no le es posible (Mineducación, 2017).

Mediante esta propuesta varios adolescentes emprendieron su carrera universitaria en diferentes ciudades a las que pertenecen, ya que las universidades certificadas de alta calidad son 44, las cuales se dividen en 10 áreas metropolitanas, tales como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga, Manizales, Popayán, Tunja y Pereira. En el departamento del Valle del Cauca Según los resultados de las pruebas Saber 11, obtuvo 6,91% estudiantes pilos (Alcaldía de Santiago de Cali, 2016).

Por ésta razón, se genera la idea de la creación de un servicio de alojamiento para estudiantes universitarios en la Ciudad Santiago de Cali, el cual brinde un espacio donde los estudiantes tengan la oportunidad de satisfacer sus necesidades básicas durante el ciclo de educación superior.

- **Desde el punto de vista académico**

El objetivo de desarrollar un estudio de viabilidad, permite poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera y así mismo realizar un proyecto viable con la posibilidad de materializarlo.

1.7 MARCOS DE REFERENCIA

1.7.1 Marco teórico.

- Ocean Blue. de W. Chan Kimy Renée Mauborgne (Pacheco, 2018), la estrategia del Ocean Blue, tiene como objetivo el valor de la innovación en cuanto a la apertura de nuevos mercados, donde las creaciones de nuevas estrategias sirven para la exploración de los mismos, pero sin tener en cuenta a la competencia. De este modo, se puede deducir que, la indagación de nuevos territorios no conocidos o nuevos se simbolizan como un océano azul. Además de esto, la existencia del océano rojo representa lo contrario, donde la única alternativa de sobrevivir en medio de terrenos empresariales es la lucha destructiva entre empresas y departamentos.

Por lo tanto, esta teoría ayuda a la creación de nuevas estrategias que tienen como meta provocar una mayor demanda, pero en versiones mejoradas sin tener como un agente importante a la competencia. Por ello, la creación de una residencia estudiantil impide de cierta forma que la monotonía llegue a los clientes, dado que ellos podrán disfrutar de servicios varios, y esto puede lograr una demanda fresca. Se habla de demanda fresca en cuanto a que los servicios a ofrecer son de aspectos diferenciadores, ya que las herramientas que se utilizan para realizar una oferta de valor al sector es: disminuyendo lo irrelevante, acrecentar lo importante, deshacerse de lo innecesario y producir lo valioso.

- **William Ouchi, teoría Z:** La teoría Z o teoría de métodos japonés, es una teoría que se basa en las relaciones humanas, donde el trabajo en equipo, la confianza, las relaciones personales estrechas y la toma de decisiones aplicadas dentro de la organización ayudan a obtener un rendimiento y productividad empresarial.

El rendimiento en el trabajo son posibilidades que conllevan a tener un recurso humano en versión mejorada, donde la cultura Z, se halla en cada uno de los colaboradores para mejorar su sentido de pertenencia llevando a cabo a alcanzar los objetivos empresariales, por ello, se ha querido enfatizar en esta teoría para la creación de una residencia estudiantil dado que, la productividad que genere en un momento dado será prácticamente asegurada porque se obtendrá un talento humano más comprometido y eficaz dentro de la organización. Ayudando que, haya una nueva cultura, y ambiente laboral integral para el bien de la empresa como para los de los colaboradores (López, 2001).

- **Guy Kawasaki:** El arte de empezar de Guy Kawasaki es de gran ayuda para la creación de nuevas ideas empresariales, dado que, genera un tipo de listado de metas, supuestos y tareas que son de guía para el funcionamiento de cualquier proyecto, en este caso en la creación de una residencia universitaria. También describe que las empresas tienen éxito siempre y cuando tengan una buena implementación. No es tener en cuenta si es rentable o no la creación de una idea,

sino que explica cómo sobrevivir a los primeros días de un proyecto, cuando solo se cuenta con recursos pequeños; además de que si se planea bien esto no demorará más que una sola etapa, generando que, el emprendedor piense desde lo grande, pero actuando por lo pequeño.

Éste autor es de gran relevancia para el proyecto, dado que, se enfoca en hacer algo diferente no solo para hacer dinero sino, porque hay un plan de acción que ayuda a convertir el mundo en un mejor lugar. Por lo tanto, el enfoque se encuentra en dar una versión mejorada a todo lo que hasta el momento existe, buscando ser mejores personas, éticas decentes y admirables (Libros para emprendedores , 2004).

Cada una de las teorías especificadas anteriormente, ayudará de manera significativa con el enfoque en el proyecto, ya que los autores presentaron ideas realmente importantes para estructurar de manera adecuada el estudio de este proyecto.

Teniendo en cuenta, que cada uno de ellos hace parte de áreas diferentes, se llega a la conclusión que los objetivos primordiales de los autores se concentran en la organización empresarial en Asia. Éste continente, contiene individuos organizacionales con metas claras y capaces de innovar, además de llegar más allá de lo que una organización norteamericana o colombiana puede llegar; cada uno se enfoca realmente en su esencia, la cual no es la competencia. Sino que, la disciplina, la confianza, la lealtad y muchas cosas más son las que pertenecen como relevancia en los pensamientos de estos autores.

Asia, en especial Japón es el lugar donde empresas norteamericanas han querido llevar el ejemplo de ellos, para así llegar al éxito. Pero no se dan cuenta que lo realmente importante no es la copia, sino saber desenvolver cada una de las disciplinas que éstas conllevan.

El sistema de administración japonés tiene una productividad creciente, ética laboral distintiva y un enfoque administrativo distinto. Por ello las compañías japonesas no se modifican en lo financiero y operativo, sino en lo personal, y, por lo tanto, es de gran importancia seguir los autores como medio para el apoyo estratégico e innovador que contiene el proyecto

1.8 MARCO CONCEPTUAL

1.8.1 Aprendizaje. *“Acción de aprender algún arte u oficio”* (Eugenia, 2003, p. 60).

1.8.2 Hospedaje. *“Clasificación de los individuos de una corporación, una empresa o una institución ordenados según su grado, antigüedad o méritos”* (Diccionario de la lengua española, 2005).

1.8.3 Innovación. *“Alterar un estado de cosas introduciendo alguna novedad”* (Eugenia, 2003, p. 427).

1.8.4 Organización. *“1 Conjunto de los componentes de una organización 2 Grupo social de derecho público, de actividad estable”* (Eugenia, 2003, p. 546).

1.8.5 Rentabilidad. *“Se refiere a los beneficios conseguidos o que pueden obtenerse procedentes de una inversión realizada con anterioridad”* (Economía simple, 2016).

1.8.6 Residencia. *“Lugar en que se reside, casa o edificio, donde sujetándose a determinada reglamentación, residen personas”* (Eugenia, 2003, p. 667).

1.8.7 Sistematizar. *“Reducir a sistema u organizar o estructurar en sistema”* (Eugenia, 2003, p. 707).

1.8.8 Viabilidad. *“La definición de viabilidad en términos empresariales hace referencia a la posibilidad de que un proyecto o negocio pueda progresar, garantizado a largo plazo su rentabilidad económica”* (Economía simple, 2016).

1.9 MARCO CONTEXTUAL

Se toma como referencia el proyecto de Jenifer Rueda Gómez (2015), de la ciudad de Bogotá D.C. Colombia, el cual enfatiza que en el país existe un gran auge de la educación superior, sin embargo, la falta de interés en el bienestar y calidad de vida del estudiante universitario es constante.

De esta manera, el autor expone ciertos análisis que pueden ser tomados al momento de construir una residencia universitaria como: necesidades básicas del estudiante, espacios integrados para la comodidad de los estudiantes universitarios y diseños arquitectónicos.

Como se ha dicho anteriormente, en el proyecto se hallan requerimientos que el estudiante debe de tener en el momento de conseguir un alojamiento el cual supla sus necesidades básicas, además, ayuda a integrar un plan de acción para creación de una empresa de alojamiento estudiantil en la ciudad Santiago de Cali, la cual cuente con instalaciones cómodas. En general, se puede deducir que el proyecto expuesto es sumamente importante para obtenerlo como pauta dado que, desempeña un gran valor para el desarrollo o ejecución del plan de estudio que se debe tener en cuenta.

1.10 MARCO LEGAL

Según la ley 820 del 2003 por la cual se expide el régimen de arrendamiento de vivienda urbana y se dictan otras disposiciones, la cuales son ideales para implementar en el proyecto como se expone en Cuadro 1. Marco legal Capri U house.

Cuadro 1. Marco legal Capri U house

LEY	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN
820 DEL 2003	ART 2: En la cual se establecen y definen las partes contractuales para la ocupación del inmueble (El congreso de Colombia , 2003).	Es importante dejar en constancia el tipo de contrato que el estudiante va a adquirir y por el cual va a pagar
820 DEL 2003	ART 9: En el cual se establecen las obligaciones, los acuerdos y tiempos de pago (El congreso de Colombia , 2003).	La ley obliga a dejar por escrito los acuerdos que se pactarán entre arrendatario e inquilino
820 DEL 2003	ART 17: Se estipula que el inquilino no tiene la potestad de subarrendar el inmueble, a menos que se de autorización del arrendatario (El congreso de Colombia , 2003).	No estará permitido la subarrendamiento del inmueble
675 DEL 2001	En el cual se garantiza la seguridad y sana convivencia (Actualicese, 2015).	Con la finalidad de tener convivencia pacífica y se prevenga la contaminación auditiva
746 del 19 de julio del 2002	En donde se reglamenta la tendencia y manejo de mascotas (Secretaria senado, 2002).	Se sancionará quien incumpla la norma, ya que no será permitido el ingreso de mascotas a la residencia
1708 DEL 2014	En donde se estipula que la actividad ilícita o tipificada como delictiva será penalizado (Corte constitucional , 2003).	Por cumplimiento del gestor normativo y la ley 1708 se llevará a cabo la penalización de cualquier actividad delictiva dentro de la residencia universitaria
1453 DEL 2011	En donde se estipula la prohibición al porte y consumo de sustancias estupefacientes o psicotrópica (Secretaría del Senado, 2019).	Todo aquel que incumpla la ley 1435 del 2011 expuesta e informada en el contrato de arrendamiento, tendrá la expulsión inmediata

Fuente: Autores.

Para la construcción de la residencia universitaria, el sector de establecimientos de alojamiento y hospedaje solicita por parte del EAH (La norma técnica sectorial colombiana), se debe establecer lo siguiente:

- a) Incluya su compromiso con el mantenimiento o mejora de los impactos ambientales, socioculturales y económicos positivos y el manejo, minimización o eliminación de aquellos impactos negativos generados o relacionados con el desarrollo de su actividad.

- b) Referencie los derechos y deberes de los colaboradores, proveedores, clientes y huéspedes en su compromiso con la sostenibilidad
- c) Esté disponible y sea difundida al público, a los colaboradores, a los proveedores, clientes y huéspedes (MinCIT, 2014).

1.11 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.11.1 Método de investigación. Para el análisis de viabilidad para la creación de una empresa de servicios de alojamiento estudiantil en la ciudad, se toma en cuenta la investigación de tipo descriptivo, ya que este tipo de estudio permite saber quién, donde, cuando, como deducir lo que presenta la ciudad en cuanto a la problemática de alojamiento estudiantil. De tal manera que, sea comprensible explicar quién será el cliente objetivo del proyecto, los objetivos y los conceptos en todas sus dimensiones. Se analizaron los diferentes servicios que se pueden ofrecer y la aceptación del mercado, con la finalidad de obtener respuesta y proyectar las adecuaciones necesarias para su funcionamiento.

1.11.2 Fuentes técnicas para la recolección de información.

1.11.2.1 Fuentes primarias. De esta manera, el proyecto se apoya a la obtención de datos como las encuestas a los estudiantes universitarios, la cual pretende encontrar información para saber qué tan viable es la creación de una empresa de servicios de alojamiento estudiantil en la ciudad, apoyándose en las respuestas que los estudiantes realicen en base a sus necesidades.

1.11.2.2 Fuentes secundarias. Las fuentes secundarias en las cuales el proyecto se apoya son de varios autores de libros, revistas, artículos de periódicos

y proyecto de grado, dado que, el fin de la recopilación de información es necesaria para emitir un grupo de conclusiones que son relevantes en el presente estudio.

1.11.3 Tratamiento de la información. Las técnicas de recolección de la información para este proyecto, se encontrarán enfocadas por medio de entrevistas y encuestas. Dado que, son instrumentos que ayudan para buscar la información necesaria con la finalidad de encontrar las comodidades, necesidades y requerimientos un estudiante tiene en el momento de ser extranjero en la ciudad y con esto es de más fácil acceso para tener en cuenta todos los aspectos que conlleven a la creación de una residencia estudiantil en la ciudad Santiago de Cali.

Una vez realizado las técnicas para la recolección de datos, la información pasará por medio de:

- A. Limpieza de datos (filtración)
- B. Tabulación.
- C. Análisis.
- D. Conclusiones.

1.11.4 Técnicas estadísticas. A diario la sociedad se enfrenta a la necesidad de recoger, organizar e interpretar sistemas complejos de datos y esta necesidad aumentará en el futuro, debido al desarrollo de los sistemas de comunicación y las bases de datos (Batanero., 2011, p. 23).

Mediante la recopilación de datos mencionados anteriormente, la metodología de técnicas estadísticas que se implementará en el proyecto, se encontrarán con base en herramientas que permitan mayor entendimiento en cuanto a la detección de análisis, solución e implantación de problemas y mejoras de las mismas, con el fin de evitar dificultad en la toma de decisiones, confirmar el efecto de las mejores, realizar un análisis lógico, sistemático y ordenado en la búsqueda de las mejoras.

Para lograr una mejor interpretación de esta información, los datos se apoyarán en gráficas tales como, gráficas de barras, gráficas circulares, diagramas de flujo y diagrama causa-efecto o de Ishikawa.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

El proyecto tiene como principal objetivo la creación de una residencia universitaria, y por ello se establece evaluar la viabilidad para determinar si es posible su materialización. Por tal motivo se enfocó el estudio de mercado en los estudiantes de educación superior, preferiblemente aquellos que no viven en la ciudad Santiago de Cali

En la actualidad, el entorno de la educación superior ha ido evolucionando de manera positiva, gracias a las tecnologías y telecomunicaciones que ayudan a que la competitividad entre universidades se vaya generando cada vez más. La ciudad Santiago de Cali cuenta con Universidades acreditadas y registradas en el ministerio de educación, cada una de ellas representan un número respectivamente equivalente de estudiantes inscritos en los programas brindados por ellos; sin embargo, en el mercado regional vallecaucano no se encuentra un campus estudiantil que pueda satisfacer las necesidades de varios estudiantes universitarios que necesiten de un hospedaje estudiantil.

Adicional a lo mencionado anteriormente, el intercambio cultural es fundamental porque permite a los estudiantes *“contrastar opiniones con estudiantes de distintas razas y culturas, además de poner en práctica determinado grado de teoría a través de trabajos de campo y otras técnicas”* (Universia, 2007, párr. 1).

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

En la ciudad Santiago de Cali las modalidades de estudio que tiene un estudiante en formación académica superior hacen que, pueda tener de cierta manera una proyección adecuada para sus expectativas, ya que existen dos modalidades las cuales son: la educación superior privada y la oficial. De acuerdo a lo que se ha

venido presentando en años atrás, se ha tomado como fuente la Alcaldía de Santiago de Cali para la observación del mercado objetivo. Y con ello, se explicará desde el punto de vista de la demanda como también de la oferta.

Las características que se vieron en las estadísticas de la Alcaldía de Cali, realizadas en el año 2014 fueron las siguientes:

Cuadro 2. Cobertura de población en la ciudad Santiago de Cali

Comuna	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Cabecera	2.408.653	2.434.110	2.459.698	2.483.312	2.507.743	2.532.022	2.556.178	2.580.242
Comuna 1	97.382	100.497	103.620	106.717	109.916	113.165	116.465	119.816
Comuna 2	120.577	122.637	124.669	126.637	128.694	130.778	132.889	135.031
Comuna 3	46.759	46.887	46.990	47.058	47.147	47.233	47.318	47.401
Comuna 4	52.433	52.132	51.806	51.443	51.105	50.767	50.429	50.091
Comuna 5	114.842	115.759	116.608	117.357	118.151	118.930	119.695	120.448
Comuna 6	194.894	196.573	198.137	199.529	200.994	202.433	203.847	205.240
Comuna 7	69.793	69.285	68.739	68.137	67.566	66.989	66.408	65.822
Comuna 8	103.034	103.266	103.445	103.544	103.691	103.832	103.969	104.103
Comuna 9	43.970	43.646	43.330	42.985	42.428	41.882	41.346	40.821
Comuna 10	112.190	112.645	113.040	113.343	113.695	114.038	114.373	114.702
Comuna 11	109.146	109.754	110.302	110.760	111.262	111.755	112.238	112.713
Comuna 12	66.381	66.221	66.028	65.782	65.565	65.344	65.120	64.893
Comuna 13	178.909	179.360	181.084	182.645	184.271	185.867	187.438	188.985
Comuna 14	177.856	179.535	181.093	182.479	183.920	185.324	186.694	188.033
Comuna 15	168.529	171.556	174.473	177.227	180.037	182.814	185.560	188.278
Comuna 16	110.195	111.198	112.135	112.973	113.853	114.717	115.566	116.403
Comuna 17	149.475	152.793	156.046	159.186	162.406	165.626	168.847	172.071
Comuna 18	142.856	146.773	150.663	154.563	158.489	162.509	166.445	170.395
Comuna 19	115.803	116.761	117.656	118.366	119.211	119.985	120.868	121.765
Comuna 20	70.375	70.728	71.043	71.300	71.587	71.868	72.143	72.413
Comuna 21	117.976	119.763	121.440	122.974	124.520	126.019	127.474	128.889
Comuna 22	12.044	12.343	12.637	12.922	13.213	13.504	13.796	14.088
Otros	33.236	34.002	34.714	35.386	36.024	36.644	37.249	37.839

Fuente: (DANE, 2007).

En el departamento del Valle del Cauca en estadísticas de 2018, se contó con una población de 401.729 entre un rango de edad de 15 a 24 años en la ciudad Santiago de Cali. En el , se obtiene ciertas características demográficas de los estudiantes matriculados en diferentes instituciones del nivel superior en la ciudad Santiago de Cali.

Cuadro 3. Población por estudiantes matriculados

INSTITUCION	2015	1016	2017	2018
TOTAL Nacionales	124,896	124,501	127,662	127,227
Escuela Militar de Aviación Marco Fidel Suarez	750	782	684	614
Escuela Superior de Administración Pública – ESAP	370	434	360	370
Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA	17,223	12,950	14,467	13,734
Inst. Técnico Nacional de Comercio Simón Rodríguez	1,785	1,242	1.222	1,038
Departamentales				
Universidad del Valle	17,821	17,956	18,092	19,618
Instituto Departamental J de Bellas Artes	597	591	624	616
Municipales				
Escuela Nacional del Deporte	2,494	2,875	3,311	3,542
Institución Universitaria Antonio José Camacho	6,534	6,901	7,261	7,561
Fundaciones				
Pontificia Universidad Javeriana	7,563	8,163	8,381	8,407
Universidad de San Buenaventura	5,421	5,463	5,204	4,661
Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium	3,036	3,506	3,109	4,871
Fundación Universitaria Panamericana	1,055	825	644	582
Fundación Universitaria San Martín	775	617	428	365
F.U. Seminario Teológico Bautista internacional	408	422	466	303
F. Centro Colombiano de Estudios Profesión FCECEP	1,587	1,136	1,377	1,287
Fundación Tecnológica Autónoma del Pacífico	1,505	1,566	1,500	1,369
Fundación Academia de Debut Profesional	2,537	2,465	2,317	2,257
Corporaciones				
Universidad Antonio Nariño	353	328	308	281
Universidad Autónoma de Occidente	10,356	10,060	10,336	10,083
Universidad Cooperativa de Colombia	2.557	2,611	2,583	2,546
Universidad ICESI	3,438	7,197	7,49	8,011
Universidad Libre	7,942	7,724	8,130	6.107
Universidad Santiago de Cali	13,425	14,275	16.144	14,808
Corporación Universitaria Centro Superior	1,262	1,354	1,351	1,213
Corporación Universitaria de Ciencia y Desarrollo	61	20	24	4
Corporación Universitaria Minuto de Dios – Uniminuto	463	407	520	300
C. Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Soci. 11	150	162	175	175
Corporación Universitaria Remington	132	234	1-18	106

INSTITUCIÓN	2015	1016	2017	2018
Institución Universitaria Col los de Colombia – Unlccoc	470	466	481	464
Instituto de Educación Empresarial- IOEE	77	42		
C. Escuela S. de Administración y E. Tecnológicos EAE	969	470	403	391
Tecnológica del Sur		115	1	
Corporación de Estudio Superiores Salamandra	33	51	83	155
Corporación Regional de Educación Superior –CAES		106	17	
Contratos con entidades del Orden territorial	5.729	6.654	7,090	7,405

Fuente: (MinEducación, 2018).

Teniendo en cuenta el , se concluye que la población por estudiantes matriculados en el año 2018 en la educación superior es de 127.227 sin embargo el siguiente cuadro se evidenciará un consolidado de los estudiantes graduados y matriculados en la misma:

Cuadro 4. Consolidado de los estudiantes graduados y matriculados

ORIGEN	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PREGRADO									
Matriculas 1er Curso									
Oficial	5,788	10,798	10,805	15,938	15,944	14,979	19,735	19,142	14,271
Privada	16,205	15,194	19,055	21,186	19,534	21,584	23,781	24,277	22,351
Total	21,993	25,992	29,860	37,124	35,478	36,563	43,516	43,419	36,622
Matriculas									
Oficial	34,602	34,841	32,661	39,561	43,899	44,842	48,557	51,802	48,413
Privada	49,484	57,639	60,488	65,098	66,072	68,909	68,863	66,822	70,111
Total	84,086	92,480	93,149	104,659	109,971	113,751	117,420	118,624	118,524
Graduados									
Oficial	3,295	5,103	5,204	5,47	5,955	6,590	7,821	8,142	9,073
Privada	7,066	8,269	8,681	9,898	9,238	9,104	10,212	10,861	11,822
Total	10,361	13,372	13,885	15,368	15,193	15,694	18,033	19,003	20,895

Fuente: (MinEducación, 2018).

En el Cuadro 4. Consolidado de los estudiantes graduados y matriculados, se puede concluir que 17% de los estudiantes logran graduarse y el 83% de éstos desertan

por circunstancias diferentes, entre ellas el problema en encontrar un alojamiento estudiantil.

De acuerdo con un estudio del Banco Mundial, el 42% de los jóvenes que logran ingresar a una universidad o institución de educación superior, terminan por desertar. La situación, de acuerdo con el multilateral, llevó a Colombia a ocupar el segundo lugar en el ranking de abandono universitario, superada únicamente por Bolivia y seguida por Ecuador y Panamá en su orden (Dinero, 2018, párr. 1).

En cuanto al hospedaje que un universitario necesita al no ser residente de la ciudad, se encuentra la necesidad y la preocupación de saber dónde, por qué y cómo llegar a tener acceso a esto (un lugar donde vivir) por el periodo de tiempo que lo necesitan. De cierta forma, las comodidades que ellos necesitan no son satisfechas y eso hace que la calidad de vida o el bienestar de un estudiante no sea una acción de excelencia, es decir, que se encuentra 100% completa.

2.2.1 Matriz de Porter. Por medio de la matriz se incluye las ventajas competitivas de Capri U house para encontrar el factor determinante de la cadena de valor.

Cuadro 5. Matriz de Porter

FUERZA COMPETITIVA	CALIFICACIÓN	CAPRI U HOUSE
Poder de negociación de los clientes	BAJO	El poder de negociación de los clientes es bajo, debido que el contrato está estipulado con pago mensual
Poder de negociación de los proveedores	ALTO	El poder de negociación de los proveedores es alto, porque se hará compra de inmuebles al por mayor con un proveedor
Amenaza de nuevos competidores	MEDIO	La existencia de nuevos competidores dentro del sector, genera un impacto medio, ya que son muy pocas las residencias formales en la ciudad
Amenaza de servicios sustitutos	ALTA	La amenaza de servicios sustitutos es alta, debido que, hay varios servicios de hospedaje más económicos, sin embargo las características no son las mismas
Rivalidad entre competidores	MEDIO	La competencia es media, ya que actualmente en la ciudad Santiago de Cali hay una competencia directa con precios más elevados

Fuente: Autores.

2.2.2 Análisis de la demanda. La ciudad Santiago de Cali, contó en el año 2015 con una población de universitarios de 127, 227 como se evidenció en el Cuadro 3. Población por estudiantes matriculados de acuerdo a las estadísticas realizadas por SNIES.

Se puede deducir que la ciudad Santiago de Cali obtiene una gran cantidad de estudiantes con diferentes modalidades de estudio, sin embargo, la tasa de deserción como se ha dicho anteriormente es de 83% de la población universitaria, esto se puede originar dado que, el estudiante se encuentra en constantes cambios, los cuales se encuentran restringidos a responsabilidades inmediatas, y lo más crítico de asumir responsabilidades, alejarse de su familia y demás es, el hecho de vivir lejos de su hogar.

Ante todos estos sucesos, la educación superior comienza como una etapa de responsabilidad dado que, es necesario la búsqueda de autonomía y madurez. Sin embargo, el pilar que más se establece después de estos factores es el apoyo familiar, y con ello se quiere decir que, lo realmente importante es que no se encuentre la ausencia de esto, porque el enfrentamiento que un estudiante pasa al mundo de la universidad y tener que radicarse en otra ciudad del país le resultará aún más difícil. Por lo tanto, la necesidad que obtiene un estudiante foráneo es demasiado alta, y la manera más auspiciosa para que abastecer sus requerimientos y nivel de confianza en el desarrollo de sus programas académicos es establecer, una residencia que cumpla con las expectativas de estos.

El espacio en el cual, la residencia se encontrará será en la zona sur de la ciudad, dado que, es el lugar donde hay mayor acceso a gran parte de las universidades en Santiago de Cali.

Cuadro 6. Descripción de servicios de Capri U house

#	DESCRIPCIÓN	CLASIFICACIÓN
1	Zona de estudio	Zona común
2	Laundry room	Zona común
3	Gimnasio	Zona común

Para reconocer las necesidades que obtiene un estudiante foráneo se realiza una encuesta con una muestra de 167 estudiantes, para determinar el número de los mismos (términos porcentuales), y las necesidades que estos obtienen en el momento de pasar a la formación académica de educación superior.

Cuadro 7. Tamaño de la muestra de los estudiantes encuestados

Tamaño de la población	Nivel de confianza	Margen de error (%)
127.227	99	10

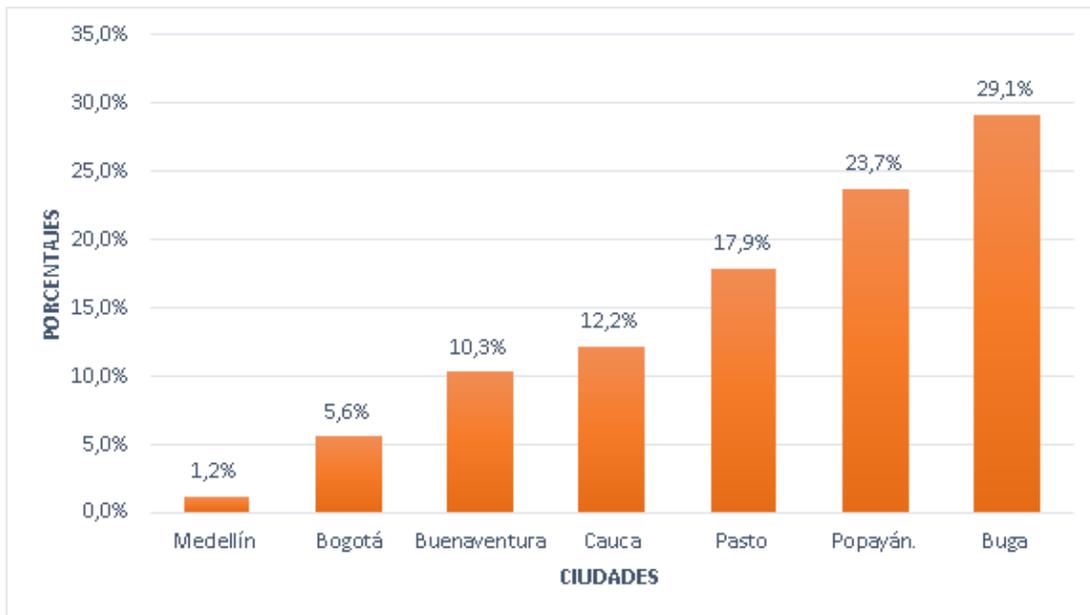
Fuente: Autores.

La encuesta se realizó a 167 estudiantes (muestra) con un rango de edad entre los 17 y 24 años, como se ha dicho anteriormente, utilizando como tamaño de población a 127.227 estudiantes, los cuales, se escogen aleatoriamente para obtener los siguientes datos dados a continuación:

- El 23,7% representa a 40 estudiantes provienen de la ciudad de Popayán.
- El 29,1% representa a 48 estudiantes provienen de Buga.
- El 17,9% representa a 30 estudiantes provienen de la ciudad de Pasto.
- El 12,2% representa a 20 estudiantes provienen de los alrededores del departamento del Cauca.
- El 10,3% representa a 17 estudiantes provienen de Buenaventura
- El 5,6% representa a 10 estudiantes provienen de la ciudad de Bogotá.
- El 1,2% representa a 2 estudiantes provienen de la ciudad de Medellín.

Por medio de la encuesta realizada, la cual se puede evidenciar en el Anexo 1. Formato de encuesta, se llega a la conclusión de que la mayoría de los estudiantes que buscan la alternativa de estudiar en Cali, son provenientes de las ciudades de Popayán y Buga como se muestra en la siguiente gráfica:

Gráfica 1. Porcentaje de estudiantes provenientes de otras ciudades

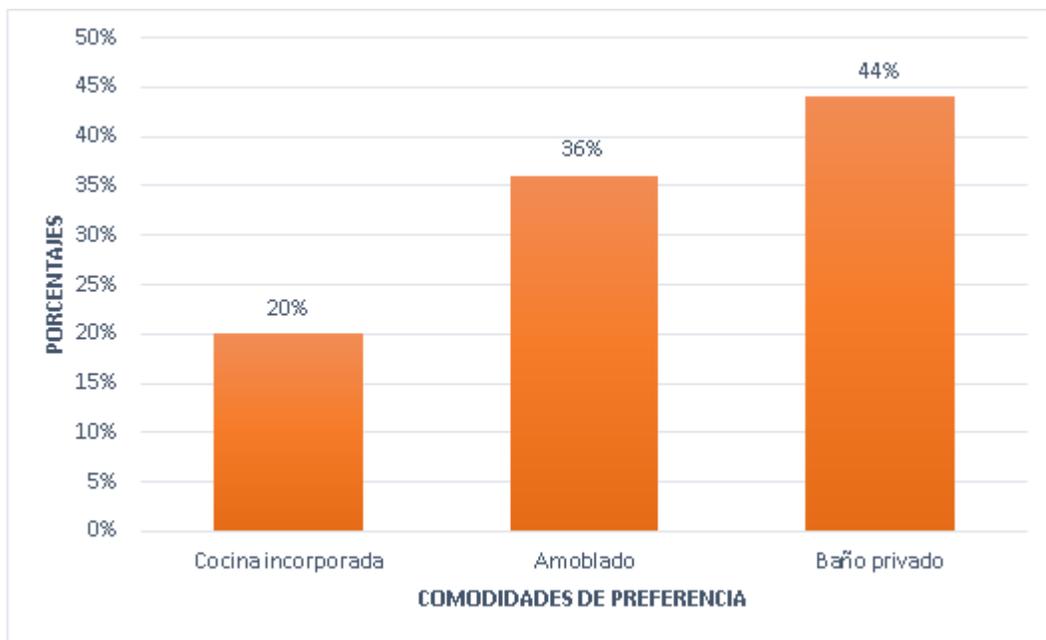


Fuente: Autores.

En respuesta a lo que sucede en la ciudad sobre la escasez de un servicio de alojamiento estudiantil, surge la idea de este proyecto, donde el estudiante puede integrarse y generar intercambios de ideas, culturales, políticas y con ello mejorar sus relaciones interpersonales.

Por medio de los datos obtenidos, se determina que los estudiantes prefieren tener las siguientes comodidades al momento de optar por un servicio de alojamiento estudiantil, los cuales son:

Gráfica 2. Porcentaje de las preferencias en el hospedaje para Capri U house

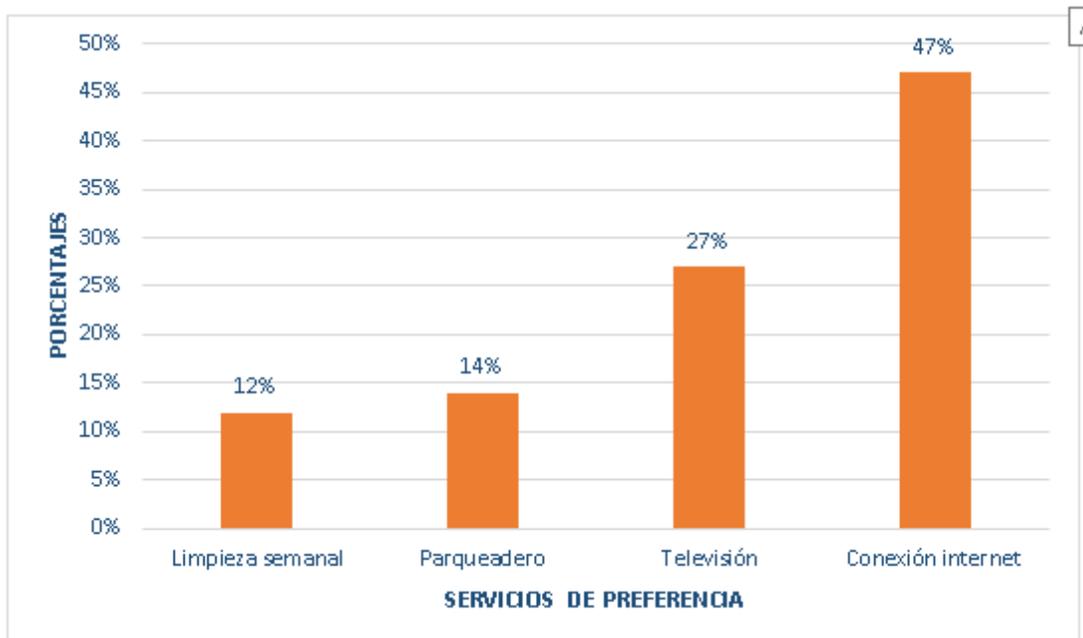


Fuente: Autores.

Con ello se deduce lo siguiente:

- 33 estudiantes que representan el 20% de los encuestados, prefieren cocina incorporada en sus cuartos.
- 60 estudiantes que representan el 36% de los encuestados, prefieren que sus habitaciones se encuentran amobladas.
- 73 estudiantes que representan el 44% de los encuestados, prefieren que su cuarto se encuentre con baño privado.

Gráfica 3. Preferencias de servicios de Capri U house



Fuente: Autores.

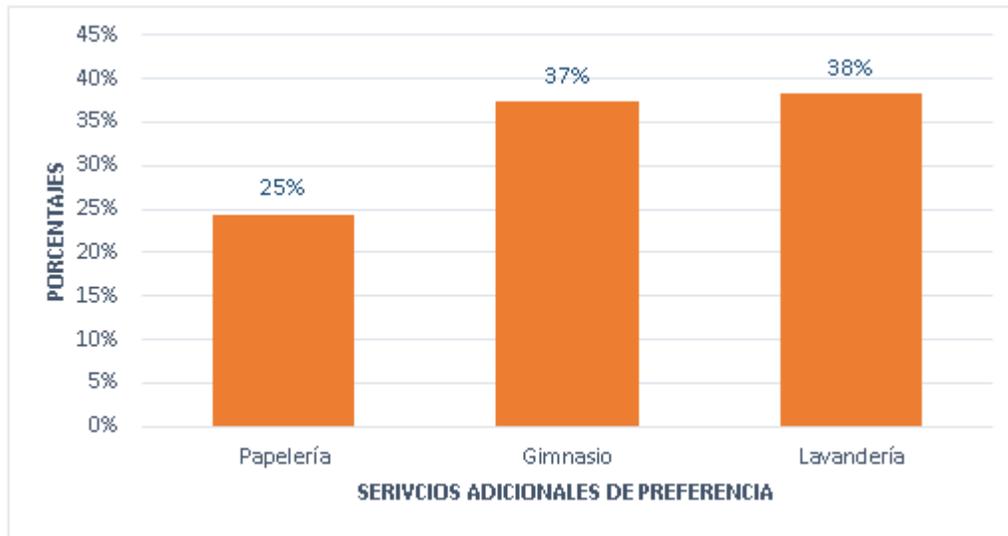
En la , se puede obtener la información detallada sobre los servicios que los estudiantes encuestados les gustaría tener incorporados en la residencia universitaria, los datos que se obtuvieron fueron los siguientes:

- El 12% representa a 20 estudiantes, los cuales prefieren que el servicio de limpieza en sus cuartos sea semanal.
- El 14% representa a 23 estudiantes, los cuales prefieren que el servicio de parqueadero sea incorporado con el arrendamiento de los cuartos en la residencia.
- El 27% representa a 45 estudiantes, los cuales prefieren que el servicio de televisión sea incorporado en los cuartos.
- El 47% representa a 79 estudiantes, los cuales prefieren que haya conexión de internet incluido al momento de adquirir el servicio completo de alojamiento.

En general, los estudiantes prefieren hospedarse en un lugar donde puedan tener privacidad, ya que, no les gustaría compartir ciertos espacios los cuales son el baño y su cuarto. Por lo tanto, es viable indicar que las habitaciones tendrán la comodidad que ellos requieren tal y como se especifica en y .

Sin embargo, los estudiantes prefieren pagar por servicios adicionales como se muestra a continuación:

Gráfica 4. Servicios adicionales de preferencia



Fuente: Autores.

La interpretación de los datos obtenidos anteriormente es:

- El 25% representa a 42 estudiantes, quienes prefieren pagar por el servicio adicional de papelería en la residencia estudiantil.
- El 37% representa a 62 estudiantes, quienes prefieren pagar por el servicio adicional de gimnasio.
- El 38% representa a 63 estudiantes, quienes prefieren pagar por el servicio adicional de lavandería.

Para finalizar, se toma la iniciativa de proyectar una idea de una residencia estudiantil, que cumpla con las expectativas que un estudiante universitario tiene a lo largo de su formación, la cual brinde un servicio de alojamiento completo, con el equipo necesario para la adaptación de los usuarios, y con ello lograr generar un impacto de innovación en la ciudad, además de ayudar a mejorar la calidad de vida de los universitarios que opten por tomar este servicio.

1.1.1 Análisis de la oferta. Debido a la cantidad de estudiantes que llega a la ciudad, con expectativas de integrarse a la educación superior, ha generado que éstos obtengan problemas de alojamiento, dado que, la oferta para residir en la Santiago de Cali es poca y precaria.

El sector de alojamientos por alojamiento de estancias cortas se caracteriza dado que, se encuentran diferentes ofertas de hospedaje estudiantil. Una de ellas son las casas de familia, quienes brindan a los estudiantes un espacio pequeño para suplir sus necesidades; los aparta estudios también se encuentran en este sector, dado que, es otra manera para que los estudiantes puedan alojarse. Sin embargo, no son del todo seguras, ya que esto, genera un nivel de desconfianza para los estudiantes en el momento de hacer sus pagos respectivos para esos lugares o cosas similares.

La ciudad de Santiago de Cali se encuentra apta para ofrecer varios servicios de alojamiento como se ha dicho anteriormente, muchos de ellos son amoblados, como también cercanos a las universidades. Sin embargo, la oferta de estos lugares es casi nula.

Según González (2018) en una entrevista del diario “El colombiano” en la sede de la Universidad Nacional en Medellín se encontraban alrededor de 11.000 estudiantes de pregrado y 2.000 de posgrado, donde el 20% de los estudiantes son provenientes de sus alrededores y de otros departamentos. Sin embargo, la oferta de alojamiento en la ciudad es escasa ya que las pocas habitaciones que se encuentran para la disponibilidad de los estudiantes son inasequibles por sus altos costos.

Teniendo en cuenta, que el departamento de Antioquia es aún más grande que el del Valle del Cauca y aún no genera una oferta de esta categoría, se asume que, la ciudad Santiago de Cali, no puede quedarse en un estatus bajo por no ofrecer las comodidades necesarias que demanda un estudiante, por ello, la creación de una empresa de servicios de alojamiento estudiantil es la solución a muchos de

los problemas que inciden en un estudiante universitario, además de las ya existentes.

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

La creación de una empresa de alojamiento estudiantil en la ciudad, denominada Capri U house, tiene como objetivo principal satisfacer las necesidades de los estudiantes; este servicio ofrecerá un lugar físico con las comodidades que un universitario obtiene en su transcurso académico.

A continuación, se describen las adaptaciones de los espacios comunes en la residencia estudiantil:

Cuadro 8. Descripción de espacios comunes

ESPACIO	ADAPTACIÓN
Zona de estudio	3 Cubículos
	3 Escritorios
	Lámparas de escritorio
	Impresora multifuncional
Laundry Room	2 Lavadoras
	2 Secadoras (con máquina de cobro)
	Beneficio de lavado gratis 2 veces al mes
Living Room	Máquina de futbolito
	Televisor 49 pulgadas
	6 sillas puff
Zona deportiva	1 Banco de ejercicio funcional
	1 Caminadora
	1 Elíptica

Fuente: Autores.

Sin embargo, Capri U house también contará con espacios individuales para una mayor comodidad para los estudiantes universitarios que opten por el servicio de alojamiento como:

Cuadro 9. Descripción de espacios individuales

HABITACIÓN	ADAPTACIÓN
TIPO 1	1 Baño
	1 Cama
	1 Closet
	1 Cocina (mini)

HABITACIÓN	ADAPTACIÓN
	1 Nevera (mini)
	1 Escritorio
	1 Silla
	1 Televisor (20 pulgadas)
PLUS	1 Baño
	1 Cama
	1 Closet doble
	1 Cocina
	1 Nevera
	1 Escritorio
	1 Silla
	1 Televisor (32 pulgadas)
1 Sala de estar	

Fuente: Autores.

Para la mayor comodidad de los estudiantes universitarios, las divisiones de Capri U house serán de la siguiente manera como se observará en el Cuadro 10

Cuadro 10. Descripción de distribución de pisos

PISO	ESPACIO
1	Zona de estudio
	Living Room
	Laundry Room
	Zona deportiva
2	4 Habitaciones tipo 1
3	4 Habitaciones tipo 1
4	4 Habitaciones plus

Fuente: Autores.

2.3.1 Clientes. El mercado objetivo de Capri U house, son los estudiantes universitarios de la ciudad Santiago de Cali, tendrán el acceso a la residencia siempre y cuando dispongan económicamente y culturalmente para el alojamiento en la misma, las características básicas del usuario son que se encuentren en programas de Educación Superior de la ciudad.

2.3.2 Competencia. Capri U house se diferencia de los demás hospedajes debido a que busca la integración de los estudiantes que tomen el servicio como alternativa de vivienda durante su formación en la educación superior, se le

ofrecerán tutorías académicas y el beneficio de uso gratis en el laundry room. En la actualidad en la Ciudad de Cali se oferta un servicio de hospedaje estudiantil, cuenta con dos tipos de habitación, las cuales ambas son compartidas. Por otro lado, se encuentran las casas de familia y aparta estudios cercanos a diferentes universidades, los cuales brindan un espacio con comodidades básicas para satisfacción de necesidades de los estudiantes.

Cuadro 11. Competencia de Capri U house

COMPETENCIA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Boho U Living	Servicio de piscina	Altos precios y habitaciones compartidas
HOSTALES	Bajos costos	Escasez de comodidades
CASAS DE FAMILIA	Seguridad	Insuficiencia de privacidad

Fuente: Autores.

Cuadro 12. Precios de los bienes sustitutos de Capri U house

COMPETENCIA	DIRECCIÓN	CONTACTO	PRECIOS	UBICACIÓN	COMODIDADES
Lulos Hostal	Cl. 4 #4-57, Cali, Valle del Cauca	<u>(2) 3957913</u>	\$46.000 por noche	Zona oeste	Habitación doble o individual, baño privado, derecho a un desayuno.
Hostal Pajará Pinta	Cra. 4 #1-100, Cali, Valle del Cauca	<u>317 5164771</u>	\$50.000 la noche.	Zona oeste	Habitación individual con derecho a compartir, puede tener baño privado o compartido.
Hostal ruta al sur	Cra. 9 ##2-41, Cali, Valle del Cauca	<u>(2) 8936946</u>	\$96.154 la noche	Zona oeste	Habitación individual, baño compartido, incluye servicios, wifi, cocina, servicio de lavadora, TV cable.
Hostal el aguacate	Cl. 1 ##4-155, Cali, Valle del Cauca	<u>301 4022319</u>	\$40.000 la noche	Zona oeste	Habitación individual, baño compartido, incluye servicios, wifi, cocina, servicio de lavadora, TV cable.
Hostal Encuentro	Cl. 2 Oe. ##4-16, Cali, Valle del Cauca	<u>315 5843774</u>	\$83.000	Zona oeste	Habitación individual, baño compartido, incluye servicios, wifi, cocina, servicio de lavadora, TV cable.
Hospedaje Caney	Calle 47 N° 85B-36, Cali, Valle del Cauca	<u>317 3836272</u>	\$51.390	Zona sur	Casas compartidas o individuales , con tv , wifi

COMPETENCIA	DIRECCIÓN	CONTACTO	PRECIOS	UBICACIÓN	COMODIDADES
La casa Santiago mayor	Cra. 36 #10-195, Cali, Valle del Cauca	<u>311</u> <u>3544516</u>	\$62.100 por noche	Zona sur	Habitaciones con cocina, TV y baño privado. El alojamiento dispone de cocina compartida, servicio de habitaciones y cambio de divisa.

Fuente: Autores.

La competencia directa de Capri U house como se enseñó en el Cuadro 11, son aquellas empresas que en su momento se han establecido líder en el mercado de alojamiento estudiantil en la ciudad de Cali, sin embargo no es de gran dificultad para la empresa optar por entrar a dicha oferta ya que sus parámetros son totalmente diferentes a los que hasta el momento se encuentran.

2.4 PLAN DE MERCADEO

El perfil de la residencia estudiantil es exclusivamente para estudiantes universitarios, con esto la importancia del plan de mercadeo radica en ser una guía para tomar decisiones empresariales y actuar con calidad para ofrecer el servicio requerido, como también ofrecer una experiencia única para los estudiantes.

Por consiguiente, el plan de mercadeo se encontrará evaluado de la siguiente manera:

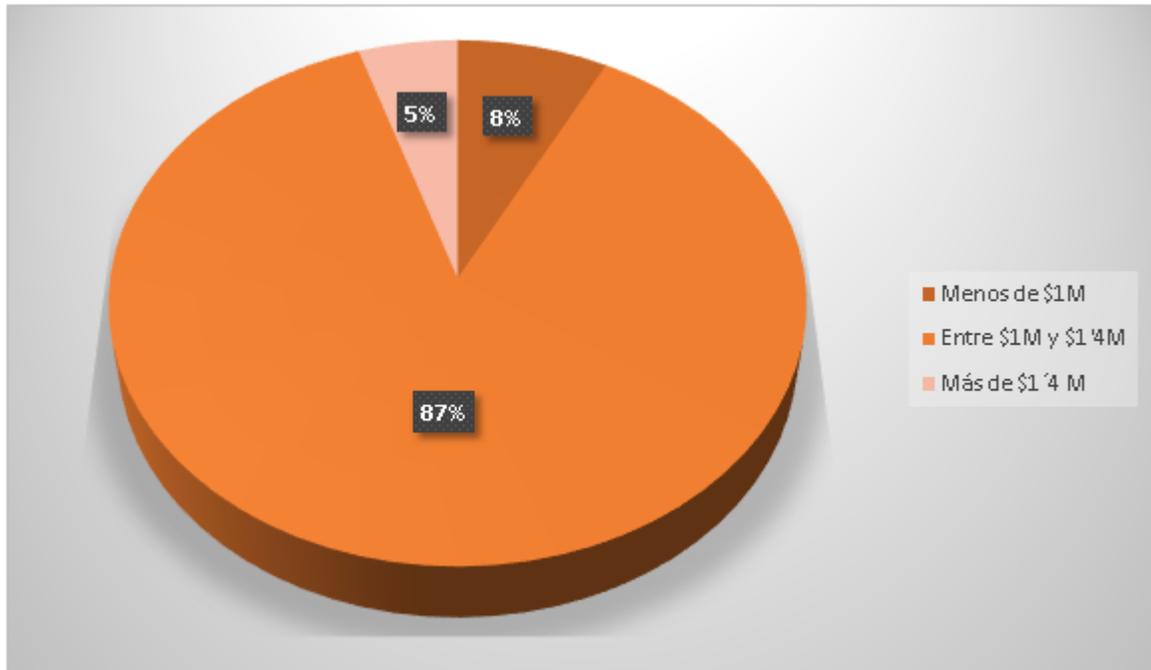
Cuadro 13. Objetivos estratégicos del plan de mercadeo

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
Liderazgo en los costes	La ventaja competitiva de Capri U house se encuentra valorizada en ofrecer un servicio con bajo coste y con un alto nivel de eficiencia.
Diferenciación	El servicio que ofrece la residencia estudiantil se encuentra percibido como único, y por lo tanto, los consumidores se encontrarían dispuestos a pagar un precio más elevado para obtener un servicio superior de calidad.
Segmentación	Capri U house se centra en un mercado concreto, en estudiantes universitarios no residentes de la ciudad de Cali.

Fuente: Autores.

2.4.1 Estrategia de precios. Las estrategias que adoptará la empresa Capri U house, tendrán un carácter que pueda llegar a adaptarse a las variaciones económicas que presente el mercado. De acuerdo a la herramienta de metodología utilizada en el proyecto (encuesta) el precio para el alojamiento de los estudiantes en la residencia puede variar de acuerdo a sus necesidades. A continuación, se muestran los resultados obtenidos:

Gráfica 5. Nivel de ingresos de los estudiantes encuestados



Fuente: Autores.

Interpretación de los datos:

- El 87% representa a 145 estudiantes, los cuales se encuentran dispuestos a pagar un valor entre \$1.000.000 y \$1.4000.000, el cuál cumpla con sus expectativas de alojamiento estudiantil.
- El 8% representa a 13 estudiantes, que se encuentran dispuestos a pagar un valor de \$1.000.000 por un servicio de alojamiento estudiantil.
- El 5% representa a 8 estudiantes, que se encuentran dispuestos a pagar más de \$1.4000.000 por un servicio de alojamiento estudiantil.

De acuerdo a los datos obtenidos, los precios de las habitaciones se encontrarán establecidos de la siguiente manera:

Cuadro 14. Precios de las habitaciones de Capri U house

HABITACIÓN	MEDIDAS	MEDIDA CAMA	PRECIO	TIEMPO
TIPO 1	18 m2	1,20 m x 1,90 m	\$800.000	Mensual
PLUS	24 m2	1,60 m x 1,90 m	\$1.000.000	Mensual

Fuente: Autores.

De acuerdo a la descripción anterior, se toma tres estrategias para el éxito del proyecto, las cuales son:

Cuadro 15. Estrategia de precios

ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN
Descremado de precios	Consiste en elevar los precios del productos y/o servicio, aprovechando que los compradores potenciales se encuentran dispuestos a pagar lo estipulado.	Debido a que las encuestas realizadas muestran el precio que está dispuesto a pagar un estudiante por al arrendamiento de una habitación, se decide utilizar ésta estrategia.
Precios para de cartera de productos	Esta se complementa de una estrategia de precio de paquete, la cual consiste en fijar un precio total para los productos de la línea que son complementarios.	Como servicio complementario, se ofrece el amueblamiento y uso de redes de comunicación, por tal motivo se implementará esta estrategia.
Precios de prestigio	Consiste en fijar un precio elevado a un producto/servicio, con el objetivo de catalogarlo con prestigio o status, en relación con la calidad.	Como mínimo esperado se ofrecerá un servicio de alta calidad, además de las comodidad que tendrá el estudiante al momento de ocupar el espacio

Fuente: Autores

2.4.2 Estrategia de ventas. Teniendo en cuenta la ubicación donde se desea desarrollar el campus estudiantil de Capri U house, se evalúa como una estrategia fundamental, dado que, la máxima concentración de estudiantes es totalmente activa (zona sur de la ciudad). Con ello, este proyecto contará con el fácil acceso a varias localidades para la mayor comodidad o desplazamiento de los usuarios, es decir el cubrimiento geográfico que la residencia otorga a los residentes será de la siguiente manera:

Cuadro 16. Estrategia de ventas

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES
1	Universidades en la zona sur de Cali	Capri U house se encontrará en la Zona sur de la ciudad, donde haya la mayor concentración de estudiantes universitarios, y con ello tener una característica de servicio enfatizado en el cliente.
2	Fácil acceso al transporte Masivo	La residencia estudiantil se encontrará ubicada estratégicamente con vías alternas donde los estudiantes pueden encontrar las principales estaciones del MIO y diferentes medios de transporte para su desplazamiento
3	Ubicación geográfica	Los estudiantes universitarios que demanden del servicio, podrán tener fácil acceso a supermercados, centros comerciales, droguerías cercanas a la residencia.

Fuente: Autores.

2.4.3 Estrategia de promocional. La estrategia promocional de Capri U house se encontrará en las redes sociales, ya que utilizar éste tipo de herramientas pueden llegar a ser aún más factible que otro tipo de publicidad (pendones, volantes, etc), además se debe de tener en cuenta que sería a un bajo costo en comparación a otras. A continuación, se describen los medios de comunicación que se adoptarán en Capri U house para su correcta promoción del servicio:

Cuadro 17. Descripción estratégica promocional

MEDIO DE COMUNICACIÓN / OTROS MEDIOS	JUSTIFICACIÓN
Instagram	Promover a través de esta plataforma contenido visual, en donde se pueda promocionar las instalaciones de la residencia y su composición
Facebook	Promover a través de esta plataforma contenido visual, responder dudas , etc.
YouTube	por medio de esta herramienta se subirá contenido de cómo son las instalaciones de la residencia
Correo electrónico	Compartir la información de manera oportuna y masiva
Stands	Participar de los diferentes eventos en las universidades en fechas de matrículas o eventos como: Sinergia de la Universidad ICESI
Volantes	Distribuir volantes en diferentes puntos de la ciudad en donde circulen la mayoría de los estudiantes universitarios

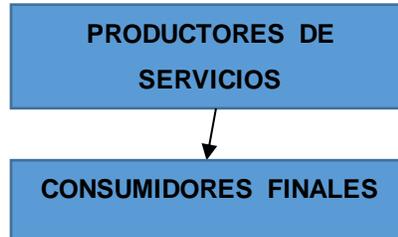
Fuente: Autores.

2.4.4 Estrategia de distribución. Los canales de distribución son una manera de formar conexiones con los clientes con el fin de obtener nuevas oportunidades en el mercado. Capri U house optará por el canal de distribución sistemático directo,

ya que no se necesitará de un minorista (intermediario) quién ofrezca del servicio, sino que, el servicio llegue de forma inmediata a los clientes para que el servicio de alojamiento en la residencia se encuentre de manera más instantánea.

En este caso, podemos definirlo de la siguiente manera:

Figura 1. Estrategia de distribución



Fuente: Autores.

Con este canal de distribución directa, se espera que la interacción entre el usuario y la residencia estudiantil como productores de servicio, sea de contacto más personal y sencillo como se ha dicho anteriormente, con ello, se podrá estar al pendiente de cada inconformidad o sugerencia que el cliente tenga en el momento de adquirir el servicio de alojamiento.

Por lo tanto, tener una captación de clientes más segura y ofrecer un mejor servicio es el objetivo primordial de la organización. La buena presentación como propietarias y transparencia de la empresa, hace que el usuario se sienta más seguro de lo que está adquiriendo. Sin embargo, a través de visitas a las diferentes universidades del departamento del Valle del Cauca y sus alrededores se pretende generar atracción al servicio, de tal manera que la residencia sea conocida en primera instancia a nivel local

2.4.5 Política de servicios. El proceso en cuanto a las políticas o requisitos que debe seguir el estudiante que va a adquirir el servicio son las siguientes.

- **DERECHOS DE ADMISIÓN A LA RESIDENCIA ESTUDIANTIL**

- a) Estar matriculado en una institución de educación superior en la ciudad Santiago de Cali.
- b) Presentar documentos de identidad y seguro médico.
- c) Si es menor de edad, presentar una carta firmada por el acudiente responsable.

- **POLÍTICA DE PRECIOS**

- a) Sustentar el poder adquisitivo del interesado para pagar por el servicio de alojamiento.
- b) Evaluación de precios de acuerdo a las necesidades de cada estudiante.

- **REGLAMENTO INTERNO**

- a) Manual de convivencia que establezca el comportamiento y uso adecuado de la residencia.
- b) Se solicita cordialmente evitar cualquier acto ilegal o incómodo que pueda afectar a los demás estudiantes.
- c) Hacer uso adecuado y pertinente del cuidado inmobiliario ofertado por la residencia Capri U House.
- d) Se prohíbe el uso de armas de fuego y corto punzantes.
- e) Se prohíbe el ingreso y consumo de drogas psicoactivas a la residencia y así mismo su circulación.
- f) Evitar la contaminación auditiva.
- g) Se solicita cordialmente hacer uso adecuado de los espacios comunes de la residencia.

- **DEBERES DEL ESTUDIANTE**

- a) No consumir alcohol, no fumar y no ingerir sustancias psicoactivas dentro de la residencia
- b) Permanecer en un óptimo estado la habitación (cocina y baño)
- c) Hacer aviso a la administración en caso de fugas de agua o gas.
- d) Hacer aviso en caso de pérdida o robo de objetivos personas, sin embargo, cada estudiante es responsable del cuidado de los objetos.
- e) Respetar a los demás estudiantes que habiten la residencia.

- **DERECHOS DEL ESTUDIANTE**

- a) Ser respetado por el personal de la residencia y así mismo de los demás estudiante que la habiten.
- b) Realizar peticiones, quejas o reclamos.
- c) Uso libre de las zonas comunes.
- d) Visitar de familiares o amigos. (no superior a 2 días)

2.4.6 Táctica de venta. Para generar un flujo de ventas alto, se tiene como estrategia de distribución, dirigirse hacia las universidades en periodo de inscripciones para dar a conocer la residencia y con ello, generar atracción sobre la misma para diferentes estudiantes universitarios de la ciudad Santiago de Cali. Como se ha dicho anteriormente en el Cuadro 14. Precios de las habitaciones de Capri U house el servicio de alojamiento estudiantil, tendrá un costo de acuerdo a las preferencias de los usuarios.

Además de ello es importante establecer, que no se van a utilizar organizaciones externas para promover la venta del servicio de alojamiento estudiantil, sin embargo, como se explicó en el Cuadro 17. Descripción estratégica promocional se llevará a cabo la presentación del servicio en Stands en eventos tales como Sinergia organizados por la Universidad ICESI.

Los objetivos específicos de la promoción de ventas son que el usuario una vez haya tomado la decisión de incorporarse a la residencia estudiantil, aumente su seguridad y frecuencia del consumo del servicio, es decir fortalecer el bien demandado y lograr la fidelidad de los mismos.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Capri U house contará con un terreno de 400 metros cuadrados en la zona sur de la ciudad de Santiago de Cali – barrio Capri; la residencia de alojamiento estudiantil se encontrará distribuido de la siguiente manera:

Cuadro 18. Espacios de la residencia estudiantil

DESCRIPCIÓN	MEDIDAS EN METROS
Zona de estudio	40 MTS 2
Laundry room	30 MTS 2
Cuarto de aseo	12 MTS 2
Living room	50 MTS 2
Entrada	4 MTS 2
Servicio sanitario (Hombre y Mujer)	
HABITACIONES 1 POR PISO	160 MTS 2
HABITACIONES 2 POR PISO	280 MTS 2

Fuente: Autores.

Además de lo anteriormente dicho, se implementará los servicios de cable y conexión a internet. De modo que, el estudiante se encuentre totalmente a gusto por tener un espacio de su preferencia.

3.2 SERVICIO

3.2.1 Descomposición del servicio.

Capri U house se contará con las siguientes implementaciones para la comodidad de sus usuarios, como se muestra a continuación:

Cuadro 19. Descripción de las medidas de los cuartos amoblados

DESCRIPCIÓN POR UNIDAD	MEDIDAS EN METROS	PRECIOS
CAMA HABITACIÓN 1	1,20 M x 1,90 M	\$ 300.000

DESCRIPCIÓN POR UNIDAD	MEDIDAS EN METROS	PRECIOS
CAMA HABITACIÓN PLUS	1,60 M x 1,90 M	\$794.925
CLOSET DOBLE PARA HABITACIÓN PLUS	1,50 M x 1,60 M	\$480.00
CLOSET SENCILLO PARA HABITACIÓN 1	1,10 M X 1,90 M	\$480.000
BAÑO	5 M x 3 M	\$205.990
COCINA	5 M x 3 M	\$700.000
SALA	6 M x 6 M	\$214.000
TV	19" PLGS	\$320.00

Fuente: Autores.

3.2.2 Determinación de los materiales e insumos requeridos.

- Procedimiento para encontrar insumos de MP y suministros a un coste bajo, pero con calidad.
- Compra de equipos.

3.2.3 Metodología para el estudio de la Ingeniería del proyecto. La metodología a utilizar es la del análisis de cadena de valor propuesta por Porter contempla la empresa como una sucesión de actividades que van añadiendo valor al producto o servicio que la compañía va generando y que finalmente su cliente (consumidor o empresa) le comprará. Este método es útil para entender las fortalezas constructoras de ventajas competitivas o competencias nucleares.

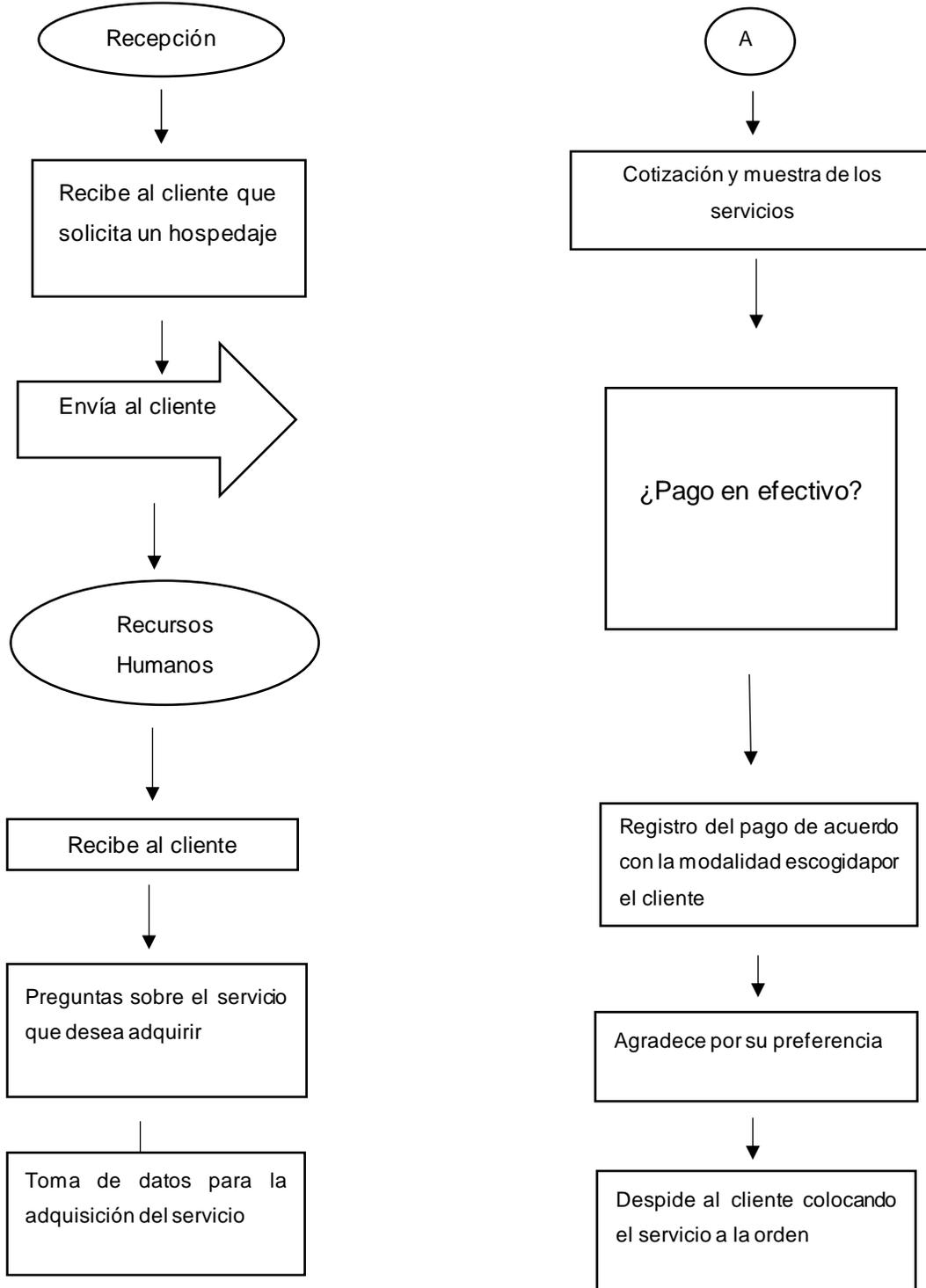
Lo anterior ayudará a realizar un análisis previo y así, ver cuáles son las ventajas competitivas en las actividades de la empresa que genera un valor y en su estructura.

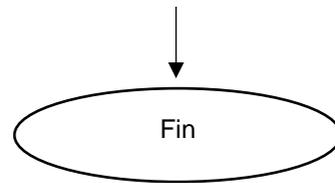
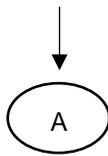
3.2.4 Diagramas y planes de desarrollo. A continuación, se ilustrará los siguientes diagramas los cuales tendrán especificado los procesos internos de la empresa de acuerdo a cada operación dentro de la misma:

- Diagrama de flujo del proceso
- Descripción de las operaciones

3.2.4.1 Diagrama de servicios. Los procesos a llevar a cabo en la residencia serán los siguientes:

Figura 2. Diagrama de servicios de Capri U house





Fuente: Autores.

3.2.5 Tecnología.

El desarrollo de tecnología de Capri U house se manejará de la siguiente manera:

- Manejo y control de reservas por medio de un software.
- Comunicación constante con los estudiantes.
- Actualización de datos de la página web.
- Buzón de sugerencias.

3.2.6 Selección de equipo. La selección del equipo para la empresa Capri U house, se hará por medio de contrataciones por obra y labor, como también por prestación de servicios.

3.2.7 Cálculo de cantidades de materias primas

- Procedimiento para encontrar insumos de MP y suministros a un coste bajo, pero con calidad.
- Compra de equipos.
- Material publicitario y de imagen

3.2.8 Localización del proyecto. Capri U house, se encontrará localizado en el Sur de la ciudad de Santiago de Cali, en la comuna 17, dado que es un lugar donde la concentración de estudiantes es mayor.

La localización del proyecto estará de manera estratégica, cercano a la estación capri, con el fin de brindar un fácil y rápido acceso al transporte público.

La residencia estudiantil se centrará entre la Universidad Santiago de Cali, Universidad del Valle, Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium (Sede Meléndez), y de ahí en adelante las que compete la zona sur tales como las universidades: ICESI, San Buenaventura, Fundación Universitaria Católica (Sede Pance), Javeriana, Antonio José Camacho, Universidad Autónoma. De esta manera, la localización se centrará en la calle 5ta con 80.

3.2.8.1 Macro localización. El proyecto se localizará en la Ciudad Santiago de Cali (Valle del Cauca) Colombia, los factores más relevantes en la macro-localización de este proyecto son:

- Ubicación de los usuarios (estudiantes universitarios)
- Medios de transporte: La ruta recomendada del transporte público MIO que pueden usar los estudiantes es la E21, T31, P27C, P17, E41 la cual los transporta a la estación universidades. Las rutas que circulan frecuentemente en esta zona universitaria son A11, A17A, A14A, P17, las cuales se movilizan por todas las universidades ubicadas en la zona Sur de la ciudad Santiago de Cali.
- Infraestructura de servicios públicos (disponibilidad y costo de la energía eléctrica).

3.2.9 Micro localización. En la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali (Capri) se llevará a cabo la construcción y creación del proyecto. Los factores principales de esta decisión son:

- Ubicado en la zona sur, puesto que se encuentran los clientes más potenciales.
- El acceso al transporte público es “económico”, incluso, considerando que la residencia queda centrada a las universidades, pueden desplazarse por las vías de ciclo vía.
- Disponibilidad de agua y alcantarillado.

3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

De acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial de la ciudad Santiago de Cali, la construcción de una residencia necesita contar con las siguientes reglamentaciones:

- Índice de ocupación 0.3
- Índice adicional 0.1
- Índice de construcción 1.5
- Edificabilidad básica 1.5
- Edificabilidad adicional 1

Lo anterior, hace parte del porcentaje de construcción para la elaboración de una residencia, en este caso, de Capri U house en la comuna 17.

4. LINEAMIENTOS ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Capri U house, es una residencia estudiantil únicamente para universitarios que van a desarrollar su formación profesional en la ciudad Santiago de Cali, supliendo así mismo la necesidad básica que demanda un estudiante, facilitando la comodidad de vivienda y movilidad.

4.1.1 Misión. Capri U house, se dedica a ofrecer un servicio de hospedaje, nuestra misión está en dar respuesta a las necesidades de comodidad y accesibilidad que demanda un estudiante universitario. Nuestros clientes están enfocados en los estudiantes de educación superior a partir de las edades de 15 años hasta 24 años.

4.1.2 Visión. El objetivo a futuro de Capri U house es, ser una de las residencias de alojamiento más reconocidas en la ciudad, por su excelente calidad y comodidad. Nuestra empresa aspira a tener un crecimiento continuo, distinguiéndose por ser una empresa que contribuye positivamente a la sociedad y que brinda oportunidades desarrollo profesional y cultural.

4.1.3 Valores corporativos. Los valores corporativos de Capri U house serán los siguientes:

- Excelencia en la calidad del servicio.
- Focalizado a satisfacer de nuestros clientes.
- Transparencia y honestidad.
- Responsabilidad social.
- Trabajo en equipo.

4.1.4 Filosofía del trabajo. Capri U house, desea ofrecer un servicio, con una mejor experiencia universitaria, donde la calidad de vida y seguridad del estudiante, se transforme en el enfoque base de nuestra integridad.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

A continuación, se determinará los procesos y los cargos que obtendrá cada persona dentro de la empresa, es decir, la descripción de los principales responsabilidades, funciones y actividades del puesto; también se determinará la periodicidad, atribuciones, entre otras.

4.2.1 Descripción de puestos. La distribución gráfica que tendrá la estructura organizacional de Capri U house será de manera vertical, ya que se emplea de arriba hacia abajo, haciendo que, la persona con mayor jerarquía se encuentre encabezando la empresa. De esta manera la empresa contará con los siguientes cargos:

Cuadro 20. Descripción de puestos

CANTIDAD	CARGO	ESTUDIOS	EXPERIENCIA	TIPO DE CONTRATO	SUELDO	ÁREA
1	Contador	Universitarios	2 años	Prestación de servicios	\$2,000,000	Contable
1	Gerente administrativo	Administrador de empresas con especialización en finanzas	3 años	Término indefinido	\$3,096,000	Administrativa
1	Gerente comercial	Mercadotecnia con especialización en marketing	3 años	Término indefinido	\$4,128,000	Administrativa
1	Personal de aseo	Universitarios o bachiller	1 años	Término indefinido	\$1,032,000	Mantenimiento

Fuente: Autores.

4.2.2 Descripción de puestos. La descripción de cargos se emplea de la siguiente manera para la selección de recursos humanos, adiestramiento, como también para determinar los incentivos.

Cuadro 21. Descripción de cargo Gerente

NOMBRE DEL CARGO	DEPARTAMENTO	HORARIO
Gerente	Administrativa	Disponibilidad de lunes a sábados con un día de descanso
2. Descripción del cargo. Planear, organizar, dirigir y controlar las operaciones de departamentos que proveen uno o varios servicios administrativos, de acuerdo a los parámetros establecidos		
3. Funciones del cargo		
3.1 Dirigir las funciones administrativas al personal de seguridad		
3.2 Manejo de recursos.		
3.3 Provisión de recursos y administración del personal, de acuerdo a las normas organizacionales		
3.4 Planear, administrar y controlar los presupuestos, contratos, equipos y suministros de acuerdo con los lineamientos del área.		

Fuente: Autores.

Cuadro 22. Funciones laborales de gerencia

FACTORES	SUBFACTORES	GRADOS				ESPECIFICACIONES
		1	2	3	4	
CONOCIMIENTOS - HABILIDADES	Educación				X	Administrador de Empresas, con conocimiento en mercadeo y análisis financiero.
	Experiencia				X	Tres años de experiencia.
	Complejidad					Manejo de personas
	Habilidad Mental				X	Liderar, resolver problemas, controlar, dirigir y tomar decisiones.
	Habilidad Manual	X				Se requiere poca habilidad manual.
RESPONSABILIDAD	Por bienes			X		Responsabilidad sobre los bienes del negocio.
	Por información				X	Manejo de información confidencial del negocio alto.

FACTORES	SUBFACTORES	GRADOS				ESPECIFICACIONES
	Por relaciones publicas				X	Responsabilidad alta en el manejo de relaciones públicas.
ESFUERZO	Mental				X	Las labores demandan alta atención mental.
	Visual			X		Las labores demandan mediana atención visual.
	Físico	X				Esfuerzo físico medio al estar fuera del negocio estableciendo relaciones públicas.
CONDICIONES DE TRABAJO	Oficina			X		Estar en la oficina aproximadamente el 40% de su tiempo.
	Campo				X	Estar fuera del negocio aproximadamente el 60% de su tiempo.

Fuente: Autores.

Cuadro 23. Descripción de cargo gerente comercial

NOMBRE DEL CARGO	DEPARTAMENTO	HORARIO
Gerente administrativo	Administrativa	Disponibilidad de lunes a sábados con un día de descanso
2. Descripción del cargo. Gestionar y supervisar los recursos económicos y financieros de la compañía para poder trabajar con las mejores condiciones de coste, liquidez, rentabilidad y seguridad Planear, supervisar, coordinar, controlar y optimizar el desarrollo de todos los proyectos, programas y actividades relacionados con la administración de recursos humanos, financieros, contables, legales,		
3. Funciones del cargo		
3.1 Planear, supervisar, coordinar y controlar.		
3.2 Optimizar el desarrollo de todos los proyectos, programas y actividades relacionados con la administración.		
3.3 Control de la administración de recursos humanos, financieros, contables y legales.		
3.4 Toma de decisiones en forma oportuna y confiable en beneficio de la operación de la empresa		

Fuente: Autores.

Cuadro 24. Funciones laborales de gerencia comercial

FACTORES	SUBFACTORES	GRADOS				ESPECIFICACIONES
		1	2	3	4	

FACTORES	SUBFACTORES	GRADOS				ESPECIFICACIONES
CONOCIMIENTOS - HABILIDADES	Educación				X	Administrador de Empresas, con conocimiento en mercadeo.
	Experiencia				X	Tres años de experiencia.
	Complejidad					Manejo de personas
	Habilidad Mental				X	Liderar, resolver problemas, controlar, dirigir y tomar decisiones.
	Habilidad Manual			X		Se requiere poca habilidad manual.
RESPONSABILIDAD	Por bienes			X		Responsabilidad sobre los bienes del negocio.
	Por información				X	Manejo de información confidencial del negocio alto.
	Por relaciones publicas				X	Responsabilidad alta en el manejo de relaciones públicas.
ESFUERZO	Mental				X	Las labores demandan alta atención mental.
	Visual				X	Las labores demandan mediana atención visual.
	Físico		X			Esfuerzo físico medio al estar fuera del negocio estableciendo relaciones públicas.
CONDICIONES DE TRABAJO	Oficina				X	Estar en la oficina aproximadamente el 40% de su tiempo.
	Campo		X			Estar fuera del negocio aproximadamente el 60% de su tiempo.

Fuente: Autores.

Cuadro 25. Descripción cargo contador

NOMBRE DEL CARGO	DEPARTAMENTO	HORARIO
------------------	--------------	---------

Contador	Administrativa	Disponibilidad de lunes a viernes con un día de descanso
2. Descripción del cargo. Llevar a cabo todos los lineamientos establecidos durante la planeación y la organización		
3. Funciones del cargo		
3.1 Liderar		
3.2 Dirigir		
3.3 Tomar decisiones		
3.4 Reconocer riesgos y estrategias		

Fuente: Autores.

Cuadro 26. Funciones del contador público

FACTORES	SUBFACTORES	GRADOS				ESPECIFICACIONES
		1	2	3	4	
CONOCIMIENTOS - HABILIDADES	Educación				X	Profesional en contaduría pública.
	Experiencia				X	Dos años de experiencia.
	Complejidad		X			Manejo de personas
	Habilidad Mental				X	Liderar, resolver problemas, controlar, dirigir y tomar decisiones.
	Habilidad Manual				X	Se requiere poca habilidad manual.
RESPONSABILIDAD	Por bienes				X	Responsabilidad sobre los bienes del negocio.
	Por información				X	Manejo de información confidencial del negocio alto.
	Por relaciones públicas	X				Responsabilidad alta en el manejo de relaciones públicas.
ESFUERZO	Mental				X	Las labores demandan alta atención mental.
	Visual				X	Las labores demandan mediana atención visual.
	Físico				X	Esfuerzo físico medio al estar fuera del negocio

FACTORES	SUBFACTORES	GRADOS				ESPECIFICACIONES
						estableciendo relaciones públicas.
CONDICIONES DE TRABAJO	Oficina				X	Estar en la oficina aproximadamente el 40% de su tiempo.
	Campo	X				Estar fuera del negocio aproximadamente el 60% de su tiempo.

Fuente: Autores.

Cuadro 27. Descripción cargo personal de aseo

Nombre del cargo	Departamento	Horario
Personal de aseo	Mantenimiento	Disponibilidad de lunes a sábados con un día de descanso
2. Descripción del cargo. Llevar a cabo todos los lineamientos establecidos durante la planeación y la organización		
3. Funciones del cargo		
3.1 Disposición y adaptación a nuevas tecnologías de limpieza.		
3.2 Mantener el control y la atención en todo momento.		
3.3 Responsabilidad al momento de seguir un plan de limpieza.		

Fuente: Autores.

Cuadro 28. Funciones del personal de aseo

FACTORES	SUBFACTORES	GRADOS				ESPECIFICACIONES
		1	2	3	4	
CONOCIMIENTOS-HABILIDADES	Educación		X			Manteamiento, oficinas varios, aseo
	Experiencia				X	Dos años de experiencia.
	Complejidad			X		Manejo de personas
	Habilidad Mental				X	Liderar, resolver problemas, controlar, dirigir y tomar decisiones.
	Habilidad Manual				X	Se requiere poca habilidad manual.
RESPONSABILIDAD	Por bienes				X	Responsabilidad sobre los bienes del negocio.

FACTORES	SUBFACTORES	GRADOS				ESPECIFICACIONES
	Por información			X		Manejo de información confidencial del negocio alto.
	Por relaciones publicas			X		Responsabilidad alta en el manejo de relaciones públicas.
ESFUERZO	Mental				X	Las labores demandan alta atención mental.
	Visual				X	Las labores demandan mediana atención visual.
	Físico				X	Esfuerzo físico medio al estar fuera del negocio estableciendo relaciones públicas.
CONDICIONES DE TRABAJO	Oficina				X	Estar en la oficina aproximadamente el 40% de su tiempo.
	Campo	X				Estar fuera del negocio aproximadamente el 60% de su tiempo.

Fuente: Autores.

4.2.3 Organigrama. Como se ha realizado la descripción genérica de las actividades de cada puesto para la empresa Capri U house, el organigrama se encontrará de la siguiente manera en el siguiente Figura 3. Organigrama Capri U house se podrá evidenciar los cargos que anteriormente se han establecido para el adecuado funcionamiento de la residencia. Sin embargo, es importante resaltar que la residencia estudiantil no contará con un portero o guarda de seguridad, ya que cada estudiante universitario que decida hospedarse en ella, tendrá sus llaves del cuarto que se le otorgará como de la entrada principal. Por otro lado, para que los visitantes ingresen a la residencia, tendrán que avisar por medio del citofono a que número de habitación desean ingresar y con ello el estudiante decide si ingresa la persona o se niega, con ello, se espera que la entrada y salida del usuario sea a

través de lo anteriormente dicho. A continuación, se muestra el organigrama de la residencia:

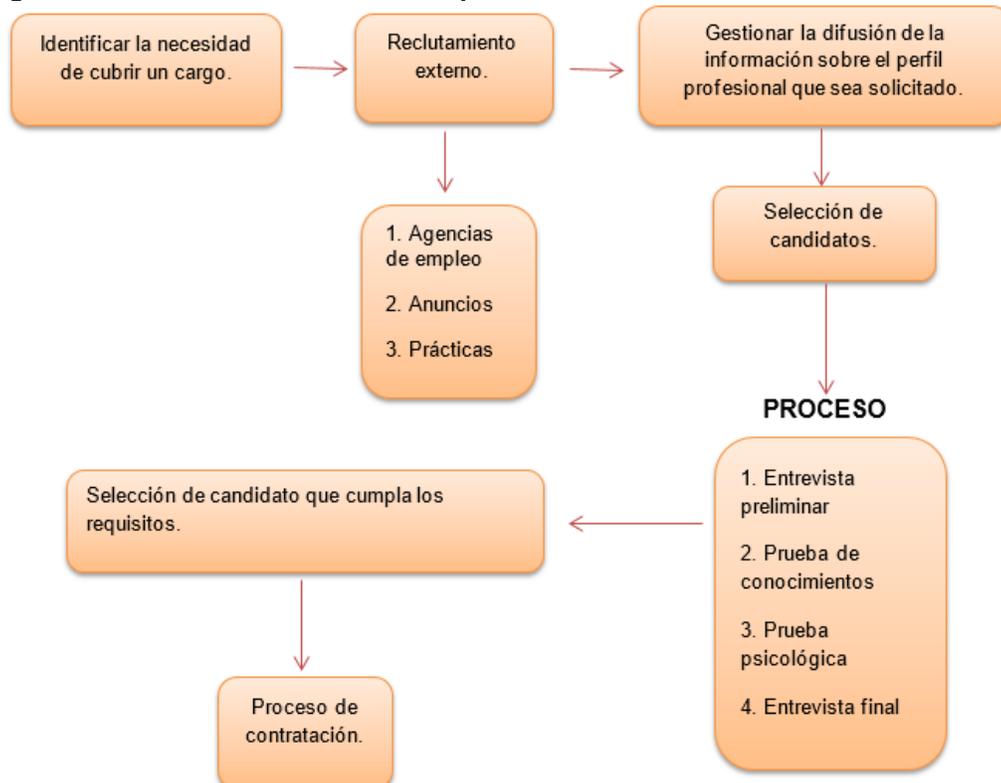
Figura 3. Organigrama Capri U house



Fuente: Autores.

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

Figura 4. Modelo de reclutamiento de personal



Fuente: Autores

A través del método de Galabert se desea establecer el proceso de reclutamiento adecuado, para atraer los candidatos potencialmente cualificados y con ello, saber cuáles son los intereses que en éste caso tiene la organización.

El proceso de reclutamiento se hará por medio de portales de empleo como el empleo.com donde se determine de manera concreta cuales son los parámetros que se necesita en la organización para sus futuros colaboradores, sin embargo, éste método será explícitamente para determinados cargos que no generen un grado de responsabilidad mayor en la empresa, dado que, los de mayor responsabilidad se encontrarán desempeñados por los propietarios de la misma. Por lo tanto, es importante:

Identificar cual es el tipo de personal que se requiere (titulación académica, edad de preferencia, sexo, experiencia laboral, etc.) Además de establecer el salario que se dispone para el tipo de cargo expuesto.

Los cargos los cuales se colocarán en el portal de empleo son:

- Contador
- Personal de aseo

Por lo tanto, los modelos de clasificado para los dos cargos son:

a. Contador público con dominio en las TIC'S

Ciudad: Santiago de Cali, Valle del Cauca

Tipo de contrato por prestación de servicios

Descripción.

La empresa del sector de alojamiento y estadías temporales en la ciudad de Cali, requiere para su equipo de trabajo un contador público, con manejo de registros contables, tributarios, financieros, presentación de informes, y habilidades de

comunicación asertiva, mejoramiento continuo y orientación al cliente. Además de, tener experiencia mínima de 2 años en el área de hotelería y tener un buen dominio de las TIC'S.

b. Personal de aseo

Ciudad: Santiago de Cali, Valle del Cauca

Jornada laboral: Horario de oficina (8:00 AM - 5: PM)

Salario: \$1.100.000

Tipo de contrato Indefinido

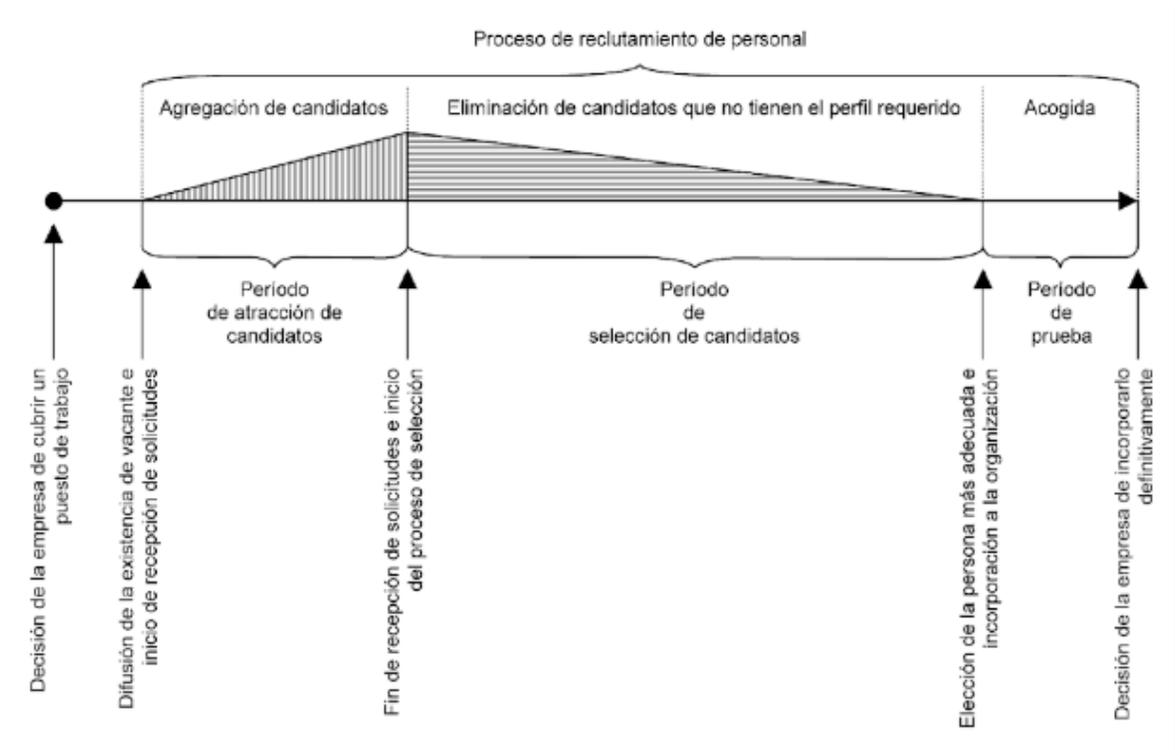
Descripción.

La empresa del sector de alojamiento y estadías temporales en la ciudad de Cali, requiere para su equipo de trabajo una persona para aseo general u oficios varios. Además de, tener experiencia mínima de 1 año en el área de hotelería.

4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL

A través del Manual para la gestión del capital humano en las organizaciones por Miquel Porret Gelabert, el modelo de reclutamiento que se va a implementar es el siguiente:

Ilustración 1. Manual para la gestión del capital humano en las organizaciones



Fuente: (Galabert, 2016, p. 151).

Por medio de este método de Galabert se desea establecer el proceso de reclutamiento adecuado, para atraer los candidatos potencialmente cualificados y con ello, saber cuáles son los intereses que en éste caso tiene la organización.

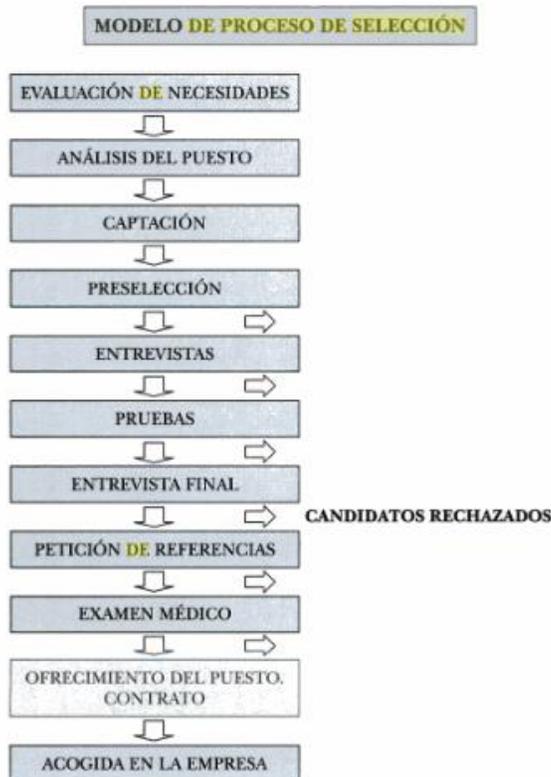
El proceso de reclutamiento se hará por medio de portales de empleo como el empleo.com donde se determine de manera concreta cuales son los parámetros que se necesita en la organización para sus futuros colaboradores, sin embargo, éste método será explícitamente para determinados cargos que no generen un grado de responsabilidad mayor en la empresa, dado que, los de mayor responsabilidad se encontrarán desempeñados por los propietarios de la misma.

Por lo tanto, es importante:

Identificar cual es el tipo de personal que se requiere (titulación académica, edad de preferencia, sexo, experiencia laboral, etc.)

Se llevará a cabo el proceso de capacitación y selección de personal de Manuel Olleros Izard, el cual consta de los siguientes pasos:

Ilustración 2. Proceso de capacitación y selección de personal



Fuente: (Izard, 2005, p. 13).

4.4.1 Solicitud de empleo. La solicitud de empleo que obtendrá la empresa es el formulario de los aspirantes al cargo, de tal manera que, el postulante registrará la información básica como es: datos personales, conocimientos, habilidades, referencias personales y profesionales, además de su experiencia laboral.

Esto es necesario para determinar cuáles son las actitudes y aptitudes de los postulantes al cargo.

4.4.2 Exámenes. Los exámenes que se deberán realizar los colaboradores de Capri U house para su integración serán los siguientes:

a) Psicotécnicos: se realizará un test de razonamiento que ayude a detectar las aptitudes, personalidad y competencias que tiene la persona, como también la solución de problemas que puede presentar la persona ante ciertas situaciones culturales.

b) Exámenes médicos: Se realizarán por medio de un médico general para determinar las condiciones físicas, mentales y sociales del colaborador antes de su contratación en función de las condiciones de trabajo a las que se encontrará expuesto. Además del examen con un especialista optómetra que determine la visión que el trabajador obtenga.

4.4.3 Visita domiciliaria. Se realizará por medio de un tercero para la corroboración de los datos estipulados en los pasos anteriores de la contratación del personal, y con ello determinar la situación legal y jurídica de la persona.

4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN

El proceso de contratación en Capri U house se encontrará en dos etapas; la primera es la inducción que desempeñará el colaborador, en este momento el colaborador se encontrará en periodo de prueba, como se ha dicho anteriormente contará con dos semanas, las cuales harán que pase a la segunda y última etapa la cual es la contratación definitiva de la persona.

El modelo de contratación se hará a término indefinido y contrato por prestación de servicios.

4.5.1 Inducción de personal. Este proceso de inducción al personal, se llevará a cabo mediante la inducción general y la inducción específica. La primera para

generar ambientes de buen clima laboral y la segunda para pautar el desempeño que se requiere en la empresa.

Sin embargo, es importante resaltar que la inducción se llevará a cabo dentro de las dos primeras semanas luego de haber firmado contrato, con ello se espera que el personal se encuentre informado de las políticas de la empresa, cuáles son las actividades que se deben de desempeñar, además de informar los factores de riesgos que pueden transcurrir.

Por lo tanto, las medidas que se implementarán en este proceso son:

- a) Como primera instancia, darle un recorrido general de la residencia.
- b) Darle a conocer al trabajador la misión, la visión, objetivos y valores de la empresa para que se inicie un proceso de pertenencia.
- c) Establecer las reglas y actitudes que serán favorables para la empresa.
- d) Indicar los horarios de trabajo, pagos, prestaciones, etc.
- e) Brindar al trabajador una efectiva orientación general del cargo a desempeñar dentro de la empresa.
- f) Llevar a cabo un espacio de salud ocupacional para que, de tal manera, de genere un buen ambiente laboral.

4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL

4.6.1 Capacitación. El sistema de capacitación se llevará a cabo a través de cuatro procesos que consisten en:

- a) Entrada: Proceso en el cual se inicia el entrenamiento de los trabajadores mediante el estudio de los objetivos y su cumplimiento, perfeccionando la habilidades y conocimientos.
- b) Aprendizaje: Se establece una etapa de programación en la cual, se delega el que, cuando y donde se enseñará todo lo pertinente para satisfacer las necesidades de los clientes.

- c) Salida: Ejecución de los tres pasos mencionados anteriormente, con el fin de hacer el cierre del entrenamiento y ponerlo en práctica.
- d) Retroalimentación: Con el fin de medir la capacidades y conocimientos aprendidos y aplicados, es importante hacer una retroalimentación para evaluar al personal.

Ante los puntos mencionados anteriormente se aplicará el factor de motivación, debido a que, a través de esta variable es posibles lograr óptimos resultados.

4.6.2 Adiestramiento.

- a) Promover la eficiencia y eficacia de recursos humanos y servicio al cliente.
- b) Proporcionar a los trabajadores una preparación que le permita desempeñar su cargo de manera responsable.
- c) Facilitar la supervisión del personal
- d) Generar un ambiente de seguridad
- e) Ayudar a desarrollar condiciones de trabajo satisfactorias
- f) Mejora de procedimientos
- g) Reducir despidos y renunciias
- h) Promover ascensos con el fin de motivar a los trabajadores.

5. ESTRUCTURA FINANCIERA

5.1 INVERSIÓN EN PESOS

En el siguiente cuadro se muestra la inversión inicial en pesos, que se requiere para la elaboración de la residencia estudiantil.

Cuadro 29. Inversión en pesos

ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
CAMA 1.20 x 1.90	8	\$ 300.000	\$ 2.400.000,00
CAMA 1.60 x 1.90	4	\$ 794.925	\$ 3.179.700,00
NEVERAS	12	\$ 396.810	\$ 4.761.720,00
AIRE ACONDICIONADO	6	\$ 960.000	\$ 5.760.000,00
BAÑOS	12	\$ 205.990	\$ 2.471.880,00
CLOSET 1.10 x 1.29	8	\$ 400.000	\$ 3.200.000,00
CLOSET 1.50 x 1.69	4	\$ 480.000	\$ 1.920.000,00
PERSIANAS	12	\$ 120.000	\$ 1.440.000,00
COCINA	12	\$ 700.000	\$ 8.400.000,00
ESCRITORIO	12	\$ 138.000	\$ 1.656.000,00
PUFF	6	\$ 50.000	\$ 300.000,00
SILLAS	12	\$ 76.000	\$ 912.000,00
CAMINADORA, BANCO DE EJERCICIO Y ELÍPTICA	1	\$ 2.409.000	\$ 2.409.000,00
LAVADORA Y SECADORA	2	\$ 3.301.429	\$ 6.602.858,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 45.413.158,00
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
COMPUTADORES	2	\$ 1.100.000	\$ 2.200.000
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	1	\$ 1.534.000,00	\$ 1.534.000,00
CÁMARAS DE VIGILANCIA	18	\$ 87.000,00	\$ 1.566.000,00
CITOFONOS Y PORTERO INTERCOMUNICADOR	12	\$ 66.000,00	\$ 792.000,00
TELEVISOR DE 49'	1	\$ 1.100.000,00	\$ 1.100.000,00
TELEVISOR DE 32'	12	\$ 320.000,00	\$ 3.840.000,00

ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			\$ 11.032.000,00
TERRENOS			
TERRENO	1	\$ 480.000.000,00	\$ 480.000.000,00
TOTAL TERRENOS			\$ 480.000.000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 536.445.158,00
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
LEVANTAMIENTO TOPOGRÁFICO	1	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
ESTUDIO DE SUELOS	1	\$ 12.000.000,00	\$ 12.000.000,00
REGISTRO MERCANTIL CÁMARA DE COMERCIO		\$ 1.320.000,00	\$ 1.320.000,00
DISEÑO ARQUITECTÓNICO	1	\$ 31.416.192,00	\$ 31.416.192,00
CALCULO ESTRUCTURAL	1	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
DISEÑO ELÉCTRICO	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
DISEÑO HIDROSANITARIO	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
PRESUPUESTO Y PROGRAMACIÓN	1	\$ 7.854.000,00	\$ 7.854.000,00
IMPUESTO DELINEAMIENTO	1	\$ 47.366.630,00	\$ 47.366.630,00
PREDIALES, 4/1000 E INDUSTRIA Y COMERCIO	1	\$ 26.180.160,00	\$ 26.180.160,00
CURADURÍA CARGO FIJO	1	\$ 568.000,00	\$ 568.000,00
CURADURÍA CARGO VARIABLE	1	\$ 4.570,00	\$ 4.570,00
DERECHOS ENERGÍA	1	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00
DERECHOS ACUEDUCTO	1	\$ 420.000,00	\$ 420.000,00
DERECHOS GAS	1	\$ 650.000,00	\$ 650.000,00
SEGUROS	1	\$ 10.472.064,00	\$ 10.472.064,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN			\$ 139.078.116,00
ADECUACIONES			
PINTURA Y OTROS	4	\$ 155.000,00	\$ 620.000,00
INSTALACIONES Y MEJORES ELÉCTRICAS	6	\$ 100.000,00	\$ 600.000,00
TOTAL ADECUACIONES			\$ 1.220.000,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 140.298.116,00
COSTOS FIJOS			
NOMINAS	12	\$ 48.159.333,00	\$ 577.911.996,00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	12	\$ 45.360.000,00	\$ 544.320.000,00
GASTOS DE VENTAS	12	\$ 7.000.000,00	\$ 84.000.000,00

ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TOTAL COSTOS FIJOS			\$ 1.206.231.996,00
CAPITAL DE TRABAJO			\$ -
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			\$ -
TOTAL INVERSIÓN			\$ 1.826.530.112,00
% Inversión a financiar			20,00%
INVERSIÓN A FINANCIAR			\$ 365.306.022,40
Meses a diferir			12
VALOR DIFERIDO MENSUAL			\$ 11.691.509,67

Fuente: Autores.

5.2 AMORTIZACIÓN EN PESOS

En el Cuadro 30 se describe las tasas para financiar el valor del préstamo.

Cuadro 30. Valor del préstamo

VALOR PRÉSTAMO	\$ 365.306.022,40
TEA %	29,04%
TASA NOMINAL MES %	25,77%
TASA MENSUAL %	2,15%
MESES DEL AÑO	12
NUMERO CUOTAS	60

Fuente: Autores

Además, se realiza la proyección a 5 años como se muestra a continuación:

Cuadro 31. Valor del préstamo proyección a 5 años

ÍTEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
	\$ 89.495.258,14	\$ 77.544.570,13	\$ 62.123.402,32	\$ 42.223.927,38	\$ 16.545.644,92	\$ 287.932.802,89
INTERÉS						
AMORTIZACIÓN	\$41.152.506,92	\$53.103.194,93	\$68.524.362,74	\$88.423.837,68	\$114.102.120,14	\$365.306.022,40
TOTAL	\$130.647.765,06	\$130.647.765,06	\$130.647.765,06	\$130.647.765,06	\$130.647.765,06	

Fuente: Autores

5.3 GASTO EN PESOS

En el siguiente cuadro se describe el gasto en pesos proyectados a 5 años

Cuadro 32. Gasto en pesos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ADMINISTRACIÓN					
SERVICIOS PÚBLICOS	\$ 7.644.000	\$ 7.695.215	\$ 7.746.773	\$ 7.798.676	\$ 7.850.927
CONTABILIDAD PROYECTO	\$ 14.000.004	\$ 14.093.804	\$ 14.188.233	\$ 14.283.294	\$ 14.378.992
COSTOS LEGALES Y DE ESCRITURACIÓN (PERSONAL)	\$ 136.080.000	\$ 136.991.736	\$ 137.909.581	\$ 138.833.575	\$ 139.763.760
NOTARIALES Y REGISTRO	\$ 408.240.000	\$ 410.975.208	\$ 413.728.742	\$ 416.500.724	\$ 419.291.279
VISITA PERITO BANCARIO	\$ 11.947.992	\$ 12.028.044	\$ 12.108.631	\$ 12.189.759	\$ 12.271.431
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 577.911.996	\$ 581.784.006	\$ 585.681.959	\$ 589.606.028	\$ 593.556.389
VENTAS					
PUBLICIDAD	\$ 84.000.000	\$ 84.562.800	\$ 85.129.371	\$ 85.699.738	\$ 86.273.926
TOTAL GASTOS VENTAS	\$ 84.000.000	\$ 84.562.800	\$ 85.129.371	\$ 85.699.738	\$ 86.273.926
TOTAL GASTOS	\$ 168.000.000	\$ 169.125.600	\$ 170.258.742	\$ 171.399.475	\$ 172.547.852
GASTO DEPRECIACIÓN	\$ 252.000.000	\$ 253.688.400	\$ 255.388.112	\$ 257.099.213	\$ 258.821.777
GASTOS DIFERIDOS	\$ 504.000.000	\$ 507.376.800	\$ 510.776.225	\$ 514.198.425	\$ 517.643.555
GASTOS AL ESTADO DE RESULTADOS	\$ 1.501.911.996,00	\$ 1.511.974.806	\$ 1.522.105.038	\$ 1.532.303.141	\$ 1.542.569.572
GASTOS AL FLUJO DE CAJA	\$ 745.911.996	\$ 750.909.606	\$ 755.940.701	\$ 761.005.503	\$ 766.104.240

Fuente: Autores.

5.4 VENTAS Y COSTOS EN PRECIOS

A continuación, se describe la proyección a 5 años de las ventas y costos de la residencia con financiación y sin financiación.

Cuadro 33. Ventas y costos en precios

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
HABITACIÓN 1	288	288	288	288	288
HABITACIÓN 2	192	192	192	192	192
TOTAL	480	480	480	480	480
PRECIO DE VENTA					
HABITACIÓN 1	6.593	6.637	6.681	6.726	6.771
HABITACIÓN 2	1.157.705	1.165.462	1.173.270	1.181.131	1.189.045
COSTO UNITARIO					
HABITACIÓN 1	805.360	810.756	816.188	821.656	827.162
HABITACIÓN 2	1.006.700	1.013.445	1.020.235	1.027.071	1.033.952
VENTAS TOTALES					
HABITACIÓN 1	1.898.726	1.911.448	1.924.255	1.937.147	1.950.126
HABITACIÓN 2	222.279.360	223.768.632	225.267.882	226.777.176	228.296.583
TOTAL	224.178.086	225.680.080	227.192.136	228.714.323	230.246.709
COSTOS TOTALES					
HABITACIÓN 1	230.400.000	233.497.703	235.062.137	236.637.054	238.222.522
HABITACIÓN 2	192.000.000	194.581.419	195.885.114	197.197.545	198.518.768
TOTAL	422.400.000				
COSTOS UNITARIO SIN MDO Y SIN CIF					
HABITACIÓN 1	805.360				
HABITACIÓN 2	1.001.462				
TOTAL	1.806.822				
COSTOS TOTALES SIN MDO Y SIN CIF					
HABITACIÓN 1	230.400.000				
HABITACIÓN 2	192.000.000				
TOTAL	422.400.000				

Fuente: Autores.

Cuadro 34. Estado de resultados

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 504.192.000	\$ 225.680.080	\$ 227.192.136	\$ 228.714.323	\$ 230.246.709
DESCUENTOS	\$ 5.041.920	\$ 5.041.920	\$ 5.041.920	\$ 5.041.920	\$ 5.041.920
DEVOLUCIONES					
VENTAS NETAS	\$ 499.150.080	\$ 220.638.160	\$ 222.150.216	\$ 223.672.403	\$ 225.204.789

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CMV	\$ 422.400.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 76.750.080	\$ 220.638.160	\$ 222.150.216	\$ 223.672.403	\$ 225.204.789
EGRESOS					
NOMINA	\$ 390.256.965	\$ 392.871.686	\$ 395.503.927	\$ 398.153.803	\$ 400.821.433
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 577.911.996	\$ 581.784.006	\$ 585.681.959	\$ 589.606.028	\$ 593.556.389
GASTOS DEPRECIACIÓN	\$ 208.533.500	\$ 208.533.500	\$ 208.533.500	\$ 208.533.500	\$ 208.533.500
GASTOS DIFERIDOS	\$ 1.683.577.392	\$ 507.376.800	\$ 510.776.225	\$ 514.198.425	\$ 517.643.555
TOTAL EGRESOS	\$ 2.860.279.853	\$ 1.690.565.993	\$ 1.700.495.611	\$ 1.710.491.757	\$ 1.720.554.877
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 2.783.529.773	\$ 1.469.927.833	\$ 1.478.345.395	\$ 1.486.819.353	\$ 1.495.350.088
OTROS INGRESOS Y EGRESOS					
GASTOS FINANCIEROS PRÉSTAMO	\$ 89.495.258	\$ 77.544.570	\$ 62.123.402	\$ 42.223.927	\$ 16.545.645
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	\$ 89.495.258	\$ 77.544.570	\$ 62.123.402	\$ 42.223.927	\$ 16.545.645
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	\$ 2.962.520.289	\$ 1.625.016.974	\$ 1.602.592.199	\$ 1.571.267.208	\$ 1.528.441.378
IMPUESTO DE RENTA	\$ 980.217.566	\$ 980.217.566	\$ 980.217.566	\$ 980.217.566	\$ 980.217.566
CREE	\$ 102.199.510	\$ 102.199.510	\$ 102.199.510	\$ 102.199.510	\$ 102.199.510
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTOS	\$ 1.880.103.213	\$ 542.599.898	\$ 520.175.123	\$ 488.850.132	\$ 446.024.302
RESERVA LEGAL	\$ 188.010.321	\$ 54.259.990	\$ 52.017.512	\$ 48.885.013	\$ 44.602.430
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 1.692.092.892	\$ 488.339.908	\$ 468.157.611	\$ 439.965.119	\$ 401.421.871
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 1.692.092.892	\$ 2.180.432.800	\$ 2.648.590.411	\$ 3.088.555.529	\$ 3.489.977.401
RESERVA LEGAL ACUMULADA	\$ 188.010.321	\$ 242.270.311	\$ 294.287.823	\$ 343.172.837	\$ 387.775.267

Fuente: Autores.

6. CONCLUSIONES

De acuerdo al estudio de mercado y el análisis de los datos obtenidos en el proyecto se realizan las siguientes conclusiones basadas en los objetivos dados a conocer en el planteamiento del presente estudio de viabilidad.

- Por medio del estudio del mercado, se les realizó una encuesta a 167 estudiantes provenientes de diferentes partes del país con un rango de edades entre los 17 y 24 años de edad, donde cada uno de ellos presentaron un elevado interés de aceptación en hospedarse en una residencia universitaria que cumpla con sus expectativas. La idea de implementar una residencia estudiantil en la ciudad, hace que la calidad de vida de los estudiantes crezca de manera significativa, ya que, el hospedaje es uno de los factores que más inciden en el momento de desertar de una carrera universitaria (teniendo en cuenta los factores económicos, familiares, entre otros)

“Se observa que el primer año de la vida universitaria es el más difícil y en el que más casos de deserción se presentan. Contrario a lo que se cree, no es el factor monetario el que más afecta, por el contrario, la parte académica, la inadecuada toma de decisión frente a la carrera, la presión social y en el caso de los que vienen de otras ciudades, la dificultad para adaptarse a los cambios, resultan ser los factores más recurrentes” (Palomino, 2007).

Por lo tanto, a través de los resultados de las encuestas que se realizaron, se puede evidenciar cada uno de los aspectos que influye en las decisiones de un estudiantes al buscar un lugar donde residir por un determinado tiempo, teniendo en cuenta el período que ellos necesiten hospedarse, proporcionándoles un servicio eficiente y de calidad.

- Respecto al estudio técnico, la propuesta se encuentra estructurada de tal forma que las comodidades de los universitarios puedan ser suplidas positivamente, los

espacios que se implementarán servirán de gran medida para los residentes de Capri U house.

- Desde el ámbito legal y organizacional para el funcionamiento de la residencia, se establecen ciertos cargos los cuales son óptimos para la actividad de hospedaje estudiantil. En cuanto al aspecto legal, se determinan las normas y leyes dadas por el Estado para el arrendamiento de personas naturales y construcción de una inmueble en el sector urbano de la ciudad.
- Desde el ámbito financiero, el proyecto es viable y sostenible financieramente, ya que, presenta una inversión real y aterrizada, de tal manera que se proyectó con un préstamo del 20% y con ello, se efectúa la correcta amortización para diagnosticar un análisis financiero.

Por otro lado, según las encuestas realizadas, se presentó que el 85% de los ingresos de los estudiantes se encuentran en un promedio de \$1.000.000, por lo cual el poder adquisitivo para acceder a la residencia estudiantil se ajusta al promedio de precios que se ofrece por habitación y así mismo permite la viabilidad para la ejecución del proyecto.

7. RECOMENDACIONES

La construcción de una residencia estudiantil que cuente con los parámetros que se han establecido en el proyecto, generan buenas expectativas para el crecimiento económico y social de la ciudad. A continuación, se presentan las siguientes recomendaciones:

- Desde el punto de vista financiero, se recomienda realizar una proyección a largo plazo es decir que se encuentre como mínimo con un periodo de 10 años, ya que se puede conocer la rentabilidad que genera el proyecto, teniendo en cuenta que los resultados obtenidos fueron positivos y alcanzables a mediano plazo.
- Es importante reconocer y promocionar los servicios de hospedaje estudiantil por medio de campañas publicitarias como el evento realizado por la Universidad ICESI, denominado Sinergia, con el objetivo de posicionarse en el mercado.
- Se recomienda llevar a cabo todas las normatividades, avalúos, control y estudios que puede llegar a exigir un proyecto de construcción.

BIBLIOGRAFÍA

- Actualícese. (2015). *Ley de Propiedad Horizontal*. Recuperado 14 de Diciembre de 2015, a partir de <https://actualicese.com/ley-de-propiedad-horizontal-derechos-y-deberes-de-copropietarios-y-administrador/>
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2016). *El Valle entre los departamentos con más pilos en su cuarta convocatoria*. Recuperado de www.cali.gov.co/
- Batanero., C. (2011). *Estadística con proyectos*. Recuperado de <https://www.ugr.es/~batanero/pages/ARTICULOS/Libroproyectos.pdf>
- Camara Santa Cruz de Tenerife. (2019). *Camara Santa Cruz de Tenerife*. Recuperado de <https://www.camaratenerife.com/servicios/emprendimiento/creacion-empresas/asesorate/plan-de-viabilidad>
- Colectivo de Abogados José Alvear Restrepo. (2012). *Memoria y palabra*. Recuperado 18 de Mayo de 2012, a partir de <https://www.colectivodeabogados.org>
- Congreso de la República de Colombia. (s.f.). *Senado República de Colombia*. Recuperado 17 de marzo de 2020, a partir de <http://www.senado.gov.co>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2007). *Proyecciones de población 2005-2020*. Recuperado 1 de Septiembre de 2007, a partir de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/8Tablasvida1985_2020.pdf
- Dibiase, A. (2017). *Dilema de Estudiantes ¿Apartamento Compartido o Residencia para Jóvenes?* Recuperado <https://revistaempresarial.com/marketing/e-commerce/dilema-estudiantes-apartamento-compartido-residencia-jovenes/>

- Dinero. (2018). *¿Cómo puede Colombia reducir la deserción universitaria?*. Recuperado 11 de Mayo de 2018, a partir de <https://www.dinero.com/pais/articulo/como-reducir-la-desercion-en-las-universidades-de-colombia/263876>
- Economía simple. (2016). *Definición de viabilidad*. Obtenido de Economía simple: <https://www.economiasimple.net/>
- Eugenia, A. (2003). *Diccionario de la legua española PLUS*. Bogota D.C: Editorial Norma S.A.
- Galabert, M. P. (2016). *Gestión de personas*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Gómez, J. R. (2015). *La vivienda estudiantil desde el planteamiento conceptual de una ciudad universitaria-Bogotá*. Bogotá DC, Colombia.
- González, D. J. (2018). *Medellín quiere construir residencias estudiantiles*. Recuperado 18 de enero de 2018, a partir de <https://www.elcolombiano.com/antioquia/medellin-quiere-construir-residencias-estudiantiles-JE10055693>
- Google. (2020). Recuperado de www.google.com
- Izard, M. O. (2005). *Proceso de captación y Selección personal*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Jaramillo, M. P. (2017). *Volvieron las residencias universitarias*. Recuperado 11 de enero de 2017, a partir de <http://www.elspectador.com>
- Libros para emprendedores. (2004). El arte de empezar. En G. Kawasaki, *El arte de empezar*.
- López, C. (2001). *GESTIOPOLIS*. Recuperado 11 de Octubre de 2001, a partir de <https://www.gestiopolis.com>

Mantilla, I. (2016). Residencias estudiantiles: fórmula de calidad con bienestar. Recuperado 15 de Julio de 2016, a partir de *EL ESPECTADOR*.

Melo, A., Ramos, J., y Hernández, P. (2017). *Borradores de Economía*. Recuperado http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/be_808.pdf

MinCIT. (2014). *Establecimiento de alojamiento y hospedaje*. Bogotá D.C.: Icontec.

Mineducación. (2017). *MIDE es una herramienta útil para seguir avanzando en la calidad de las Instituciones de Educación Superior: ministra Giha*. Recuperado 27 de Agosto de 2017, a partir de <https://www.mineduccion.gov.co>

Pabon, G. (2016). *City U: tres torres que transformarán el centro de Bogotá*. Recuperado 03 de Febrero de 2016, a partir de Civico.

Pacheco, M. B. (2018). *Ocean Blue Strategy. Estrategia del Océano Azul*. Recuperado 19 de abril de 2018, a partir de <https://www.gestiopolis.com>

Portafolio. (2017). *CA Ventures llega a impulsar vivienda para estudiantes en el país*. Recuperado 15 de marzo de 2017, a partir de <https://www.portafolio.co/>

Secretaría del Senado. (2019). *Congreso de Colombia*. Recuperado 31 de Diciembre de 2019, a partir de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1708_2014.html

Semana. (2017). *¿Cómo está la calidad de la educación superior en Colombia?* Recuperado 28 de Agosto de 2017, a partir de <https://www.semana.com/educacion/articulo/ministerio-de-educacion-nacional-presenta--nuevos-resultados-de-medicion-de-calidad-en-educacion-superior/537962>

Universia. (2007). *La importancia y experiencia del intercambio estudiantil*. Recuperado 11 de octubre de 2007, a partir de

<http://noticias.universia.edu.pe/movilidadacademica/noticia/2007/10/11/741021/importancia-experiencia-intercambio-estudiantil.html>

Universidad de Alcala. (s.f.). *Departamento de Fundamentos de Economía Historia Economía* . Recuperado 20 de marzo de 2020, a partir de <http://www3.uah.es/econ/hpeweb/Marshall.htm>

Universidad del Valle. (2005). Recuperado de 60 años a partir de <http://aniversario60.univalle.edu.co/historia/resenha/periodos/1971-1980.html>

Web y empresas. (2017). *Oferta*. Recuperado 19 de Julio de 2017, a partir de <https://www.webyempresas.com/oferta/>

ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta

1. ¿Es procedente de la ciudad de Cali?

- a. Si
- b. No

2. País, ciudad o municipio

3. ¿Porque eligió la ciudad Santiago de Cali para desarrollar su proceso académico?

4. ¿En qué Universidad realiza o realizaría sus estudios académicos?

- a. Fundación Universitaria Católica
- b. Universidad Autónoma de Occidente
- c. Pontificia Universidad Javeriana
- d. Universidad ICESI
- e. Universidad del Valle
- f. Otra

5. ¿Por cuánto tiempo se quedaría en la ciudad?

- a. De 1 a 6 meses
- b. De 6 meses a un año
- c. De un año a 3 años

6. ¿Le gustaría vivir cerca de la Universidad donde va a realizar sus estudios?

- a. Si
- b. No

¿Por qué?

8. ¿Es más cómodo para usted vivir en compañía o solo?

- a. Si
- b. No
- c. Me da lo mismo

¿Por qué?

9. ¿Cuál de las siguientes opciones, son contadas como condiciones de comodidad para usted?

- a. Baño privado
- b. Cocina independiente (nevera)
- c. Aire acondicionado y televisor
- d. Cama
- e. Todas las anteriores

10. ¿Cuáles son los servicios de su preferencia?

- a. Servicio de lavandería
- b. Servicio de aseo
- c. Todas las anteriores

11. ¿Cuál de estos precios estaría dispuesto a pagar por un espacio que cuente con las comodidades necesarias?

- a. Entre \$700.000 y \$900.000
- b. Entre \$900.000 y \$1.100.000
- c. \$1.200.000 o más

12. ¿Teniendo en cuenta el valor anterior corresponde a un servicio básico estaría dispuesto a pagar por servicios adicionales?

- a. Si
- b. No

13. ¿Cuál sería el método de pago más útil para usted?

- a. Pago mensual
- b. Pago semestral
- c. Pago Anual