

**EVALUACIÓN DE VIABILIDAD DE UN PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE
ESPACIOS QUE PROPORCIONEN DESCANSO A ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS**

STEFANY RODRIGUEZ SALGADO

MARIA PAULA SOTO OVIEDO

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA

FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL

PEREIRA

2014

**EVALUACIÓN DE VIABILIDAD DE UN PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE
ESPACIOS QUE PROPORCIONEN DESCANSO A ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS**

STEFANY RODRIGUEZ SALGADO

MARIA PAULA SOTO OVIEDO

**Trabajo de grado para optar el título de
Ingeniero Industrial**

Directora

MARIA ESPERANZA LOPEZ DUQUE

Ingeniera Industrial

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

PEREIRA

2014

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto a los que siempre acompañaron nuestro camino, aquellos que día a día con una voz de aliento nos impulsaron a superar cada obstáculo presentado, a nuestros padres, hermanos y amigos por simbolizar miles de bendiciones en nuestras vidas.

AGRADECIMIENTOS

Indiscutiblemente en primer lugar a Dios por hacer de lo que ayer fue un sueño una maravillosa realidad, a nuestros padres por su acompañamiento incondicional, a nuestros profesores y compañeros por hacer de esta aventura un mar de experiencias y conocimiento y a nuestra directora de trabajo de grado por el apoyo y la confianza necesaria para escalar el último peldaño de nuestra vida universitaria.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	10
ABSTRACT.....	12
INTRODUCCIÓN.....	14
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
OBJETIVOS.....	18
OBJETIVO GENERAL.....	18
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
JUSTIFICACIÓN	19
MARCO TEÓRICO.....	21
GLOSARIO	31
MARCO LEGAL.....	33
NORMAS GENERALES.....	33
LEY MIPYME	34
LEY DE FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO	35
ANÁLISIS DOFA.....	36
MISIÓN	36
VISIÓN.....	36
OBJETIVOS.....	36
POLÍTICAS	37
DEBILIDADES	38
OPORTUNIDADES.....	38

FORTALEZAS.....	39
AMENAZAS	39
DISEÑO METODOLÓGICO	40
TIPO DE INVESTIGACIÓN	40
POBLACIÓN	40
MUESTRA	41
TAMAÑO DE MUESTRA.....	42
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	45
PRIMARIAS	45
SECUNDARIAS	46
ESTUDIO DE MERCADOS	47
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE MERCADOS	47
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:.....	47
OBJETIVO GENERAL.....	47
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	48
ANÁLISIS DE RESULTADOS OBTENIDOS A PARTIR DE ENCUESTAS	49
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	63
ANÁLISIS RETROSPECTIVO.....	63
ANÁLISIS PROSPECTIVO	64
UNIDADES DEMANDADAS	67
ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	69
UNIDADES OFRECIDAS	69
ESTRATEGIAS DE MERCADEO.....	70
PROPUESTAS 4P.....	71
PRODUCTO Y/O SERVICIO	71
PRECIO	72
PROMOCIÓN	73

PLAZA	73
ESTUDIO TÉCNICO.....	74
MACROLOCALIZACIÓN.....	74
MICROLOCALIZACIÓN	75
CÁLCULO DE LA INVERSIÓN.....	79
FLUJOGRAMA DE PROCESOS	80
ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS.....	82
ASPECTOS LEGALES	84
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	85
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	87
INSTITUTO DEL SEGURO SOCIAL O CUALQUIER EPS	88
NORMATIVIDAD PARA SALUBRIDAD Y SEGURIDAD.....	88
MEDIDAS DE SANEAMIENTO	94
DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL.....	97
ESTUDIO FINANCIERO.....	98
PROYECCIÓN DE VENTAS	99
PROYECCIÓN DE LOS GASTOS	101
ESTADO DE RESULTADOS	102
EVALUACIÓN DEL PROYECTO	104
FLUJO DE CAJA LIBRE	104
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	105
VALOR PRESENTE NETO (VPN).....	106
CONCLUSIONES.....	107
RECOMENDACIONES.....	109
BIBLIOGRAFÍA.....	111
ANEXOS	113

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 - Número de estudiantes por facultad	44
Tabla 2 - Valores de muestra por facultad	44
Tabla 3 - Facultad a la que pertenece.....	49
Tabla 4 – Género.....	50
Tabla 5 – Edad	51
Tabla 6 - Vive cerca a la universidad	52
Tabla 7 - Horas al día en el campus	53
Tabla 8 - Ha tomado siesta en el campus.....	54
Tabla 9 - Lugar del campus donde ha tomado siesta.....	55
Tabla 10 - Tiene horas entre clases.....	57
Tabla 11 - Aceptación de la empresa	58
Tabla 12 - Valor que pagarían por el servicio.....	59
Tabla 13 - Frecuencia de utilización	61
Tabla 14 - Estudiantes matriculados por semestre	63
Tabla 15 - Demanda pronosticada por semestre	66
Tabla 16 - Proporción de la frecuencia de utilización del servicio	68
Tabla 17 - Horas al mes.....	68
Tabla 18 - Pesos porcentuales para alternativas de microlocalización	78
Tabla 19 - Cálculo de la inversión	79
Tabla 20 - Gastos mensual y anual	83
Tabla 21 - Proyección de ventas por semestre	100
Tabla 22 - Proyección de gastos por semestre	101
Tabla 23 - Estado de resultados para los próximos cinco semestres	102
Tabla 24 - Flujo de caja libre para los próximos cinco meses	105

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1 - Facultad a la que pertenece	49
Gráfica 2 - Género	50
Gráfica 3 - Edad	51
Gráfica 4 - Vive cerca a la universidad.....	52
Gráfica 5 - Horas al día en el campus.....	53
Gráfica 6 - Ha tomado siesta en el campus	54
Gráfica 7 - Lugar del campus donde ha tomado siesta	56
Gráfica 8 - Tiene horas entre clases	57
Gráfica 9 - Aceptación de la empresa.....	58
Gráfica 10 - Valor que pagaría por el servicio	60
Gráfica 11 - Frecuencia de utilización.....	61
Gráfica 12 - Estado de resultados para los próximos cinco semestres	103

RESUMEN

En el presente trabajo se estudia la viabilidad de un proyecto para la creación de espacios que proporcionen descanso a estudiantes universitarios, dicho estudio se lleva a cabo mediante la elaboración y análisis de diferentes etapas:

En primer lugar se fijan los objetivos y proyecciones de la idea de negocio en pro de medir y cuantificar los resultados obtenidos; secuencialmente se plantea la problemática actual que se pretende satisfacer con la materialización del proyecto.

Es trascendental para el trabajo soportar y justificar la idea principal del proyecto a través de exposiciones y fundamentos científicos que aseveren la importancia e influencia del descanso en el bienestar físico y mental del estudiante, dichos planteamientos se presentan detalladamente en el siguiente paso del trabajo denominado marco teórico. Posteriormente se analizan las implicaciones legales que trae consigo el proyecto, y de ésta manera se da cumplimiento a uno de los objetivos específicos del mismo.

La elaboración del direccionamiento estratégico compuesto por misión, visión, objetivos y políticas de la empresa a constituir, como también el análisis DOFA donde se puntualizan debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la

misma, componen la nueva etapa del trabajo y brindan un norte y una dirección vital para continuar con el desarrollo de éste.

Subsiguientemente se presenta el estudio de mercados, implementado con el fin de determinar la aceptación y percepción de la población objetivo ante la idea de negocio planteada, como también a través de este estudio se analiza detalladamente la oferta y la demanda, además de las estrategias que surgen como consecuencia de éste para dar aprovechamiento a las oportunidades de mejora encontradas.

Posteriormente se expone el estudio técnico, mediante el cual se determina la ubicación geográfica específica del sitio en el cual se desarrollará el proyecto, la cual debe atender cuidadosamente a unas necesidades explícitas puntualmente en pro de velar por la seguridad y comodidad de los clientes.

Finalmente se presenta el estudio financiero que determina la viabilidad económica del proyecto, el cual analiza detalladamente los ingresos y gastos involucrados en el desarrollo del mismo, como también presenta el cálculo de la inversión necesaria para dar inicio a éste, y la proyección de ventas e ingresos en pro de conocer el retorno de la inversión.

ABSTRACT

This paper studies a project's feasibility for the creation of spaces that provides rest to college students. The study is carried out through the development and analysis of different stages:

First of all, the objectives and projections of this business idea have to be fixed in order to measure and quantify the results; sequentially, it is presented the subject under study which is needed to be satisfied with project's realization.

It is very important for this work, support and justify the project's main idea through exhibitions and scientific basis for asserting the importance and influence of the relaxation in the physical and mental wellness of the student; these approaches are presented in detail in the next step of this work called theoretical framework. Afterwards, the legal implication that entails the project are discussed, and thus it is compiled one of the specific objectives.

The development of the strategic direction composed by mission, vision, objectives and policies of the company, as well as the SWOT analysis, where it is pointed out the weaknesses, opportunities, strengths and threats and they composed the new stage of the work and provide an important guide to continue with this project.

Subsequent, the market research is presented, implemented in order to determine the acceptance and perception of the target population at the business idea presented similarly, it is analyzed in detail the offer and demand, as well as the strategies that arise to give exploitation to the improvement opportunities found.

After that, it is exposed the technical study, whereby the specific geographic location of the project's development is determined, which must carefully attend to some explicit requirements in order to ensure the safety and comfort of customers.

Finally, the financial study that determines the economic feasibility of the project is presented. This study deeply analyzes the income and expense involved in the development, as well as presents the calculate of the investment needed to start the project and sales forecast and income in order to know the return on investment.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de los últimos años se ha caracterizado por el continuo interés del ser humano en la ejecución y transformación de ideas innovadoras; no es ajeno para nuestro entorno académico el deseo de participar con proyectos influyentes y de alto impacto en lo que podríamos denominar “La era del emprendimiento”.

Es realmente apasionante y retadora la posibilidad de incursionar en este mundo competitivo que gira en torno a la satisfacción de necesidades previamente detectadas en un ambiente específico. De allí nace en nosotras la inspiración para desarrollar un proyecto que diera solución a una problemática descubierta en el diario transcurrir de los estudiantes de la Universidad Tecnológica.

El presente trabajo tiene por objeto determinar la viabilidad en la creación de una empresa dedicada a la prestación de un servicio basado en espacios que proporcionen descanso a los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira matriculados en la jornada diurna bajo la modalidad presencial. Para ello será necesario determinar su rentabilidad mediante una evaluación económica y financiera utilizando herramientas del campo de la evaluación de proyectos.

El estudio realizado aporta la suficiente información para identificar la factibilidad de llevar a cabo el proyecto. En primer lugar se realiza un estudio de mercados, con el cual se logra conocer la aceptación que tendría la idea de negocio, además permite definir factores como la proyección de la demanda, el precio por la prestación del servicio, condiciones de la oferta y desarrollar estrategias de mercado.

Seguido el estudio técnico, permite fijar aspectos como la localización del proyecto, inversión necesaria, análisis de costos y gastos e implicaciones legales.

Por último se lleva a cabo el estudio financiero, con el cual se proyectan los ingresos y egresos y se realiza la evaluación financiera del proyecto por medio de la tasa interna de retorno TIR y el valor presente neto VPN.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Analizando constantemente las condiciones de descanso en las que los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira se ven obligados a permanecer en su tiempo libre en pro de recuperar horas de sueño y energía para continuar con sus obligaciones y compromisos propios del programa académico; se detecta un problema que ha venido aumentando en forma directamente proporcional al incremento semestral de la población estudiantil, ya que estos acuden a zonas de circulación y corredores ocupando inadecuadamente estos espacios en busca de dicho descanso, de esta manera se obstaculiza el normal tránsito y desplazamiento de la comunidad universitaria dentro del campus, además de la identificación de diversas complicaciones y dificultades que afectan directamente a toda la comunidad estudiantil; aspectos como el bajo rendimiento académico, la dispersión y poca concentración en clase, agotamiento son algunas de las consecuencias implícitas en esta problemática. Con la creación de este ambiente de descanso se contribuye al normal desarrollo personal y físico de los estudiantes en sus jornadas académicas, así como también se disminuye la probabilidad de accidentes al momento que se haga necesario desalojar el campus universitario.

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál será la viabilidad de la creación y desarrollo de una empresa cuyo objetivo es proporcionar una zona de descanso para los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira?

- ¿Cuál será la aceptación del proyecto en el mercado objetivo representado por la comunidad estudiantil?
- ¿Cuál debe ser la ubicación y la inversión requerida para desarrollar la idea de negocio?
- ¿Qué tan factible es la realización de un módulo de descanso para los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira a nivel financiero?
- ¿Qué implicaciones legales trae consigo el proyecto?

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una investigación sobre la factibilidad de la creación de una zona de descanso para los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira matriculados en la jornada diurna de modalidad presencial.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercados para conocer la aceptación del proyecto.
- Determinar la ubicación y la inversión necesarias para desarrollar la idea de negocio.
- Evaluar la viabilidad a nivel financiero de un negocio basado en la creación de una zona de descanso universitario, y de esta manera estudiar su rentabilidad.
- Verificar y analizar las implicaciones legales que trae consigo el proyecto.

JUSTIFICACIÓN

Esta idea de negocio surge a partir de la identificación de una problemática general que afecta a los estudiantes que residen lejos del campus universitario en los espacios existentes entre sus actividades y responsabilidades académicas, la cual los obliga a ocupar zonas de circulación y espacios no aptos para tomar siesta o descansar en general, afectando no solo la adecuada circulación en la institución sino también la salud y rendimiento físico e intelectual de estas personas.

El presente trabajo se diseña con el objeto de determinar la factibilidad de la construcción de un módulo de descanso cerca de la Universidad Tecnológica de Pereira en pro de brindar un servicio no prestado aún en la ciudad, dirigido a estudiantes y miembros de la comunidad educativa, a través de la implementación y el uso de hamacas, resaltando la importancia de éstas en un descanso pleno, necesario para contrarrestar el efecto de la rutina y el estrés propios de la carga académica en la población objetivo. Resulta importante señalar que esta zona ofrecerá todas las comodidades y demás características para brindar un servicio de calidad, además de proporcionar oportunidades de empleo que beneficien principalmente a los miembros de esta comunidad interesados en utilizar su

tiempo libre generando ingresos, de esta manera éste proyecto aportará a la mejora de las condiciones de vida de los mismos.

MARCO TEÓRICO

Actualmente, la creación de empresa y el emprendimiento en general, son temas que han revolucionado el entorno en todos sus campos, analizado desde diversos escenarios (político, económico, social), capta la atención de todos aquellos interesados en el estudio de todas las problemáticas que conciernen al desarrollo económico, según los autores Manuel Fernández Esquinas y Jorge Ruiz Ruiz (2006) en su libro “Los Jóvenes y la Creación de Empresa”.

Anteriormente, éste era un tema que solía considerarse propio del ámbito de actuaciones relacionadas con la política económica o industrial, interpretado así por dichos autores, concepción tal que ha evolucionado con el tiempo, y que ahora se analiza y estudia bajo ópticas completamente diferentes, las cuales contemplan horizontes que abarcan miradas holísticas del entorno. Las preocupaciones que se centraban en la consolidación de empresas competitivas y estructuradas, de un tamaño adecuado, normalmente medianas y grandes empresas que ejercieran el control del mercado, mantenían la economía en un rol poco dinámico e innovador; la aparición de nuevas formas de pensamiento oxigenan el sistema y dan pie a grandes transformaciones dentro de éste. Mediante la importancia brindada a nuevas alternativas, ideas y soluciones, en pro de la creación de empresa, se empiezan a desarrollar nuevos modelos económicos de carácter innovador a

través de la implementación de un fenómeno emprendedor (por así llamarlo). Se estima que alrededor de todo el mundo, esta idea de cambio ha ido conquistando grandes economías por los efectos positivos que causa sobre éstas. “Los países que tienen altas tasas de creación de empresas se suelen conocer como más innovadores, flexibles, adaptables a situaciones cambiantes y susceptibles de producir nuevos productos y servicios”.¹

De allí la importancia del desarrollo de nuevas ideas que revolucionen el mercado, trabajadas desde el ámbito de la prestación de servicios, el cual define un servicio como: “La prestación que constituye la razón de ser de la solución que se propone para la satisfacción de la necesidad del cliente”.²

En un entorno tan dinámico como el actual, los cambios producidos en la sociedad nos muestra diariamente oportunidades de negocio, ya que se originan nuevas necesidades ininterrumpidamente y el mercado solicita su satisfacción.

Es por este motivo que el presente trabajo se soporta mediante el desarrollo de una idea innovadora, aún no explorada ni trabajada en la región, cuya finalidad es

¹FERNANDEZ, Manuel y RUIZ, Jorge. Los jóvenes y la creación de empresas. Instituto Andaluz de La Juventud, 2006.

²MAQUEDA, Javier y LLAGUNO José Ignacio. Marketing Estratégico Para Empresas de Servicios. Ediciones Díaz de Santos S.A, 1995.

dar solución a una problemática general que afecta a los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira en su jornada diurna.

A continuación se presentarán algunos fundamentos teóricos que argumentan y dan soporte a la realización de esta idea de negocio.

El descanso es un aspecto inherente y primordial para el desarrollo de los seres humanos influyendo a nivel no sólo físico sino también mental, tal como se evidencia en la revista *El Farmacéutico* en el artículo “Higiene del sueño: la importancia de un buen descanso” por el doctor en farmacia Ramón Bonet y la farmacéutica Antonieta Garrote:

“Un buen descanso y un sueño reparador son necesidades básicas del ser humano e indispensables para que pueda disfrutar de un buen estado de salud. Sin embargo, sus implicaciones van mucho más allá de las estrictamente relacionadas con el buen funcionamiento de nuestro organismo, de forma que tanto la falta como una mala calidad del sueño tienen repercusiones negativas en la correcta funcionalidad diurna del individuo, afectan su calidad de vida, sus relaciones sociales, laborales... y llegan incluso a comprometer la actividad y/o seguridad de las personas con las que se relaciona.

El sueño es un estado fisiológico natural del hombre, indispensable para mantener el correcto equilibrio físico y psíquico del individuo,

que se sucede –aproximadamente cada 24 horas– con independencia de la voluntad de la persona. Sin embargo, dormir sin más no es suficiente. Se requiere que el sujeto duerma una cantidad de horas suficiente y que el sueño permita restaurar la funcionalidad del organismo para poder afrontar una nueva vigilia, así como mantener la energía, la termorregulación del cuerpo y consolidar la memoria, es decir que sea un sueño útil y reparador.

*El sueño ha estado considerado durante muchos años un fenómeno pasivo, ya que durante esta fase la actividad física es casi inexistente y la reacción frente a los estímulos externos se halla enormemente mermada; sin embargo, los avances médicos y tecnológicos han puesto de manifiesto que es un proceso activo, con una importante actividad eléctrica cerebral y notorios cambios en el funcionamiento del organismo (frecuencia cardíaca y respiratoria, temperatura corporal, presión arterial, secreción hormonal, etc.)”.*³

Es así como el sueño constituye un estado vital para el buen desempeño del día a día de las personas, más aún cuando éstas realizan ciertas actividades que requieren esfuerzos ya sean corporales o intelectuales, como es el caso de los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira, quienes en muchas ocasiones debido a la intensidad horaria y la carga académica propia de su

³BORNET, Ramón y GARROTE, Antonieta. Higiene del sueño: la importancia de un buen descanso. El Farmacéutico, 2012

programa no pueden tener dicho reposo de manera integral, disminuyendo el rendimiento y la atención prestada a las diferentes asignaturas.

Hoy en día, la relación que tienen las condiciones de descanso de los seres humanos con su capacidad cognitiva y desarrollo intelectual, no es un tema desconocido, diferentes autores y expertos hacen referencia a esto.

Como lo expuso el equipo de investigación de la universidad de Ginebra que dirige Sophie Schwartz en el Foro de Neurocientíficos Europeos que se celebró en dicha ciudad suiza:

“Dormir es importante para aprender y para tomar decisiones, pues las células del cerebro se reordenan de una nueva forma”.⁴

Este equipo investigador distribuyó tareas fáciles de aprendizaje entre las personas que fueron tomadas como base para el desarrollo del estudio; a una parte de este grupo se le impidió el descanso, mientras que el resto tuvo la oportunidad de dormir normalmente. A partir de esto, los investigadores estuvieron en capacidad de demostrar que durante la etapa de sueño se reordena la conexión de las células del cerebro que afectan la toma de decisiones y el comportamiento humano.

⁴VALDIVIA, Sergio. Tener un buen dormir fomenta la memoria, 2008.

“Si se tiene una nueva experiencia y se duerme después un tiempo, entonces las enseñanzas que de ahí se desprenden quedan mejor grabadas”, dijo Schwartz.

"La mejora está relacionada con la actividad cerebral en determinadas regiones del cerebro que son importantes para el aprendizaje", añadió. Afianzar la memoria durante el sueño es importante, como cuando por ejemplo se aprende de memoria, pero también para los procesos del desarrollo del movimiento como el ir en bicicleta o hacer malabares".⁵

En cuanto al horario semanal, éste debe ser flexible acorde con la variabilidad de las clases, pues es una buena costumbre dejar pocas horas libres como margen de seguridad, así mismo las horas de estudio no deben ser excesivas, ya que ello puede generar una disminución del rendimiento.⁶

En el caso de los miembros de la comunidad educativa de la Universidad Tecnológica de Pereira, se observa que gran parte de éstos cuentan con horas libres entre clases en las cuales intentan satisfacer sus necesidades de descanso, para luego continuar con su jornada académica; sin embargo el campus no cuenta

⁵VALDIVIA, Sergio. Tener un buen dormir fomenta la memoria, 2008.

⁶VILDOSO, Virgilio. Influencia de los hábitos de estudio y la autoestima en el rendimiento académico de los estudiantes de la Escuela Profesional de Agronomía de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Lima, 2003

con un ambiente especialmente diseñado para este fin, situación que los obliga a utilizar zonas inadecuadas. Debido a esto los estudiantes se encuentran en desventaja en lo que se refiere a los factores que influyen en el sueño.

Dichos factores son nombrados en el artículo publicado por el doctor Bonet y la farmacéutica Antonieta Garrote:

- *“Factores ambientales: disponer de un ambiente conocido, confortable y adecuado a las necesidades del descanso favorece el sueño y su calidad.*
- *Factores conductuales, tanto facilitadores como inhibidores del sueño. Determinados hábitos y conductas, modulables por el propio individuo, así como la ingestión de determinadas sustancias pueden ayudar a la conciliación del sueño y facilitar un sueño reparador o por el contrario, interferir en el descanso.*
- *Ritmo circadiano: el sueño aparece de forma natural a intervalos de 24 horas aproximadamente, coincidiendo con las horas de oscuridad. Los estímulos lumínicos intervienen alterando el ciclo sueño-vigilia, por lo cual los cambios estacionales pueden tener cierto impacto.*
- *2. Factores intrínsecos del organismo (edad, patrones de sueño, etc.). No todos los individuos presentan las mismas necesidades de sueño, siendo el tiempo dedicado a este estado fisiológico variable de 4 hasta 12 horas, aunque los valores más usuales se han*

establecido entre 7-8 horas. No obstante, estos valores además de presentar variaciones interindividuales, también varían en un mismo individuo a lo largo de su vida, atendiendo a las necesidades fisiológicas de cada etapa de la vida, el estado de salud, emocional, etc. Durante la lactancia y la infancia el niño necesita de un mayor número de horas de sueño que a lo largo de la edad adulta; durante el embarazo aumenta la necesidad de sueño de la mujer; las personas de la tercera edad necesitan dormir menos horas, etc. Asimismo, como ya se ha citado, el horario de sueño presenta significativas diferencias entre distintos individuos, definiéndose personas noctámbulas y otras madrugadoras en función de su actividad y estado de alerta en relación con la hora del día. Se postula que ello puede ser debido a las interacciones entre las regiones cerebrales que controlan la presión del sueño y los ritmos circadianos”.⁷

Siendo los dos primeros factores, los cuales requieren una mayor intervención en lo que se refiere a unos hábitos de reposo saludables y adecuados.

Teniendo en cuenta lo anterior y su impacto en un reposo apropiado, es importante tener en cuenta el impacto que genera la calidad del sueño en la salud

⁷BORNET, Ramón y GARROTE, Antonieta. Higiene del sueño: la importancia de un buen descanso. El Farmacéutico, 2012

de los seres humanos, ya que según la revista *El Farmacéutico* en su artículo *“Higiene del sueño: la importancia de un buen descanso”* los trastornos de dicha actividad se han ido convirtiendo en un problema de salud tanto de manera directa como indirecta, posicionando la calidad del mismo como un indicador del estado del individuo en muchos casos, debido a su influencia en la restauración y conservación de las funciones físicas y psicológicas básicas de la persona.

Igualmente se nombran dos grupos en los que se clasifican los diferentes trastornos del sueño:

“a) Los que presentan su origen en el entorno del paciente: cambios horarios, jet-lag, ambientes ruidosos, etc.

*b) Aquellos en los que el propio paciente es el origen del problema, ya sea por la práctica de hábitos no adecuados o por la existencia de una patología de base”.*⁸

En lo que se refiere a los ambientes de descanso se destaca el uso de hamacas para mejorar la calidad del sueño ya que gracias a su suave movimiento contribuyen a un alcance del descanso de manera más rápida y profunda, lo cual se pudo deducir gracias a un estudio llevado a cabo por el grupo de investigación de la Universidad de Ginebra, Suiza, mencionado anteriormente.

⁸BORNET, Ramón y GARROTE, Antonieta. Higiene del sueño: la importancia de un buen descanso. El Farmacéutico, 2012

“Desde hace tiempos inmemoriales mecemos a los niños para dormir, y caemos dormidos irresistiblemente en una mecedora”, explica Sophie Schwartz, que asegura que hasta ahora no se había encontrado una explicación neurocientífica a este fenómeno.⁹

El equipo de Schwartz publicó su investigación en la revista *CellBiology*, cuya metodología consistió en el análisis del sueño (cama clásica y cama en movimiento o hamaca) de un grupo de voluntarios adultos y sanos durante 45 minutos, tiempo en el que se midió su actividad cerebral a través de un encefalograma; observando que se presentaba una diferencia significativa en las ondas cerebrales, ya que el balanceo a la hora del descanso incrementa las oscilaciones lentas que conllevan al paso de un sueño ligero a uno profundo.⁹

No obstante mediante estos criterios se ratifica la importancia del desarrollo de investigaciones en este campo en pro de mejorar las condiciones y la calidad de vida de los estudiantes además del planteamiento y surgimiento de nuevas ideas de negocio que aporten al crecimiento de la ciudad.

⁹SANZ, Elena. En las hamacas se duerme mejor, 2011

GLOSARIO

Reposo: Se define como un estado de inactividad o relajación para recuperarse después de haber hecho un esfuerzo.

Jet-lag: Conocido como el Síndrome de los husos horarios. Se da a causa de un desequilibrio entre el reloj interno de una persona y el horario de un nuevo destino, cuando el individuo ha tenido un viaje de larga duración. El organismo debe adaptarse al nuevo cambio horario.

Sueño: Es lo contrario al estado de vigilia, una necesidad humana básica. Se caracteriza por los bajos niveles de actividad fisiológica y una respuesta menor ante los estímulos externos.

Vigilia: Es un estado de conciencia que antecede al sueño. Es la acción de estar despierto.

Servicio: Se refiere a la prestación que constituye la razón de ser de la solución que se propone para la satisfacción de la necesidad del cliente.

Rendimiento académico: Se define como el producto que da el alumno en los centros de enseñanza y que habitualmente se expresa a través de las calificaciones.

Huso horario: Cada una de las 24 bandas longitudinales en las que se divide la tierra, o cualquier región de la tierra que tiene el mismo tiempo civil. Los 24 husos horarios estándar tienen cada uno 15° de ancho en longitud, y a cada uno se le asigna un huso horario que difiere en una hora con respecto al huso horario adyacente.

MARCO LEGAL

NORMAS GENERALES

- **Título XII del Régimen Económico y de la Hacienda Pública. Artículo 333**

“La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional”.¹⁰

- **Artículo 58**

“Se garantizan la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores. Cuando de la aplicación de una ley expedida por motivos de utilidad pública o interés social, resultaren en conflicto los derechos de los particulares

¹⁰Título XII, Capítulo 1, Artículo 33 de la Constitución Política de Colombia, “Del régimen económico y de la hacienda pública”. p. 168

con la necesidad por ella reconocida, el interés privado deberá ceder al interés público o social. El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad”.¹¹

LEY MIPYME

Es la normatividad que rige actualmente este tipo de proyecto, el cual se basa en la creación de una microempresa dedicada a la prestación de servicios.

- Ley 590 del 10 de julio de 2000 (Ley Pyme): Cuyo objetivo se centra e “Inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas”, clasificándolas según ciertos parámetros y a su vez se encarga de establecer políticas y programas de promoción de las Mipymes en el Plan Nacional de Desarrollo de cada gobierno, así como de la fijación de normas para regular la actividad financiera, bursátil y aseguradora.¹²
- Ley 905 de 2004: Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

¹¹Proyecto de Acto Legislativo 01 de 1990, Artículo 1, “Por el cual se reforma el artículo 58 de la constitución política”. p. 235

¹²GOMEZ, Liyis; MARTINEZ, Joselín y ARZUZA, María. Pensamiento y gestión. Política pública y creación de empresas en Colombia, Ediciones Uninorte, 1996.

LEY DE FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO

- La Ley 1014 de 2006: Cuyo objeto principal es “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país”.¹³ Se busca establecer nexos entre el sistema educativo y productivo. Con el fin de contribuir al desarrollo económico del país y a su vez promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país.

¹³Ley 1014 de 2006, Artículo 2. “Objeto de la ley”

ANALISIS DOFA

MISIÓN

Servir a la comunidad estudiantil de la Universidad Tecnológica de Pereira a través de la prestación de un servicio integral de descanso a fin de contribuir con el bienestar físico y mental de los estudiantes.

VISIÓN

En el 2024 seremos reconocidos como empresa líder en la prestación de un servicio integral de descanso para los estudiantes de las universidades del Eje Cafetero.

OBJETIVOS

- Satisfacer la necesidad de descanso que presentan los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira en sus extensas jornadas académicas.
- Aumentar la oferta semestral del servicio en concordancia con el crecimiento de la población objetivo.

- Generar rentabilidad mediante la optimización de los recursos involucrados en la prestación del servicio.
- Mejorar permanentemente la calidad de vida de los colaboradores de la empresa mediante condiciones de trabajo justas y favorables que contribuyan a la generación de un ambiente laboral pleno y equitativo.

POLÍTICAS

En pro del cumplimiento de nuestra misión y visión basadas en la prestación de un servicio de descanso integral definimos algunas políticas generales que nos acercan al cumplimiento de éstas proyecciones:

- Ofrecer un servicio completo diseñado para el descanso de los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira que propenda por su bienestar integral.
- Proporcionar seguridad para los estudiantes haciendo uso de un lugar ubicado en una zona tranquila y que no exponga a los usuarios a ninguna clase de peligro.
- Brindar un espacio pulcro y limpio mediante un exhaustivo proceso diario de higiene para todas las áreas, muebles y equipos del lugar.
- Generar un ambiente de descanso pleno mediante una decoración y ambientación acorde que transmita paz y tranquilidad.

- Entablar siempre un trato amable y respetuoso con los clientes y colaboradores en pro de la fidelización de ambos con la empresa.

A continuación se presenta el análisis DOFA de la idea de negocio:

DEBILIDADES

- Vacaciones semestrales de los universitarios
- Estudiantes con horario continuo o que viven cerca al campus
- Información detallada de clientes potenciales no disponible
- Poca experiencia en mercadeo directo
- Presupuesto limitado
- Cobertura limitada de población objetivo

OPORTUNIDADES

- Horarios en largas jornadas y con grandes espacios entre clases
- Creciente población objetivo semestralmente
- Ausencia de competidores directos en la región
- Posibilidad de desarrollar nuevos servicios
- Altos márgenes de utilidad
- Posibilidad de extenderse a otras universidades

FORTALEZAS

- Ambiente apropiado para el descanso
- WI-FI, instalaciones eléctricas y baños
- Calidad y confiabilidad del servicio
- Precio asequible por la prestación del servicio
- Idea innovadora
- Ubicación estratégica
- Personal con experiencia y capacitados para servir al cliente
- Mejoras continuas al servicio

AMENAZAS

- Cantidad de habitaciones en arriendo cerca de la universidad
- Impacto de la legislación
- La demanda del mercado es escasa en época de vacaciones
- Vulnerabilidad a la aparición de competidores

DISEÑO METODOLÓGICO

Para este estudio se aplica un diseño transversal simple, el cual aporta muestras representativas y una mínima posibilidad de sesgo en la información brindada por el objeto de estudio, con el fin de reducir costos vinculados con el proyecto se decide encuestar una sola vez a cada miembro de la muestra seleccionada, cumpliendo con los parámetros de este tipo de diseño.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

El objetivo principal de la investigación implementada en el desarrollo de este proyecto centra su atención en describir detalles y características particulares del segmento del mercado a estudiar. Su naturaleza descriptiva responde a varios cuestionamientos que surgieron en el planteamiento del estudio realizado y a su vez permite obtener la información necesaria para la toma de decisiones.

POBLACIÓN

Se define la población objetivo como la comunidad estudiantil de la Universidad Tecnológica de Pereira que se encuentra matriculada en jornada diurna de modalidad presencial en las diferentes facultades y programas académicos existentes.

MUESTRA

Se determina que para este estudio se hace necesaria la implementación de un muestreo estratificado, con el fin de dividir toda la población objetivo (Estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira matriculados en la jornada diurna de modalidad presencial) en pequeñas poblaciones (Facultades de la Universidad Tecnológica de Pereira) y de esta manera se asegura que la muestra sea verdaderamente representativa y contemple a toda la comunidad estudiantil.

La muestra para este caso se compone de diferentes segmentos, los cuales se mencionan a continuación:

- Facultad de Ciencias de la salud
- Facultad de Bellas Artes y Humanidades
- Facultad de Ciencias Ambientales
- Facultad de Ciencias Básicas
- Facultad de Ciencias de la Educación
- Facultad de Ingeniería Industrial
- Facultad de Ingeniería Mecánica
- Facultad de Ingenierías
- Facultad de Tecnologías

TAMAÑO DE MUESTRA

El tamaño de muestra se calcula a partir de la información solicitada al Centro de Registro y Control de la Universidad Tecnológica de Pereira, la cual contiene el número de estudiantes matriculados en las facultades discriminadas anteriormente. Por ahora se plantea la metodología a utilizar para el cálculo de la muestra del presente proyecto.

Siendo N el número de estudiantes matriculados en la universidad en su jornada diurna y Ni el número de estudiantes pertenecientes a la facultad i, se procederá a calcular el tamaño muestral mediante el siguiente proceso:

Se considera una población infinita por ser mayor a 10.000 unidades de muestreo

$$N_0 = \frac{P \times Q}{\left(\frac{e}{Z}\right)^2}$$

Se toman los valores de $P=Q=0,5$ que son los sugeridos para trabajar con el máximo tamaño muestra; y con un error del 5% y un nivel de confianza del 95% que corresponde a un valor de $Z=1,96$

Una vez obtenido el tamaño de muestra N_0 necesario para el estudio, se procede a distribuirlo de acuerdo al porcentaje de participación que tiene Ni sobre N, Así:

$$W_i = \frac{N_i}{N}$$

Siendo W_i la proporción correspondiente a la facultad i .

Finalmente se determina el número de estudiantes a encuestar por facultad, mediante el producto de W_i con el tamaño total de la muestra requerida para el estudio N_0

$$W_i * N_0 = n_i$$

Siendo últimamente n_i el tamaño muestral de cada facultad

$$N_0 = \frac{0,5 \times 0,5}{\left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2} \approx 384$$

Debido a que en los boletines de la página de la Universidad Tecnológica de Pereira no se encuentran aún los datos referentes al primer semestre del año 2014, se calculan las proporciones de cada facultad con el número de estudiantes matriculados para el segundo semestre del año 2013 en la jornada diurna de modalidad presencial.

FACULTADES	NUMERO DE ESTUDIANTES
Bellas Artes y Humanidades	1398
Ciencias Ambientales	1022
Ciencias Básicas	140
Ciencias de la Educación	2423
Ciencias de la Salud	2022
Ingeniería Industrial	1220
Ingeniería Mecánica	899
Ingenierías	1854
Tecnologías	2938
TOTAL	13916

Tabla 1 - Número de estudiantes por facultad

FACULTADES	NUMERO DE ESTUDIANTES	N	PROPORCIÓN	VALOR MUESTRA
Bellas Artes y Humanidades	1398	384	0,1	39
Ciencias Ambientales	1022	384	0,07	28
Ciencias Básicas	140	384	0,01	4
Ciencias de la Educación	2423	384	0,17	67
Ciencias de la Salud	2022	384	0,15	56
Ingeniería Industrial	1220	384	0,09	34
Ingeniería Mecánica	899	384	0,06	25
Ingenierías	1854	384	0,13	51
Tecnologías	2938	384	0,21	80

Tabla 2 - Valores de muestra por facultad

FUENTES DE INFORMACIÓN

PRIMARIAS

- Encuesta

Se realiza un estudio en el cual los investigadores pueden obtener datos a partir de la ejecución de un conjunto de preguntas dirigidas a la muestra representativa de la Universidad Tecnológica de Pereira, con el fin de saber si acudirían a un lugar especialmente diseñado para el descanso entre clases y si estarían dispuestos a pagar por un ambiente en el cual puedan descansar en su tiempo libre.

- Observación directa

Por medio de este instrumento de recolección de información que consiste en la observación de la población objetivo, se analiza el comportamiento de los estudiantes de la universidad tecnológica de Pereira en sus horas libres, en la cual se estudia la necesidad de una zona de descanso para la satisfacción de dichas necesidades.

SECUNDARIAS

- Libros

Se tiene en cuenta el libro *Estadística Para Los Negocios y La Economía*, el cual sirve de base para determinar algunos conceptos relacionados con el muestreo y otros aspectos estadísticos relacionados con el proyecto.

- Internet

Este conjunto de redes de comunicación interconectadas entre sí, se utilizan para indagar fuentes de información relacionados con la creación y desarrollo de una empresa cuyo objetivo es proporcionar una zona de descanso con hamacas.

- Revistas

Se consultan artículos de revistas que contengan información sobre la higiene del sueño, la importancia de tener un buen descanso a nivel académico y físico, entre otra

ESTUDIO DE MERCADOS

Para el buen desarrollo del presente estudio se considera conveniente la realización de un estudio de mercados, el cual aporta información realmente significativa para la toma de decisiones.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE MERCADOS

Determinar la factibilidad de la creación de un ambiente de descanso para los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira matriculados en la jornada diurna de modalidad presencial de acuerdo a las características y condiciones que presenta actualmente el mercado en la ciudad de Pereira.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:

OBJETIVO GENERAL

Conocer las condiciones actuales del mercado, expresadas en términos de oferta y demanda, con el fin de determinar la factibilidad de la creación de un ambiente de descanso para los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar las condiciones de la oferta, en pro de la identificación de la competencia directa que tendría la materialización de la idea de negocio.
- Analizar la demanda y el grado de aceptación presentado por los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira matriculados en la jornada diurna de modalidad presencial sobre la materialización de la idea de negocio.
- Desarrollar los componentes del marketing mix en la presente investigación.

ANÁLISIS DE RESULTADOS OBTENIDOS A PARTIR DE ENCUESTAS

1. Facultad a la que pertenece:

FACULTAD	CANTIDAD
Bellas artes y humanidades	39
Ciencias Ambientales	28
Ciencias Básicas	4
Ciencias de la Educación	67
Ciencias de la Salud	56
Ingeniería Industrial	34
Ingeniería Mecánica	25
Ingenierías	51
Tecnologías	80

Tabla 3 - Facultad a la que pertenece



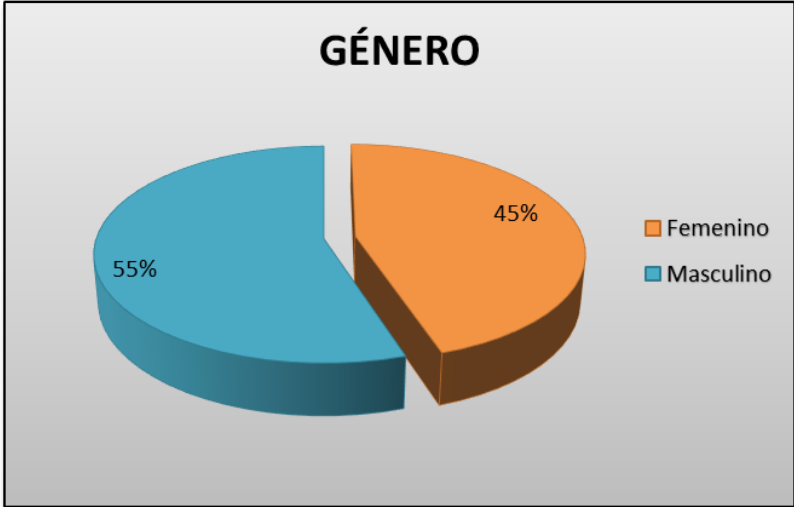
Gráfica 1 - Facultad a la que pertenece

De acuerdo a la proporción de estudiantes matriculados en cada programa académico de la Universidad Tecnológica de Pereira se encuestaron 39 personas pertenecientes a la facultad de Bellas Artes y Humanidades, 28 de Ciencias Ambientales, 4 estudiantes de Ciencias Básicas, 67 personas de la facultad de Ciencias de la Educación, 56 personas de Ciencias de la Salud, 34 de Ingeniería Industrial, 25 de Ingeniería Mecánica, 51 estudiantes de la facultad de Ingenierías y 80 de Tecnologías.

2. Género:

GÉNERO	CANTIDAD
Femenino	173
Masculino	211

Tabla 4 – Género



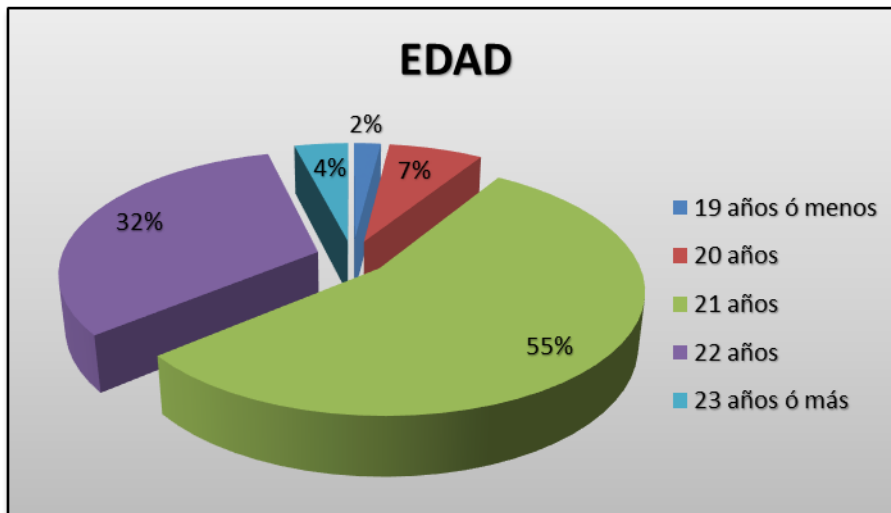
Gráfica 2 - Género

A partir de los datos obtenidos, se encuentra que del total de personas encuestadas, el 55% pertenecen al género masculino y el 45% restante al femenino.

3. Edad

EDAD	CANTIDAD
19 años ó menos	8
20 años	27
21 años	211
22 años	123
23 años ó más	15

Tabla 5 – Edad



Gráfica 3 - Edad

Resulta evidente que existe una representación superior a la mitad de la comunidad estudiantil encuestada que tiene 21 años de edad, obteniendo

también un alto porcentaje de participación los estudiantes de 22 años, con un 32%; de igual forma se aprecia que el 13% restante varía en edades de 19 ó menos, 20 y 23 ó más.

4. ¿Vive usted cerca de la Universidad Tecnológica de Pereira?

VIVE CERCA A LA UNIVERSIDAD	CANTIDAD
Si	69
No	315

Tabla 6 - Vive cerca a la universidad



Gráfica 4 - Vive cerca a la universidad

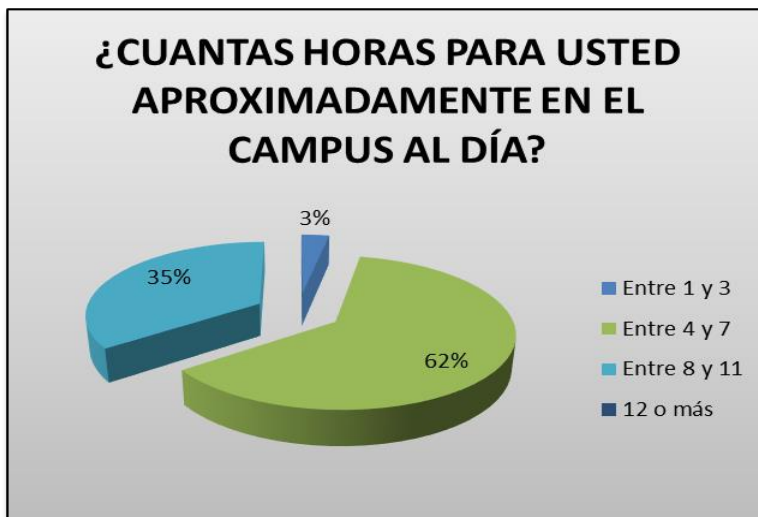
De acuerdo a la gráfica se observa que el 82% de los estudiantes a los cuales se les realizó la encuesta viven en zonas alejadas de la Universidad Tecnológica de Pereira, siendo estos clientes potenciales para la utilización del servicio ofrecido por “REST” en sus horas libres. Así mismo se encuentra que el 18% cuentan con

hogares en los alrededores del campus universitario, finalizando de esta manera el proceso de encuesta, debido a que esta parte de la población no presenta las necesidades que el proyecto busca satisfacer.

5. ¿Cuántas horas pasa usted aproximadamente en el campus al día?

HORAS EN EL CAMPUS AL DÍA	CANTIDAD
Entre 1 y 3	9
Entre 4 y 7	195
Entre 8 y 11	110
12 o más	0

Tabla 7 - Horas al día en el campus



Gráfica 5 - Horas al día en el campus

El 62% de las personas encuestadas pasa entre 4 y 7 horas al día en el campus, mientras que el 35% permanece entre 8 y 11 horas y tan solo el 3% de éstos se encuentran en la Universidad entre 1 y 3 horas.

A partir de esta información se puede establecer que la gran mayoría de la muestra poblacional, debe pasar un tiempo considerable en la Universidad, en el transcurso del cual se pueden presentar horas libres entre clases, generando así situaciones propicias para la utilización de una zona de descanso como la ofrecida por “REST”.

6. ¿Se ha visto usted en la obligación de tomar una siesta en el campus?

HA TOMADO SIESTA EN EL CAMPUS	CANTIDAD
Si	237
No	78

Tabla 8 - Ha tomado siesta en el campus



Gráfica 6 - Ha tomado siesta en el campus

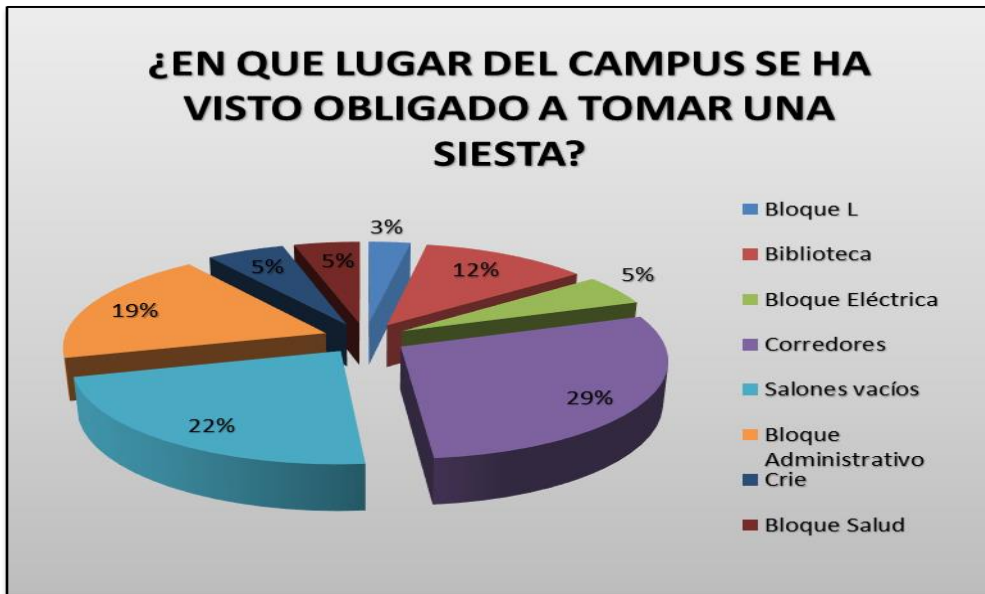
Los resultados arrojan que el 75% de los estudiantes encuestados se han visto alguna vez en la necesidad de tomar una siesta en el campus, representando un valor significativo de la muestra.

En cuanto a la cantidad restante de estudiantes, se tiene que el 25% de las personas a las que se les realizó la encuesta no han tenido que utilizar ninguna zona Universitaria para su descanso.

6.1 ¿En qué lugar del campus universitario se ha visto usted obligado a hacer la siesta?

LUGARES DEL CAMPUS DONDE HA TOMADO SIESTA	CANTIDAD
Bloque L	7
Biblioteca	28
Bloque Eléctrica	12
Corredores	68
Salones vacíos	53
Bloque Administrativo	45
Crie	13
Bloque Salud	11

Tabla 9 - Lugar del campus donde ha tomado siesta



Gráfica 7 - Lugar del campus donde ha tomado siesta

En cuanto a los lugares frecuentados por las personas que se han visto en la obligación de tomar siestas dentro del campus universitario, se tiene que los de mayor recurrencia son los corredores de las diferentes facultades, las aulas de clase vacías, el bloque administrativo y la biblioteca con un 29%,22% ,19% y 12% respectivamente. También se observa que el 5% de los estudiantes descansan en la facultad de Ingeniería Eléctrica y el bloque de Salud; mientras que el 8% de la muestra acude al bloque L y al Crie al momento de tomar una siesta.

7. ¿Tiene usted horas libres entre clases?

TIENE HORAS LIBRES ENTRE CLASES	CANTIDAD
Si	280
No	35

Tabla 10 - Tiene horas entre clases



Gráfica 8 - Tiene horas entre clases

Al momento de analizar los resultados obtenidos a partir de las encuestas, se encuentra que gran parte de los estudiantes cuenta con horarios que presentan horas libres entre las diferentes clases (89%) mientras que el 11% restante no cuenta con espacio entre las asignaturas matriculadas.

Con base a esta información se puede detectar un mercado objetivo considerable, debido a que el 89% de estudiantes en análisis cuentan con el perfil del usuario que se requiere para el desarrollo de un proyecto que involucre la prestación de un servicio a nivel de descanso.

8. ¿Acudiría usted a un lugar especialmente diseñado para el descanso entre clases?

ACUDIRÍA A UN LUGAR PARA DESCANSAR	CANTIDAD
Si	300
No	15

Tabla 11 - Aceptación de la empresa



Gráfica 9 - Aceptación de la empresa

Resulta evidente que casi la totalidad de la muestra estudiada estaría dispuesta a acudir a un ambiente diseñado especialmente para el descanso por horas cerca al

campus con un porcentaje de participación del 95%, mientras que tan solo el 5% de las personas encuestadas no se encuentran interesadas en ello.

Es así, como se encuentra una necesidad en el mercado que aún no ha sido explorada y satisfecha, pero que a pesar de esto representa una gran oportunidad de realización y acogimiento por parte de la comunidad estudiantil.

Las personas que no acudirían a un lugar de descanso en su tiempo libre, no cumplen con las características y necesidades buscadas en el objetivo de la investigación, por ende para ésta parte de la muestra se da por terminada la encuesta.

9. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por permanecer una hora en un ambiente en el cual pueda descansar en su tiempo libre recuperando sus horas de sueño?

CUANTO ESTARÍA DISPUERTO A PAGAR	CANTIDAD
Nada	3
Menos de \$900	11
Entre \$1000 y \$1400	25
Entre \$1500 y \$1900	75
Entre \$2000 y \$2400	89
Entre \$2500 y \$2900	74
Entre \$3000 y \$3400	13
Entre \$3500 y \$3900	8
Más de \$4000	2

Tabla 12 - Valor que pagarían por el servicio



Gráfica 10 - Valor que pagaría por el servicio

Se encuentra gran variabilidad en los precios que los estudiantes estarían dispuestos a pagar por permanecer una hora en un ambiente de descanso como el ofrecido por “REST”, sin embargo el precio con mayor recurrencia corresponde a un rango entre \$2000 y \$2400 con un 30%, de igual manera se puede determinar que más del 50% de las personas a las cuales se les realizó la encuesta pagarían más de \$1500 por una hora de servicio. Se obtuvo a su vez que el 1% de la muestra poblacional a pesar de estar interesados en acudir a un módulo de descanso en su tiempo libre, no estarían dispuestos a pagar por su permanencia en éste. También se obtuvo un dato importante que corresponde a aquellos estudiantes que pagarían un valor igual o superior a \$4000 el cual equivale al 4% de la muestra.

Cabe señalar que aquellas personas que no pagarían por utilizar una zona de descanso, finalizan la encuesta en este punto, ya que el proyecto en cuestión requiere la disposición de pago por parte de los clientes potenciales.

10. ¿Con que frecuencia utilizaría el servicio por hora?

FRECUENCIA DE UTILIZACIÓN DEL SERVICIO	CANTIDAD
Menos de una vez al mes	5
Una vez al mes	15
Cada dos semanas	35
Tres veces por semana	58
Dos veces por semana	72
Una vez a la semana	112

Tabla 13 - Frecuencia de utilización



Gráfica 11 - Frecuencia de utilización

En lo que respecta a la frecuencia de utilización del servicio, se observa que un porcentaje muy representativo de la muestra acudiría a las instalaciones de “REST” una vez a la semana con un 38% de estudiantes que así lo consideran, mientras que el 24% de ellos tomaría descanso en este lugar dos veces por semana e igualmente el 20% de las personas encuestadas asistiría tres veces a la semana. Las personas de la muestra que utilizarían el servicio una vez al mes representan el 5% y aquellas que afirman que lo harían cada dos semanas constituyen el 12% del valor muestral total, el último dato representativo corresponde a aquellos estudiantes que asistirían una vez al mes, constituyendo el 2% del total encuestado.

Puede evidenciarse que la población estudiada se encuentra interesada en acudir a este sitio y que la frecuencia en la cual lo harían es relativamente alta.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

ANÁLISIS RETROSPECTIVO

Con el fin de reunir los datos referentes al tamaño de la población estudiantil, se consultó la página web de la Universidad Tecnológica de Pereira, en la sección del Sistema de Indicadores, para consultar los boletines que contienen información sobre los estudiantes matriculados por semestre.

PERIODO	ESTUDIANTES MATRICULADOS
2009-1	10866
2009-2	11309
2010-1	12156
2010-2	12405
2011-1	12443
2011-2	12609
2012-1	12491
2012-2	12840
2013-1	14020
2013-2	13916

Tabla 14 - Estudiantes matriculados por semestre

Semestralmente se evidencia un incremento significativo de la población, traducido a términos del presente estudio como nuevos clientes potenciales que se generan a través del crecimiento constante de la población objetivo.

ANÁLISIS PROSPECTIVO

Para este análisis se hará uso de la tasa incremental, con el fin de estimar el número de estudiantes matriculados en la Universidad Tecnológica de Pereira en los siguientes 6 periodos a partir de los datos históricos hallados.

Dicho cálculo se basará en la siguiente fórmula:

$$F = P(1 + i)^n$$

Cálculo de la tasa incremental

Cabe resaltar que debido a que los datos correspondientes al primer semestre del 2014 aún no se encuentran disponibles, se deberá recurrir a una proyección para determinar el tamaño de la población estudiantil para estos periodos.

$$13916 = 10866(1 + i)^{10}$$

$$i = 2,50\%$$

- Tamaño de población objetivo primer semestre, año 2014.

$$F = 13916(1 + 0,0250)^1$$

$$F = 14264$$

- Tamaño de población objetivo segundo semestre, año 2014.

$$F = 14264(1 + 0,0250)^1$$

$$F = 14620$$

- Tamaño de población objetivo primer semestre, año 2015.

$$F = 14620(1 + 0,0250)^1$$

$$F = 14986$$

- Tamaño de población objetivo segundo semestre, año 2015.

$$F = 14986(1 + 0,0250)^1$$

$$F = 15361$$

- Tamaño de población objetivo primer semestre, año 2016.

$$F = 15361(1 + 0,0250)^1$$

$$F = 15745$$

- Tamaño de población objetivo segundo semestre, año 2016.

$$F = 15745(1 + 0,0250)^1$$

$$F = 16138$$

- Tamaño de población objetivo primer semestre, año 2017.

$$F = 16138(1 + 0,0250)^1$$

$$F = 16542$$

- Tamaño de población objetivo segundo semestre, año 2017.

$$F = 16542(1 + 0,0250)^1$$

$$F = 16955$$

Los cálculos realizados previamente se resumen en el siguiente cuadro:

PERIODO	DEMANDA PRONOSTICADA
2014-1	14264
2014-2	14620
2015-1	14986
2015-2	15361
2016-1	15745
2016-2	16138
2017-1	16542
2017-2	16955

Tabla 15 - Demanda pronosticada por semestre

En los resultados obtenidos mediante proyecciones matemáticas se concluye que la población objetivo constituida por todos los estudiantes matriculados en la Universidad Tecnológica de Pereira en jornada Diurna de modalidad Presencial, presenta un comportamiento regularmente creciente, alcanzando un valor de 16955 estudiantes para el segundo semestre del año 2017, representando de esta manera un factor positivo en la viabilidad del proyecto en lo que respecta a la demanda detectada.

UNIDADES DEMANDADAS

Para el cálculo de las unidades demandadas se tomará como base el pronóstico del tamaño de la población estudiantil determinado para el segundo semestre del año 2014 el cual contará con aproximadamente 14620 estudiantes matriculados en jornada diurna de modalidad presencial.

De este total se sacará el 77% dado que en la herramienta de encuesta se obtuvo esta proporción de personas que cumplieron con el perfil del usuario apto según las necesidades a satisfacer mediante la realización del proyecto, así:

$$\frac{297 \text{ Estudiantes con perfil de usuario "REST"}}{384 \text{ Cantidad total estudiantes encuestados}} = 0,77$$

$$0,77 * 14620 = 11257$$

Siendo 11257 el dato tentativo de estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira que tendrían todas las posibilidades de asistir y pagar por un servicio basado en la creación de una zona especialmente diseñada para el descanso.

Teniendo en cuenta la proporción de las diferentes frecuencias de utilización del servicio, se determina el total de horas demandadas al mes según las necesidades del mercado objetivo, de la siguiente manera:

FRECUENCIA	NUMERO ESTUDIANTES	PROPORCION
Menos de una vez al mes	5	0,02
Una vez al mes	15	0,05
Cada dos semanas	35	0,12
Tres veces por semana	58	0,2
Dos veces por semana	72	0,24
Una vez a la semana	112	0,38
TOTAL	297	1,01

Tabla 16 - Proporción de la frecuencia de utilización del servicio

Frecuencia	Proporción	Recurrencia al mes	Población	Ecuación	Total
Una vez al mes	0,05	1	11257	$0,05*1*11257$	563
Cada dos semanas	0,12	2	11257	$0,12*2*11257$	2702
Tres veces por semana	0,2	12	11257	$0,2*12*11257$	27017
Dos veces por semana	0,24	8	11257	$0,24*8*11257$	21613
Una vez a la semana	0,38	4	11257	$0,38*4*11257$	17111
TOTAL HORAS MES					69005

Tabla 17 - Horas al mes

De esta manera se detecta que existe una necesidad de 69005 horas al mes con el fin de cumplir con la demanda por parte del mercado objetivo, que para el caso de este proyecto es la comunidad universitaria de la Universidad Tecnológica de Pereira matriculada en la jornada diurna de modalidad presencial.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

En lo referente a la oferta no es posible realizar un análisis retrospectivo del cual pueda basarse la investigación para la proyección de la misma; debido a que este servicio no se encuentra en el mercado actualmente para la ciudad de Pereira, es decir, no se detecta competencia directa para la idea de negocio de la cual se puedan consultar datos históricos.

UNIDADES OFRECIDAS

Debido a la ausencia de competencia directa para el servicio ofrecido por parte de “REST”, no es posible determinar el promedio de unidades ofrecidas actualmente en el mercado por otras compañías.

ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Con el fin de dar cumplimiento a los objetivos planteados para la investigación de mercados, es importante desarrollar estrategias que contribuyan significativamente al avance de la misma, es por este motivo que a continuación se desarrollarán las herramientas planteadas por las 4P, la descripción del Producto, Plaza, Promoción y Precio; características concernientes a la idea de negocio estudiada en el presente trabajo.

PROPUESTAS 4P

PRODUCTO Y/O SERVICIO

Esta idea de negocio se soporta en un único e innovador servicio aún no brindado en la región; el cual se fundamenta en el descanso para estudiantes universitarios en cómodas hamacas ubicadas en un ambiente ideal para la recuperación de energías y horas de sueño, a este servicio podrá acudir toda la comunidad estudiantil durante sus horas libres, de manera que se mejoren sus condiciones físicas e intelectuales a través del reposo. Esta idea de negocio se manejará bajo el nombre “REST” y se encontrará ubicada en los alrededores del campus universitario, facilitando el acceso por parte de los usuarios. El ambiente contará con hamacas, zona de recepción, almacenamiento de pertenencias y baños para comodidad de los estudiantes.



LOGOTIPO



SLOGAN

“Tu descanso; nuestra meta”

PRECIO

Con el fin de estimar un valor para el servicio ofrecido es necesario tener en cuenta los costos fijos que traen consigo el proyecto, la disposición y disponibilidad de dinero que tenga la población objetivo. Según la información obtenida mediante las encuestas el 30% del total muestreado coinciden en que pagarían por una hora de servicio entre \$2.000 y \$2.400, lo que no ratifica que el valor final estipulado necesariamente oscile entre ese rango. Es válido aclarar que no existen valores bases en el mercado, ya que actualmente este servicio no se encuentra disponible en ningún establecimiento de la región.

PROMOCIÓN

En la tarea constante de dar a conocer el servicio, surgen diversas ideas sobre la promoción del mismo, entre las más objetivas se encuentra la difusión de material publicitario como flyers y demás herramientas de marketing mediante redes sociales y correos electrónicos de la comunidad estudiantil, así como también la entrega física del mismo material publicitario en diferentes puntos estratégicos del campus.

Se pretende realizar campaña de expectativa y conocimiento del nuevo proyecto, a través de happy hour (hora feliz) en la cual la persona que acceda al servicio a determinada hora del día obtendrá de manera gratuita un bono equivalente a una hora de descanso, el cual podrá hacer efectivo en el momento que desee.

PLAZA

El sitio que se requiere para el presente proyecto debe cumplir con algunas características específicas, las cuales van directamente relacionadas con el éxito de la idea de negocio. El lugar debe estar ubicado cerca de la Universidad Tecnológica de Pereira, el ambiente generado allí debe inspirar tranquilidad, pureza, pulcritud y relajamiento, es por este motivo que el espacio estará recreado con música instrumental en un nivel adecuado, con el fin de brindar un descanso pleno. El color de las paredes internas del lugar será blanco, de esta manera se proyectará transparencia, y se contará con diversos elementos decorativos que den vida al lugar y contextualicen con la idea principal del proyecto.

ESTUDIO TÉCNICO

MACROLOCALIZACIÓN

La ubicación del proyecto tendrá lugar en el eje cafetero de Colombia, exactamente en la ciudad de Pereira, la cual cuenta con una localización central estratégica, con panorama económico nacional e internacional. Es habitada por 488.839 personas de las cuales 410.535 se encuentran en el área urbana, ubicadas en 19 comunas y 78.304 en el área rural.

Se elige la ciudad de Pereira como plaza para el presente proyecto, después de analizar el mercado, y detectar que no existe competencia directa, es decir el servicio expuesto mediante este trabajo no se encuentra en ningún lugar de la ciudad.



MICROLOCALIZACIÓN

Con el fin de determinar la ubicación apropiada del lugar donde se desarrollará la idea de negocio, se evaluarán las siguientes 5 variables:

- 1. Facilidad de Acceso:** Es importante conocer las condiciones que presenta el lugar respecto a la accesibilidad. (fácil llegada y acceso de los clientes)
- 2. Flujo de Estudiantes:** Es trascendental para el proyecto verificar que continuamente los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira transiten cerca del lugar elegido.
- 3. Seguridad:** Este aspecto respalda y soporta el éxito del negocio, ya que protege la integridad física tanto de los colaboradores como de los clientes, es por este motivo que la ubicación del negocio debe hacerse en un lugar que satisfaga esta necesidad.
- 4. Costo de Servicios Públicos:** Es influyente para el desarrollo de este proyecto conocer los costos de servicios públicos en los que se incurriría por estar ubicados en un sector específico de la ciudad.

5. Espacio: Es vital para el presente estudio disponer de un sitio que cumpla con unos requerimientos mínimos de espacio y distribución, con el fin de dar cumplimiento a la planeación estipulada.

En pro de tomar la mejor decisión, se hace necesario indagar y evaluar diferentes alternativas que cumplen con la condición principal del proyecto de estar situadas cerca a la Universidad Tecnológica de Pereira.

Sitio A: Calle 14 Cra 29 Esquina (Antiguo Minga)

De las tres alternativas es la más cercana al campus, situada en los alrededores de los lugares más frecuentados del sector por los estudiantes, como lo son “Carnes” y “Kabala”.



Sitio B: Calle 14# 24-30

Esta alternativa se encuentra ubicada en la zona cercana al Instituto Técnico Superior. Este sector es particularmente tranquilo, ideal para los fines del proyecto.



Sitio C: Calle 14 #11-10

El presente sitio es espacioso y se encuentra ubicado en una zona tranquila del barrio Los Álamos, cerca al bloque L de la Universidad.



VARIABLES	PESO PROCENTUAL	SITIO A		SITIO B		SITIO C	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Facilidad de acceso	0,4	0,4	0,16	0,3	0,12	0,3	0,12
Flujo de estudiantes	0,5	0,5	0,25	0,2	0,1	0,2	0,1
Seguridad	0,2	0,2	0,04	0,5	0,1	0,4	0,08
Costo servicios públicos	0,1	0,3	0,03	0,1	0,01	0,1	0,01
Espacio	0,3	0,1	0,03	0,4	0,12	0,5	0,15
			0,51		0,45		0,46

Tabla 18 - Pesos porcentuales para alternativas de microlocalización

Se concluye que la mejor alternativa para la ubicación del proyecto es el sitio A, el cual corresponde al local antes ocupado por Restaurante Minga, debido al continuo flujo de estudiantes en el sector como la facilidad de acceso a éste.

CÁLCULO DE LA INVERSIÓN

Cabe resaltar que de acuerdo al estudio de mercados y la proyección de la demanda realizada en éste, se requerirían 329 hamacas para satisfacer la necesidad presente en los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira; sin embargo por cuestiones de capacidad y espacio de las diferentes alternativas analizadas anteriormente se dará inicio al proyecto con una cifra inferior de hamacas a la estimada para el cubrimiento total de la demanda (36 Hamacas)

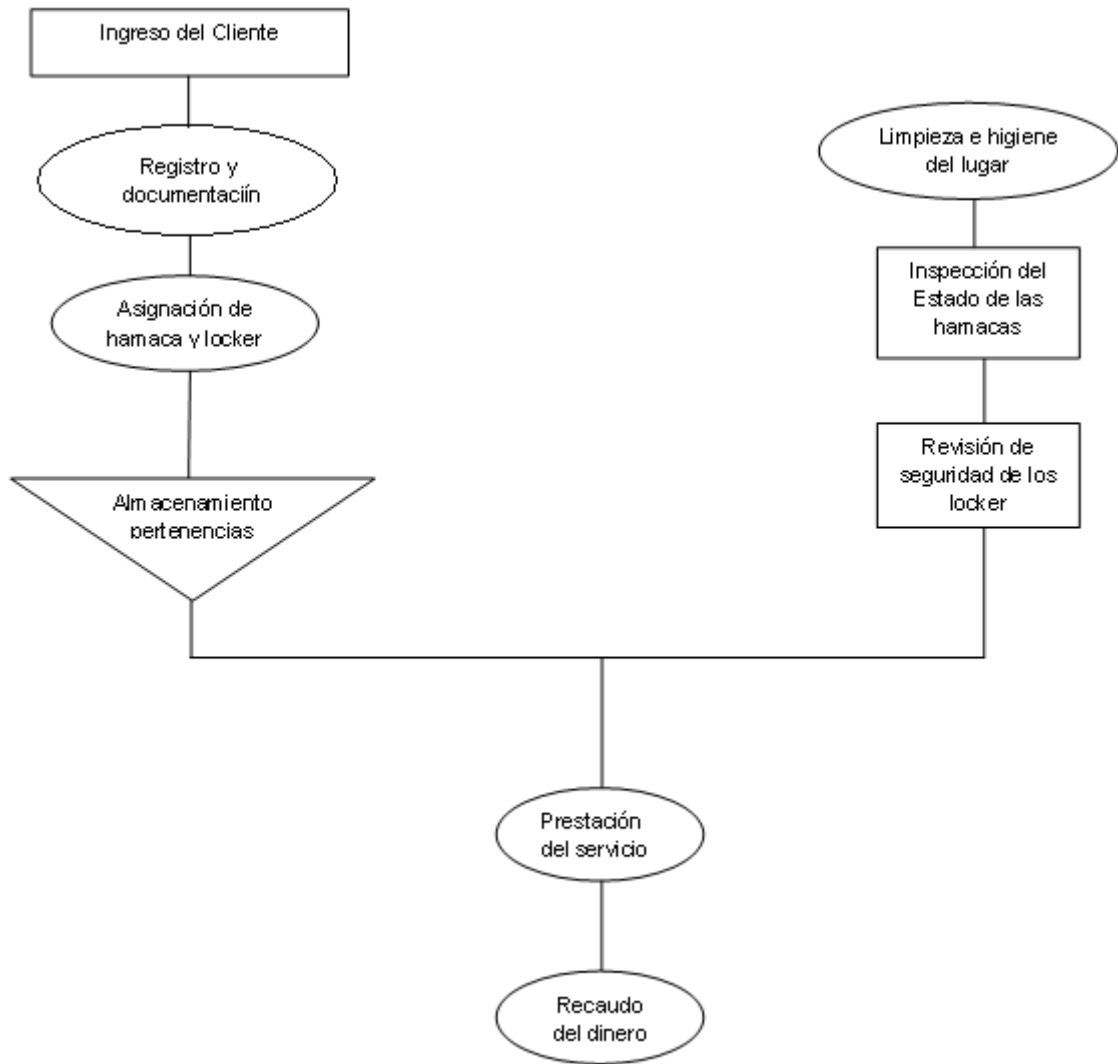
El cálculo del monto requerido para iniciar con el funcionamiento del negocio se presenta a continuación:




ACTIVO/ CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	DEPRECIACIÓN
Adecuaciones locativas	-	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	-
Computador	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 333.333
Escritorio	1	\$ 299.000	\$ 299.000	\$ 29.900
Silla	1	\$ 75.900	\$ 75.900	\$ 7.590
Sofá	1	\$ 349.900	\$ 349.900	\$ 34.990
Hamacas	36	\$ 15.000	\$ 540.000	\$ 54.000
Persianas	8	\$ 40.000	\$ 320.000	\$ 32.000
Lockers x12	3	\$ 290.000	\$ 870.000	\$ 87.000
TOTALES		\$ 5.069.800	\$ 6.454.800	\$ 578.813

Tabla 19 - Cálculo de la inversión

Como se relaciona específicamente en el presente cuadro, la inversión inicial con la que debe contar el proyecto es igual a \$6.454.800

FLUJOGRAMA DE PROCESOS



Operación	
Inspección	
Almacenamiento	

La prestación del servicio respecto a la atención directa del cliente comienza una vez éste ingresa a las instalaciones de “Rest”, en donde se le da la bienvenida y se procede a realizar el registro y la documentación del mismo, ingresándolo a la base de datos de la empresa con campos como nombre, apellido, carrera, semestre, documento de identificación y hora de ingreso. Posteriormente se le asigna una hamaca, la cual ha sido previamente inspeccionada, asegurando limpieza y seguridad, así como un locker, al que se le ha realizado una revisión para verificar su buen funcionamiento; cabe señalar que previo al ingreso de los clientes al local debe haberse realizado una limpieza general tanto a los módulos de descanso como a los baños. Una vez el estudiante cuenta con un número de hamaca y locker, se debe ingresar esta información al sistema. Se da paso al almacenamiento de las pertenencias del usuario en su respectivo locker y finalmente a la utilización de la zona de descanso. El pago por el servicio prestado se realiza antes de salir de las instalaciones, donde se calculará el número de horas que la persona ha permanecido en “Rest” para así obtener el valor a pagar.

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

El cálculo de los costos laborales por cada trabajador de la empresa se presenta a continuación:

ESTRUCTURA DE COSTOS LABORALES	
CONCEPTO	MENSUAL
Salario base	\$616.000
Auxilio de transporte	\$72.000
Cesantías	\$57.333
Intereses a las cesantías	\$6.880
Prima	\$57.333
Vacaciones	\$25.666
ARL	\$3.216
Pensión	\$73.920
Caja de Compensación	\$24.640
TOTAL COSTOS LABORALES	\$936.988

A continuación se relacionan los gastos que incurre la empresa mensual y anualmente:

ESTRUCTURA DE GASTOS		
CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL
Recepcionista	\$ 936.988	\$ 11.243.855
Oficios varios	\$ 936.988	\$ 11.243.855
Honorarios contador	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
Arrendamiento	\$ 4.000.000	\$ 48.000.000
Servicios públicos	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Mantenimiento general	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Seguridad	\$ 90.000	\$ 1.080.000
Papelería y suministros	\$ 65.000	\$ 780.000
Publicidad	\$ 80.000	\$ 960.000
Gastos por depreciación	\$ 48.234	\$ 578.808
TOTAL	\$8.007.210	\$96.086.519

Tabla 20 - Gastos mensual y anual

Se concluye así que el presupuesto de gastos para el proyecto mensualmente se estima en \$8.007.210 los cuales contemplan todos los aspectos involucrados en la prestación integral del servicio.

ASPECTOS LEGALES

Como primera instancia debe determinarse el tipo de empresa, para esto se analizarán los diferentes tipos de sociedad existentes:

- Sociedad de hecho
- Persona natural
- Empresa unipersonal
- Sociedad en comandita simple
- Sociedad en comandita por acciones
- Sociedad colectiva
- Sociedad anónima
- Sociedad por acciones simplificada
- Sociedad limitada

Para los fines del proyecto la creación de la empresa “REST” se realizará bajo el nombre de Sociedad por acciones simplificadas (SAS),” la cual se constituirá por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes serán responsables hasta por el monto de sus aportes respectivos. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.”¹⁴

¹⁴http://emprendimiento.sena.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=9&Itemid=3

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

✓ Minuta de constitución

También conocida como carta de intención, consiste en un borrador de Escritura Pública de Constitución, en la que se especifica el tipo de sociedad que se constituirá, los Socios con sus respectivas cédulas, nacionalidad, domicilio y aporte. Asimismo la razón social de la empresa, su objeto social, dirección, nombre del representante legal, conformación de la Junta de Socios, el capital social, funciones de la Junta, la reserva legal y el tiempo de duración de la sociedad y causales para su disolución. La carta de constitución es realizada por un contador público y no tiene ningún valor.

✓ Escritura pública

Consiste en el documento escrito que contiene declaraciones en actos Jurídicos, emitidos ante el notario.

✓ Certificado de existencia de la empresa

Conocido como certificado de Homonimia en el cual se verifica si la empresa existe con anterioridad o no.

✓ Cámara y Comercio

Luego de obtener la copia autentica de la escritura de constitución, debe solicitarse en la Cámara de Comercio un grupo de formularios de matrícula para

su respectiva diligencia. Igualmente debe cancelarse en caja los derechos de inscripción.

A los tres días hábiles se debe regresar para verificar si el documento se ha inscrito en Registro Mercantil, o se encuentra devuelto con las observaciones de abogado.

En el caso de que el documento se haya inscrito, debe reclamarse en recepción la placa que se deberá ubicar en un lugar visible del establecimiento.

✓ **Registro mercantil**

Es una Institución legal, por medio de la cual por virtud de la ley se da publicidad a ciertos actos que deben ser conocidos por la comunidad. Este registro es público, por ende cualquier persona que requiera información sobre los comerciantes matriculados o sobre sus actos y documentos escritos, puede solicitarse en la Cámara de Comercio, éste comprende matrícula e inscripción.

✓ **Certificado de existencia y representación legal**

Se trata de un documento expedido por la Cámara de Comercio que certifica la existencia del negocio. Consta de aspectos como número de escritura pública con su respectiva fecha de expedición, razón social, tipo de sociedad, domicilio principal, tiempo de duración de la sociedad, objeto social, nombre de socios y gerente, capital y aportes, matrícula de registro mercantil y administración.

El certificado de existencia y representación legal requiere la inscripción de la empresa ante Cámara y Comercio, y debe renovarse cada 3 meses

✓ **Registro único tributario**

Conocido como RUT y establecido por el Artículo 555-2 del Estatuto Tributario, constituye el único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN.

Inicia con una inscripción, se actualiza cada vez que se requiera cambiar algún dato y en caso de ser necesario se hace la cancelación del mismo.

✓ **Apertura de cuenta de ahorros**

“El principal objetivo es ahorrar y tener recursos disponibles para la realización de las diferentes transacciones que necesites. Ésta cuenta líquida y abona los intereses todos los días sobre su saldo disponible.

✓ **Manejo de parafiscales**

CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR

Toda Empresa constituida por primera vez debe afiliarse a una Caja de Compensación Familiar.

Esta Caja de Compensación familiar es la encargada de liquidar al SENA un 2%, al ICBF; 3% y ésta se queda con un 4%.

INSTITUTO DEL SEGURO SOCIAL O CUALQUIER EPS

Para afiliarse al ISS o a cualquier EPS y afiliar la salud de sus empleados deberá llenar un formulario de inscripción patronal, en la cual se especificará la razón social, el tipo de sociedad, los nombres de los socios de la empresa, su actividad comercial, su dirección, el número de trabajadores que tiene a su cargo, especificando la actividad que realiza cada uno y su horario de trabajo.

NORMATIVIDAD PARA SALUBRIDAD Y SEGURIDAD

Para Estructuras Físicas

Las edificaciones deben ser de construcción sólida y los materiales que se empleen deben ser resistentes a la corrosión, lisos, fáciles de limpiar y desinfectar. Sólo el área de comedor podrá ser de materiales diferentes, considerando el estilo del establecimiento (rústico, campestre, etc.) Todas las edificaciones se mantendrán en buen estado de conservación e higiene.

Asimismo, se cumplirán las siguientes condiciones:

Los pisos se construirán con materiales impermeables, inadsorbentes, lavables y antideslizantes, no deben tener grietas y serán fáciles de limpiar y desinfectar.

Según sea el caso, se les dará una pendiente suficiente para que los líquidos escurran hacia los sumideros.

Las paredes deben ser de materiales impermeables, inadsorbentes y lavables y serán de color claro. Deben ser lisas, sin grietas y fáciles de limpiar y desinfectar. Se mantendrán en buen estado de conservación e higiene. Cuando corresponda, los ángulos entre las paredes y los pisos deben ser abovedados para facilitar la limpieza.

Los techos deben construirse y acabarse de manera que se impida la acumulación de suciedad y ser fáciles de limpiar.

Las ventanas y otras aberturas deben construirse de manera que se evite la acumulación de suciedad y estarán provistas de protección contra insectos u otros animales. También deben desmontarse fácilmente para su limpieza y buena conservación.

La existencia de pasadizos exige que éstos tengan una amplitud proporcional al número de personas que transiten por ellos y en ningún caso deben ser utilizados como áreas para el almacenamiento.

- Iluminación

Las fuentes de iluminación se ubicarán de forma tal que las personas que trabajan en dichas áreas no proyecten su sombra sobre el espacio de trabajo.

- Ventilación

Debe proveerse una ventilación suficiente para evitar el calor acumulado excesivo, la condensación del vapor, el polvo y, para eliminar el aire contaminado.

Para servicios

- Abastecimiento y Calidad de Agua

El establecimiento deberá disponer de agua potable de la red pública, contar con suministro permanente y en cantidad suficiente para atender las actividades del establecimiento.

Los establecimientos que tengan su propio sistema de abastecimiento de agua, deben contar con la aprobación y vigilancia por parte del Ministerio de Salud.

- Evacuación de Aguas Residuales

El sistema de evacuación de aguas residuales debe mantenerse en buen estado de funcionamiento y estar protegido para evitar el ingreso de roedores e insectos al establecimiento. Los conductos de evacuación de aguas residuales deben estar diseñados para soportar cargas máximas, contar con trampas de grasa y evitar la contaminación del sistema de agua potable.

- Disposición de Residuos Sólidos

Los residuos sólidos deben disponerse en recipientes de plástico, en buen estado de conservación e higiene, con tapa oscilante o similar que evite el contacto con las manos y deben tener una bolsa de plástico en el interior para facilitar la evacuación de los residuos.

Dichos recipientes deben colocarse en cantidad suficiente en la cocina, comedor, baños y cualquier otro lugar donde se generen residuos sólidos y, estar ubicados de manera que no contaminen los alimentos.

Para la eliminación de los residuos sólidos se debe contar con colector con tapa de tamaño suficiente, según el volumen producido, colocados en un ambiente destinado exclusivamente para este uso, de acceso fácil al servicio recolector. Este ambiente debe diseñarse de manera que se impida el acceso de plagas y se evite la contaminación del alimento y del entorno. Se deben lavar y desinfectar a diario los recipientes plásticos y la zona de almacenamiento de residuos.

- Servicios Higiénicos Para el Personal

Para uso del personal, el establecimiento debe contar con servicios higiénicos. Los servicios higiénicos deben tener buena iluminación y ventilación y estar diseñados de manera que se garantice la eliminación higiénica de las aguas residuales.

Los servicios higiénicos para hombres deben contar con lo siguiente:

De 1 a 9 personas: 1 inodoro, 2 lavatorios, 1 urinario

De 10 a 24 personas: 2 inodoros, 4 lavatorios, 1 urinario

De 25 a 49 personas: 3 inodoros, 5 lavatorios, 2 urinarios

Más de 50 personas: 1 unidad adicional por cada 30 personas

Los servicios higiénicos para las mujeres son similares a los indicados, excepto los urinarios que serán reemplazados por inodoros.

Los inodoros, lavatorios y urinarios deben ser de material de fácil limpieza y desinfección. Los lavatorios estarán provistos de dispensadores con jabón líquido o similar y medios higiénicos para secarse las manos como toallas desechables o secadores automáticos de aire. Si se usaran toallas desechables, habrá cerca del lavatorio un número suficiente de dispositivos de distribución y recipientes para su eliminación.

Los servicios higiénicos deben mantenerse operativos, en buen estado de conservación e higiene.

- Servicios Higiénicos para el Público

Los servicios higiénicos deben mantenerse operativos, en buen estado de conservación e higiene, con buena iluminación y ventilación. Los inodoros, lavatorios y urinarios deben ser de material fácil de higienizar.

Los servicios higiénicos deben estar separados para cada sexo y su distribución por frecuencia de comensales será la siguiente:

Frecuencia de comensales/día	Hombres Inodoros	Mujeres Inodoros	comensales/día Inodoros	Urinarios	Lavatorios
Menos de 60	1	1	1	1	1
De 61 a 150 (*)	2	2	2	2	2
Por cada 100 adicionales	1	1	1	1	1

(*) Los establecimientos en este rango de frecuencia de comensales deben adicionar un servicio higiénico para minusválidos.

En forma permanente debe dotarse de provisión de papel higiénico y de recipientes de material resistente al lavado continuo, con bolsas internas de plástico, para facilitar la recolección de los residuos.

Los lavatorios deben estar provistos de dispensadores con jabón líquido o similar y medios higiénicos para secarse las manos como toallas desechables o secadores

automáticos de aire caliente. Si se usaran toallas desechables, habrá cerca del lavatorio un número suficiente de dispositivos de distribución y recipientes para su eliminación. Deben colocarse avisos que promuevan el lavado de manos.

El sistema de ventilación de los servicios higiénicos natural o artificial, debe permitir la eliminación de los olores hacia el exterior del establecimiento.

MEDIDAS DE SANEAMIENTO

- Limpieza y Desinfección del Establecimiento

Los establecimientos deben contar con un Programa de Higiene y Saneamiento en el cual se incluyan los procedimientos de limpieza y desinfección para satisfacer las necesidades del tipo de servicio que se ofrece, utilizando productos autorizados por el Ministerio de Salud.

Los detergentes que se utilicen deben eliminar la suciedad de las superficies, manteniéndola en suspensión para su fácil eliminación y, tener buenas propiedades de enjuague. Deben ser compatibles con otros productos desinfectantes empleados en el Programa de Higiene y Saneamiento y no ser corrosivos.

- Prácticas de Limpieza y Desinfección

Inmediatamente después de terminar la jornada de trabajo o cuantas veces sea necesario, los pisos deben limpiarse minuciosamente y desinfectarse, incluidos los desagües.

Los vestuarios y servicios higiénicos deben mantenerse limpios en todo momento.

Debe disponerse de áreas o compartimentos para el almacenamiento de los implementos de aseo y sustancias utilizadas para la limpieza, tales como escobas, escobillas, detergentes, etc., los cuales deben mantenerse y almacenarse de forma que no contaminen los alimentos, los utensilios, el equipo o la ropa.

Después de la limpieza, en el procedimiento de secado debe utilizarse materiales absorbentes.

- De las Plagas y Animales

Los establecimientos deben conservarse libres de roedores e insectos. Para impedir su ingreso desde los colectores, en las cajas y buzones de inspección de las redes de desagüe se colocarán tapas metálicas y trampas en su conexión con la red de desagüe.

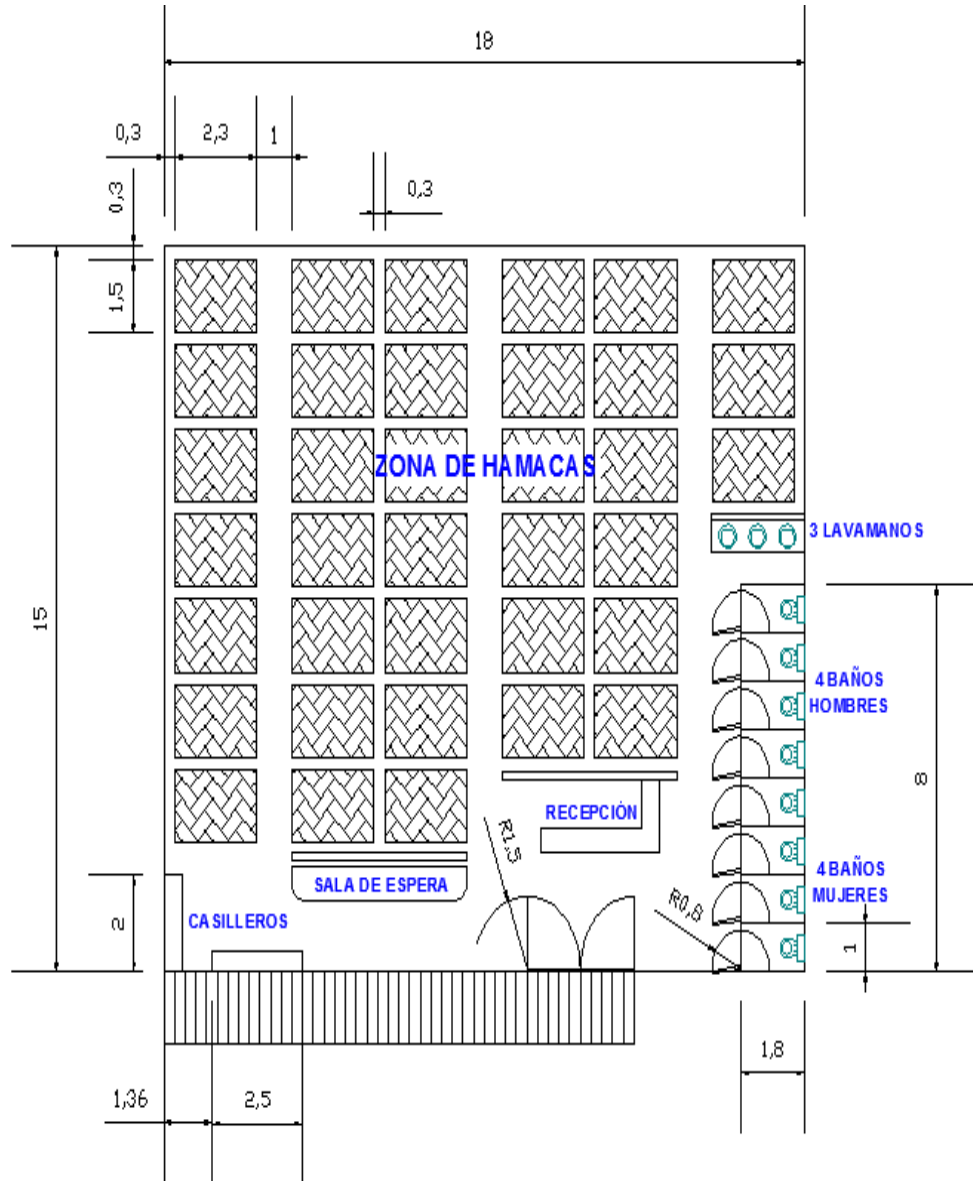
La aplicación de rodenticidas, insecticidas y desinfectantes debe ser realizada por personal capacitado, usando solamente productos autorizados por el Ministerio de Salud y de uso en salud pública.

Queda expresamente prohibida la presencia de cualquier animal en cualquier área del establecimiento.

- Almacenamiento de Plaguicidas y Desinfectantes

Los plaguicidas, desinfectantes u otras sustancias tóxicas que puedan representar un riesgo para la salud, deben estar etiquetados adecuadamente con un rótulo en el que se informe su toxicidad, modo de empleo y medidas a seguir en el caso de intoxicaciones. Estos productos deben almacenarse en lugares separados o armarios cerrados con llave, especialmente destinados para este efecto y sólo serán distribuidos y manipulados por el personal capacitado.

DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL



ÁREAS

- Zona de hamacas
- Recepción
- Sala de espera
- Casilleros
- Baño de hombres
- Baño de mujeres

ESTUDIO FINANCIERO

Por medio de este estudio se presentarán las proyecciones de ventas, gastos y el estado de resultados por semestres hasta finales del año 2016, con el propósito de cuantificar los objetivos de la empresa “REST” y de estimar las necesidades futuras. Este estudio parte de la información obtenida con base en la investigación de mercados realizada previamente.

Cabe resaltar que la proyección de recuperación de cartera no aplica para esta empresa, ya que la misma no contará con ventas a crédito debido a la naturaleza del servicio a prestar; por esta misma razón no se incluye la proyección de producción, consumo de materiales, mano de obra directa y estado de costos.

PROYECCIÓN DE VENTAS

A continuación se presenta la proyección de las ventas para la empresa “REST”, la cual inicia en el segundo semestre del año 2014 hasta finales del 2016, debido a que al momento de calcular las unidades demandadas, se determinó que estas varían según el incremento en el tamaño de la comunidad estudiantil, es decir, de manera semestral. En el primer semestre de operación de la empresa se estima un periodo pre-operativo de un mes, correspondiente a las adecuaciones y reparaciones necesarias para dar inicio a la prestación del servicio, en el cual no se presenta ingreso alguno. Igualmente teniendo en cuenta la etapa de introducción en el mercado y posicionamiento de la empresa, los ingresos para el primer semestre de operación se calculan al 80% de la capacidad locativa de Rest, aumentando 5% semestralmente gracias a la publicidad realizada constantemente.

Es importante señalar que debido a cuestiones de capacidad no se manejará el número de hamacas estimado para la satisfacción plena de la demanda, sino que se iniciará con 36 y de acuerdo a políticas de la empresa se incrementará semestralmente el número de las mismas con base en el porcentaje según el cual aumenta la población de estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira, cuyo valor porcentual se detectó previamente como 2,50% por semestre.

El precio de venta se fijará inicialmente en \$2.400 la hora de utilización del servicio, y se incrementará de forma anual con relación al índice de precios al consumidor IPC.

PERIODO	HORAS A PRESTAR EL SERVICIO	PRECIO DE VENTA	TOTAL VENTAS	VENTAS DE CONTADO	VENTAS A CRÉDITO
2014-2	23040	2400	\$ 55.296.000	\$ 55.296.000	0
2015-1	25092	2471	\$ 61.997.314	\$ 61.997.314	0
2015-2	26568	2471	\$ 65.644.214	\$ 65.644.214	0
2016-1	28044	2540	\$ 71.245.125	\$ 71.245.125	0
2016-2	29520	2540	\$ 74.994.868	\$ 74.994.868	0

Tabla 21 - Proyección de ventas por semestre

PROYECCIÓN DE LOS GASTOS

Los gastos de la empresa “REST” se presentan de manera anual, debido a que los mismos no varían de una forma estrictamente semestral, por ende se proyecta cada gasto en el que incurre la organización hasta el año 2016.

CONCEPTO	2014-2	2015	2016
Recepcionista	\$ 4.684.940	\$ 11.575.549	\$ 11.901.980
Oficios varios	\$ 4.684.940	\$ 11.575.549	\$ 11.901.980
Honorarios contador	\$ 7.200.000	\$ 14.824.800	\$ 15.242.859
Arrendamiento	\$ 24.000.000	\$ 49.416.000	\$ 50.809.531
Servicios públicos	\$ 3.000.000	\$ 6.177.000	\$ 6.351.191
Mantenimiento general	\$ 900.000	\$ 1.853.100	\$ 1.905.357
Seguridad	\$ 540.000	\$ 1.111.860	\$ 1.143.214
Papelería y suministros	\$ 390.000	\$ 803.010	\$ 825.655
Publicidad	\$ 480.000	\$ 988.320	\$ 1.016.191
Gastos por depreciación	\$ 289.404	\$ 578.808	\$ 578.808
TOTALES	\$ 46.169.284	\$ 98.903.996	\$ 101.676.767

Tabla 22 - Proyección de gastos por semestre

ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS REST					
	2014-2	2015-1	2015-2	2016-1	2016-2
Ingreso por Servicios	\$ 55.296.000	\$ 61.997.314	\$ 65.644.214	\$ 71.245.125	\$ 74.994.868
Gastos					
Recepcionista	\$ 4.684.940	\$ 5.787.775	\$ 5.787.775	\$ 5.950.990	\$ 5.950.990
Oficios varios	\$ 4.684.940	\$ 5.787.775	\$ 5.787.775	\$ 5.950.990	\$ 5.950.990
Honorarios contador	\$ 7.200.000	\$ 7.412.400	\$ 7.412.400	\$ 7.621.430	\$ 7.621.430
Arrendamiento	\$ 24.000.000	\$ 24.708.000	\$ 24.708.000	\$ 25.404.766	\$ 25.404.766
Servicios públicos	\$ 3.000.000	\$ 3.088.500	\$ 3.088.500	\$ 3.175.596	\$ 3.175.596
Mantenimiento general	\$ 900.000	\$ 926.550	\$ 926.550	\$ 952.679	\$ 952.679
Seguridad	\$ 540.000	\$ 555.930	\$ 555.930	\$ 571.607	\$ 571.607
Papelería y suministros	\$ 390.000	\$ 401.505	\$ 401.505	\$ 412.827	\$ 412.827
Publicidad	\$ 480.000	\$ 494.160	\$ 494.160	\$ 508.095	\$ 508.095
Gastos por depreciación	\$ 289.404	\$ 289.404	\$ 289.404	\$ 289.404	\$ 289.404
Total Gastos	\$ 46.169.284	\$ 49.451.998	\$ 49.451.998	\$ 50.838.383	\$ 50.838.383
Utilidad antes de Impuesto	\$ 9.126.716	\$ 12.545.315	\$ 16.192.216	\$ 20.406.741	\$ 24.156.485
Impuestos 34%	\$ 3.103.084	\$ 4.265.407	\$ 5.505.354	\$ 6.938.292	\$ 8.213.205
UTILIDAD NETA	\$ 6.023.633	\$ 8.279.908	\$ 10.686.863	\$ 13.468.449	\$ 15.943.280

Tabla 23 - Estado de resultados para los próximos cinco semestres

No se estiman gastos por intereses, ya que la inversión inicial es depositada por los socios, y no es necesario acceder a préstamos mediante entidades financieras. Como se evidencia en el Estado de resultados, el proyecto muestra un monto positivo a final de cada semestre, el cual corresponde a la utilidad neta.



Gráfica 12 - Estado de resultados para los próximos cinco semestres

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Con el fin de determinar la viabilidad del proyecto de la creación de un módulo de descanso para los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira matriculados en la jornada diurna de modalidad presencial, se realizará un estudio financiero teniendo en cuenta criterios como la tasa interna de retorno (TIR), la cual permitirá identificar y evaluar de manera clara la eficacia de la inversión requerida para el desarrollo de la empresa “REST”; así mismo se analizará el valor presente neto (VPN), método que hará posible establecer si el proyecto cumple con el objetivo financiero, que implica la maximización del dinero destinado a la inversión.

FLUJO DE CAJA LIBRE

A continuación se relacionará el flujo de efectivo disponible con el cual contará Rest en sus primeros 5 semestres de operación:

FLUJO DE CAJA LIBRE						
	SEMESTRE 0	2014-2	2015-1	2015-2	2016-1	2016-2
UAI	\$ -	\$ 9.126.716	\$ 12.545.315	\$ 16.192.216	\$ 20.406.741	\$ 24.156.485
Depreciaciones	\$ -	\$ 289.404	\$ 289.404	\$ 289.404	\$ 289.404	\$ 289.404
Provisiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortizaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de Caja Bruto	\$ -	\$ 9.416.120	\$ 12.834.719	\$ 16.481.620	\$ 20.696.145	\$ 24.445.889
Inversión KNT0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión base de Capital	\$ (6.454.800)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de Caja Libre	\$ (6.454.800)	\$ 9.416.120	\$ 12.834.719	\$ 16.481.620	\$ 20.696.145	\$ 24.445.889

Tabla 24 - Flujo de caja libre para los próximos cinco meses

Como era de esperarse el flujo de caja libre para todos los periodos es positivo, ya que contempla la utilidad obtenida en el Estado de Resultados, sumada con las depreciaciones del semestre. Es válido aclarar que para el presente proyecto no aplica el rubro de provisiones y amortizaciones, como tampoco el de Inversión en KNT0, y que para el primer periodo el flujo es negativo, ya que solo se está relacionando la inversión inicial.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

$$TIR = i^+ + \frac{(VPN^+) * (i^+ - i^-)}{VPN^+ + |VPN^-|}$$

$$TIR = 174 \%$$

VALOR PRESENTE NETO (VPN)

$$VPN = F (1+i)^n$$

$$VPN = \$33.039.980$$

De acuerdo a los valores obtenidos de Tasa Interna de Retorno y Valor Presente Neto es importante aclarar que tal como se evidencia en el análisis de estos, el proyecto genera una alta rentabilidad y cumple con la expectativas planteadas al inicio del estudio.

CONCLUSIONES

- Después de analizar los resultados obtenidos mediante la realización del estudio de mercados, implementado con el fin de identificar la aceptación de la propuesta por la población objetivo, se concluye que el 77% de la muestra poblacional cumple con las características del perfil del usuario Rest, ratificando de esta manera la aprobación de los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira matriculados en la jornada diurna de modalidad presencial respecto a la creación de espacios que proporcionen descanso a estudiantes universitarios.
- Como consecuencia del estudio técnico aplicado a la idea de negocio en pro de determinar la ubicación del proyecto mediante la evaluación de variables trascendentales que caractericen las diferentes alternativas planteadas para la ubicación, definidas como: la facilidad de acceso, el flujo de estudiantes, la seguridad, el costo de los servicios públicos y el espacio, se concluye que la mejor opción corresponde a la Calle 14 Carrera 29 Esquina (Antiguo Minga) en la ciudad de Pereira, Risaralda, ya que cumple con las condiciones estipuladas por el grupo investigador; en lo que respecta a la inversión necesaria para el desarrollo de la idea de negocio, se concluye que el monto que se debe

disponer para dar inicio al proyecto corresponde a \$6.454.800 (Seis millones cuatrocientos cincuenta y cuatro mil ochocientos pesos MCTE)

- De acuerdo al análisis de los resultados obtenidos por el estudio financiero en lo concerniente a la viabilidad del proyecto de la creación de un módulo de descanso para los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira matriculados en la jornada diurna de modalidad presencial, basado en la evaluación dos criterios fundamentales: La tasa interna de retorno (TIR) y El valor presente neto (VPN), con el fin de determinar la eficacia de la inversión y el cumplimiento del objetivo financiero se concluye que el proyecto genera una alta rentabilidad y cumple con la expectativas planteadas al inicio del estudio.
- En lo que respecta a las implicaciones legales que trae consigo el proyecto, debe tenerse en cuenta el cumplimiento de diversos requisitos estipulados por las entidades que ejercen control a través de la verificación de la minuta de constitución, escritura pública, certificado de existencia de la empresa, cámara y comercio, registro mercantil, certificado de existencia y representación legal, registro único tributario, apertura de cuenta de ahorros y manejo de parafiscales, como también los organismos de control de la normatividad de higiene y salubridad.

RECOMENDACIONES

- El estudio metodológico y de mercados elaborado en el presente proyecto define como población objetivo a los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira matriculados en la jornada diurna de modalidad presencial. Se considera importante para las proyecciones y expansión del proyecto que se continúe con dichos estudios para abarcar toda la comunidad estudiantil universitaria del eje cafetero.
- Es evidente según las conclusiones del proyecto que la idea de negocio desarrollada es viable y factible, sin embargo no debe olvidarse que semestralmente la oferta del servicio debe aumentar debido a que la población objetivo presenta incrementos en las unidades demandadas.
- El proyecto parte de la idea de la creación de espacios que proporcionen descanso a estudiantes universitarios, posteriormente se podría evaluar la posibilidad de brindar nuevos ambientes que ofrezcan al cliente alternativas diferentes de relajamiento, entre las cuales se podría destacar la inauguración de un café o centro de bebidas.

- Es de vital importancia que la estética y presentación del lugar en el que se desarrollará el proyecto siempre inspire y transmita tranquilidad e higiene, por este motivo no se puede descuidar diariamente el proceso de mantenimiento y limpieza de las instalaciones y equipos

BIBLIOGRAFÍA

- BERNAL T, Cesar Augusto. Metodología de la investigación para administración y economía. Prentice Hall, 1999.
- BORNET, Ramón y GARROTE, Antonieta. Higiene del sueño: la importancia de un buen descanso. El Farmacéutico, 2012.
- FERNANDEZ, Manuel y RUIZ, Jorge. Los jóvenes y la creación de empresas. Instituto Andaluz de La Juventud, 2006.
- GARCÍA, Bianor. Análisis Financiero, Costos y Presupuestos, Universidad Simón Bolívar, Medellín, 1978.
- GOMEZ, Liyis; MARTINEZ, Joselín y ARZUZA, María. Pensamiento y gestión. Política pública y creación de empresas en Colombia, Ediciones Uninorte, 1996.
- JOHNSON, Gerry. Dirección estratégica. Análisis de la estrategia de las Organizaciones, Prentice Hall. 1997.

- Ley 1014 de 2006, Artículo 2. “Objeto de la ley”.
- MAQUEDA, Javier y LLAGUNO José Ignacio. Marketing Estratégico Para Empresas de Servicios. Ediciones Díaz de Santos S.A, 1995.
- MARTINEZ, Valentín. La buena educación. Martinez, Valentín (2007) La buena educación, Anthropos Editorial, Barcelona, 2007.
- Proyecto de Acto Legislativo 01 de 1990, Artículo 1, “Por el cual se reforma el artículo 58 de la constitución política”. p. 235.
- SANZ, Elena. En las hamacas se duerme mejor, 2011.
- Título XII, Capítulo 1, Artículo 33 de la Constitución Política de Colombia, “Del régimen económico y de la hacienda pública”. p. 168.
- VALDIVIA, Sergio. Tener un buen dormir fomenta la memoria, 2008.
- VILDOSO, Virgilio. Influencia de los hábitos de estudio y la autoestima en el rendimiento académico de los estudiantes de la Escuela Profesional de Agronomía de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Lima, 2003.

ANEXOS

ANEXO A. Formato de la encuesta

DISEÑO DE LA ENCUESTA

La presente encuesta se realiza para el desarrollo de un trabajo de grado de estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial.

1. Facultad a la que pertenece:

2. Género:

Masculino ___

Femenino ___

3. Edad: ___

4. Vive usted cerca de la Universidad Tecnológica de Pereira?

Si ___ (Se da por terminada la encuesta)

No ___

5. Cuantas horas pasa usted aproximadamente en el campus al día? ___

6. Se ha visto usted en la obligación de tomar una siesta en el campus (En qué lugar?)

Si ___ No ___

Lugar: _____

7. Tiene usted horas libres entre clases?

Si ___

No ___

8. Acudiría usted a un lugar especialmente diseñado para el descanso entre clases?

Si ___

No ___ (Se da por terminada la encuesta)

9. Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por permanecer una hora en un ambiente en el cual pueda descansar en su tiempo libre recuperando sus horas de sueño?

\$ _____

10. Con que frecuencia utilizaría el servicio por hora?

Menos de una vez al mes ___

Una vez al mes ___

Cada dos semanas ___

Tres veces por semana ___

Dos veces por semana ___

Una vez a la semana ___