



**DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DEL
BIOPARQUE TROPICAL HÚMEDO EN EL MAGDALENA MEDIO
SANTANDEREANO “ARBOETUM”**

**MARIA DE LOS ÁNGELES CUTA PÉREZ
1972389**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍAS FÍSICO MECÁNICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
BUCARAMANGA
2008**



**DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DEL
BIOPARQUE TROPICAL HÚMEDO EN EL MAGDALENA MEDIO
SANTANDEREANO “ARBORETUM”**

**MARIA DE LOS ÁNGELES CUTA PÉREZ
1972389**

**Trabajo de grado para optar al título de
INGENIERO INDUSTRIAL**

**DIRECTOR
Ing. Walter Pardave**

**CODIRECTOR
Ing. Erwin Darío Valderrama Franco.
Coordinador de Gerencia delegada del proyecto.**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍAS FÍSICO-MECÁNICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
BUCARAMANGA
2008**



*A Dios, a mis padres Jacinto y Beatriz
por su Confianza y apoyo incondicional,
por creer en mí una persona
capaz de lograr mis metas*

*A mis hermanos Janeth y Alexander
por su ejemplo*

*A mi esposo Freiner José
por ser mi fuerza, y mi compañía,
por su amor y ternura*

*A mis amigos y de más personas que
estuvieron a mi lado en la lucha de lograr
las metas propuestas en la vida*



AGRADECIMIENTOS

El autor expresa su agradecimiento a:

A Bosques y Viveros y a la Junta Directiva por darme la oportunidad de poder realizar mi trabajo de grado con satisfacción.

Agradezco la colaboración al Doctor Evelio Díaz, Gerente de Bosques Y viveros por su ayuda en el desarrollo del proyecto

Al Ingeniero Industrial Edwin Darío Valderrama Coordinador de gerencia Delegada de Bosques y Viveros por su colaboración, apoyo incondicional, experiencia y dedicación en el desarrollo de este trabajo de grado.

Al Ingeniero Walter Pardave Director del proyecto, por su colaboración y confianza.

Finalmente a todo el grupo de investigación de Bosques y Viveros por ser parte activa en el desarrollo de este trabajo de grado

Gracias a todos.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	14
1. ESPECIFICACIONES DEL PROYECTO	16
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.4 ALCANCE	18
2. DESCRIPCIÓN DEL BIOPARQUE DEL BOSQUE TROPICAL HÚMEDO	19
2.1 GENERALIDADES	19
2.2 IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES DE ÉXITO DE ARBORETUM	20
2.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	21
2.3.1 MISIÓN.	21
2.3.2 VISIÓN	22
3. ANÁLISIS DOFA “ARBORETUM”	23
3.1 MATRIZ DOFA	23
4. PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO BOSQUE TROPICAL HÚMEDO LA LIZAMA, ARBORETUM.	26
4.1 RAZONES PARA QUE LAS PERSONAS OPTEN POR EL ECOTURISMO	32
4.2 ENTIDADES DE APOYO A ESTA LABOR	33
4.3 PRECIOS	35
4.4 PRECIOS DE PAQUETES DE TURISMO ECOLÓGICO EN COLOMBIA	36
4.5 PERFIL DE LOS VISITANTES	42
4.5.1 Perfil de los turistas internacionales.	42
4.5.2 Perfil del turista actual Colombiano.	48
4.6 FORMULACIÓN DE ENCUESTAS	48
4.6.1 Tipo de preguntas.	48
4.6.2 Tamaño de la muestra.	49
4.6.3 Trabajo de Campo	52
4.6.4 Resultados obtenidos del estudio.	53
5. MANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL BIOPARQUE DEL BOSQUE TROPICAL HÚMEDO ARBORETUM	64
5.1 POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	64
5.1.1 Ética Empresarial.	66
5.1.2 Ambiente laboral.	66
5.1.3. Mercadeo responsable.	68
5.1.4. Medio Ambiente.	69
5.1.5 Desarrollo con la comunidad.	72
5.2 MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL.	74
5.3 BUENAS PRÁCTICAS SOCIOCULTURALES PARA LA SOSTENIBILIDAD	74
5.4 BALANCE DE SOSTENIBILIDAD EN UNA POLÍTICA SOCIAL	76
5.5 MAPA ESTRATÉGICO DEL BIOPARQUE ARBORETUM	76
5.6 INDICADORES DE GESTIÓN BASADO EN LINEAMIENTOS DE LA RSE	76
6. PLAN ESTRATÉGICO DE RECURSOS FINANCIEROS DIRIGIDOS A ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS	77
6.1 OBSERVACIONES GENERALES DEL ÁREA FINANCIERA.	77

6.2. FUENTES DE INGRESOS Y FINANCIAMIENTO BIOPARQUE TROPICAL HÚMEDO LIZAMA.	78
6.2.1 Fuentes de ingresos.	78
6.3 PLAN DE ACCIÓN.	79
6.3.1 Inversiones.	79
6.3.2 Requerimientos Financieros.	80
6.3.3 Insumos.	80
6.3.4 Costos.	80
6.3.5 Egresos.	81
6.3.6 Capital de trabajo.	81
6.3.7 Costos y gastos.	81
6.3.8 Ingresos.	81
7. FUENTES DE INGRESOS DEL BIOPARQUE DEL BOSQUE TROPICAL HÚMEDO	83
7.1 Fuente de ingresos por ecoturismo	83
7.2 Fuente de ingresos por servicios ambientales.	84
7.2.1 Fuente de ingresos por venta de servicios ambientales dosis personal de co2.	84
7.2.2 Bono forestal.	86
7.2.3 Rincón ecológico	86
7.3 FUENTE DE FINANCIAMIENTO COMO ENTIDAD DE PRESERVACIÓN DE FAUNA Y FLORA.	87
7.4 ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO	88
7.4.1 Presupuesto de inversión	88
7.5 FUENTES DE FINANCIACIÓN PLANEADA	92
7.5.1 Presupuesto de egresos.	92
7.8 ANÁLISIS FINANCIERO	96
7.8.1 Las necesidades de inversión son las siguientes:	96
7.8.2 El incremento en los ingresos por ventas.	97
7.8.3 La inflación.	97
7.9 FLUJOS DE INGRESOS Y EGRESOS DEL PROYECTO	98
7.9.1 Ingresos por ventas con tasa constante de crecimiento.	98
7.9.2 Ingreso por venta con tasa variable de crecimiento.	99
7.10 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.	100
7.10.1 Estado de resultado.	101
7.10.2 Otro escenario es el estado de resultados con un incremento en ventas.	102
7.11 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO.	104
7.11.1 Flujo de caja	105
7.11.2 Flujo de caja ESCENARIO II.	106
7.12 BALANCE GENERAL PROYECTADO.	108
7.13 CUADRO INGRESOS Y COSTOS POR MES	111
7.13.1 Ingresos y costos por mes	111
7.13.2 INGRESOS Y COSTOS POR MES ESCENARIO II	112
8. CRITERIOS GENERALES DE LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA LA GESTIÓN DE RECURSOS DEL BIOPARQUE	113
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	114
BIBLIOGRAFÍA	116

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Estructura organizacional de Bosques y Viveros S.A.	22
Figura 2. Plan de mercadeo desarrollo turístico	30
Figura 3. Finca las margaritas.	30
Figura 4. Grupos Ambientalistas, colegios, universidades en Finca las Margaritas.	31

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Visitantes internacionales 2003.	47
Gráfica 2. Encuestados totales área metropolitana de Bucaramanga	51
Gráfica 3. Sexo.	54
Gráfica 4. Edad	55
Gráfica 5. Ciudad de Origen	55
Gráfica 6. Sitios de preferencia para ir de vacaciones	56
Gráfica 7. Motivo de viaje.	57
Gráfica 8. Compañeros de viaje.	57
Gráfica 9. Conocimiento del término Ecoturismo.	58
Gráfica 10. Medio de conocimiento.	59
Gráfica 11. Interés de viajes turísticos ecológicos	59
Gráfica 12. Organización viajes.	60
Gráfica 13. Motivo de organización del viaje.	60
Gráfica 14. Interés en conocer planes ecoturísticos.	61
Gráfica 15. Información del plan Ecoturístico.	62
Gráfica 16. Tipo de alojamiento.	62
Gráfica 17. Disposición de pago.	63

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Matriz DOFA.	23
Cuadro 2. Precios de paquetes de turismo ecológico en Colombia.	36
Cuadro 3. Visitantes Internacionales 2003	46
Cuadro 4. Visitantes Nacionales 2007.	50
Cuadro 5. Encuestados totales área Metropolitana de Bucaramanga	51
Cuadro 6. Matriz de impacto social.	75
Cuadro 7. Proyección De Visitas Para La Primera Década.	84
Cuadro 8. Presupuesto de inversión	88
Cuadro 9. Maquinaria y equipos.	89
Cuadro 10. Muebles y enseres.	90
Cuadro 11. Equipos de cómputo y comunicaciones.	90
Cuadro 12. Gastos preoperativos.	91
Cuadro 13. Capital de trabajo.	91
Cuadro 14. Fuentes de financiación planeada.	92
Cuadro 15. Valor mensual Nómina.	93
Cuadro 16. Otros factores que influyen en el flujo de caja del negocio	95
Cuadro 17. Ingresos por año del proyecto.	98
Cuadro 18. Ingreso por ventas mensuales.	99
Cuadro 19. Ingreso por venta con tasa variable de crecimiento.	100
Cuadro 20. Estado de resultados proyectado:	102
Cuadro 21. Estado de resultados con un incremento en ventas.	103
Cuadro 22. Flujo de caja ESCENARIO I.	105
Cuadro 23. Flujo de caja Escenario II.	106
Cuadro 24. Balance general proyectado.	108
Cuadro 25. Balance general proyectado.	109
Cuadro 26. Ingresos y costos por mes.	111
Cuadro 27. Ingresos y costos por mes.	112

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A. ENCUESTA ESTUDIO DE MERCADO PARA EL BIOPARQUE ARBORETUM	118
ANEXO B. PRINCIPIOS Y CRITERIOS FORMULADOS EN EL PROCEDIMIENTO DE APOYO DE BIOCOMERCIO SOSTENIBLE DIRIGIDO POR EL INSTITUTO ALEXANDER VON HUMBOLDT	121
ANEXO C. MANUAL DE BALANCE SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO OIT	125
ANEXO D. MANUAL DE BALANCE SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO OIT.	133
ANEXO E. MAPA ESTRATÉGICO DEL BIOPARQUERO ARBORETUM	134
ANEXO F. INDICADORES DE GESTIÓN BASADA EN LINEAMIENTOS DE LA RSE.	135
ANEXO G. ALGUNAS FUENTES DE FINANCIACIÓN PARA ECOTURISMO	138

RESUMEN

TÍTULO: “DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DEL BIOPARQUE TROPICAL HÚMEDO EN EL MAGDALENA MEDIO SANTANDEREANO ARBORETUM” [♣]

Autor: María de los Ángeles Cuta Pérez ^{♣♣}

Palabras clave

Estudios de mercados, Responsabilidad social empresarial, Fuentes de financiación.

El objetivo fundamental de este proyecto es presentar el Bioparque ARBORETUM a las personas y entidades públicas o privadas, interesadas en apoyar su desarrollo.

BOSQUES Y VIVEROS es una empresa creada con el fin de promover el ecoturismo, la investigación y los deportes de aventura en Santander, la cual cuenta con un grupo logístico interdisciplinario comprometido con el logro de las metas propuestas. De esta manera, se garantiza el éxito del proyecto en el futuro.

Teniendo en cuenta la expectativa de los socios desde que se dio a conocer el proyecto, se realizó un estudio de mercados que demostró la viabilidad del proyecto al momento de tomar decisiones.

Para ARBORETUM es importante tener en cuenta el aspecto social ya que de este depende la garantía de funcionamiento en la zona de influencia. Aquí se tuvieron en cuenta una serie de criterios importantes para poder llevar a cabo el proyecto involucrando a la comunidad local, ofreciendo beneficios ambientales y sociales, oportunidades de negocio, calidad de vida, expectativa de mercado y crecimiento social en la población.

Finalmente es importante destacar el esfuerzo del grupo de trabajo de Bosques y Viveros ya que gracias su buena gestión financiera, es posible obtener fuentes de financiación favorables y atractivos turísticos para los interesados en ser parte de de ARBORETUM.

[♣] Trabajo de Grado

^{♣♣} Facultad de Ingenierías Fisicomecánicas – Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Ing. Walter Pardove.

SUMMARY

TÍTULO: “DESIGN AND IMPLEMENTATION OF TOOLS FOR THE WET TROPICAL BIOPARK ARBORETUM MANAGEMENT IN THE MAGDALENA MEDIO SANTANDEREANO” [♠]

Autor: María de los Ángeles Cuta Pérez ^{♠♠}

Key words

Corporate Social Responsibility, Market research, Sources of Finance.

The primary objective of this project is to present The ARBORETUM BioPark to the people, government entities and private entities, which are interested in sponsoring its development.

BOSQUES Y VIVEROS has been created to promote the Ecotourism, researching and adventure sports in Santander, which have an interdisciplinary and logistics team in charge of achieving the goals. In this way, they can ensure the project's success in the future.

Considering the partners expectations, when the project was released, it was carried a market research out, which proved to be a viable project at time for decision making.

For ARBORETUM is very important considering the social aspect because it will provide a proper operation into the zone of influence. At the same time, it has been considered a number of important aspects to carry out the project involving the local community, providing social and environmental benefits, business opportunities, quality of life, market expectation and social growth in the population.

Finally, it is important to stand out the effort of the work team of Bosques y Viveros for its excellent financial management, making possible to find out viable sources of finance and getting touristic attractions for people interested in being part of ARBORETUM.

[♠] Degree Assignment

^{♠♠} Facultad de Ingenierías Fisicomecánicas – Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Ing. Walter Pardove.

INTRODUCCIÓN

Al pasar de la los tiempos, los países del mundo se han enfocado al desarrollo de los diferentes sectores económicos que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de cada uno de sus habitantes.

Colombia esta localizada estratégicamente como punto intermedio entre América del Norte y América del Sur, siendo un país que posee costas tanto en el Océano Pacífico como en el Atlántico. Esta posición geográfica le permite tener fácil acceso a los mercados norteamericano, europeo, latinoamericano, africano y asiático.

Su ubicación geográfica explica la gran diversidad climática y la abundancia en recursos naturales. De hecho, Colombia posee entre el 14% y el 15% de la biodiversidad del mundo, siendo el cuarto productor de agua mas importante.

Las riquezas naturales, fauna, flora, mares y océanos, pisos térmicos y las diferentes regiones y culturas existentes en el país, hacen de Colombia un destino atractivo para cualquier persona. Sin lugar a dudas, es un privilegio poder ser parte de este contraste natural y cultural.

A pesar de los problemas de orden público, los cuales influyen directamente sobre el desarrollo de la industria del turismo en el país, es importante el hecho de reconocer, valorar y conservar los recursos naturales que hacen de Colombia el país con mayor diversidad por hectárea del mundo, realidad que todos deben tener presente.

Es por eso que el **Bioparque del bosque tropical húmedo** un proyecto que proporciona una respuesta a las necesidades de recreación y capacitación de las personas entre 8 y 70 años a nivel nacional, y la necesidad de preservación de la fauna y la flora especial mente de especies del trópico; no puede ser ajena a estos beneficios eco turísticos.

Es por ello que el Diseño de Herramientas para la gestión del bioparque tropical húmedo de este proyecto generará una nueva manera de adquirir mecanismos que dinamicen sus niveles de reconocimiento y posesionamiento del proyecto a nivel nacional e internacional.

Podemos destacar que para el desarrollo de este proyecto, es necesario implementar una serie de herramientas estratégicas que gradualmente van conduciendo a ganar la confianza de los potenciales asistente, al momento de elegir el bosque tropical húmedo como sitio preferido para el ecoturismo, investigación e inversiones personales.

1. ESPECIFICACIONES DEL PROYECTO

1.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar e implementar herramientas de mercadeo ecoturístico, fuentes de financiación y responsabilidad social empresarial, que apoyen la gestión del bioparque tropical húmedo la Lizama en el magdalena medio santandereano.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar un diagnóstico de los recursos técnicos, sociales, naturales y financieros con los que cuenta el Bioparque, con el fin de determinar el mercado objetivo sobre el cual se va a direccionar la estrategia.

Realizar un análisis del mercado potencial del Bioparque, con el fin de diseñar e implementar un plan de mercadeo estratégico para las líneas de ecoturismo, sensibilización ambiental, preservación de especies e investigación estratégica.

Establecer un sistema de indicadores que permitan evaluar la gestión de sostenibilidad y el impacto del bioparque, según los lineamientos de la responsabilidad social empresarial.

Diseñar un plan de gestión de recursos financieros dirigido a entidades públicas, privadas y de cooperación internacional.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En entrevista con el gerente del BOSQUES Y VIVEROS S.A. Doctor EVELIO DÍAZ CRISTANCHO, la participación en reuniones del grupo interdisciplinario de gerencia delegada y la interpretación del plan de formulación del proyecto del parque ARBORETUM, se evidencia que en la región nororiental del país es necesario diseñar escenarios para apoyar el proceso pedagógico de los estudiantes de escolar y bachillerato.

El grupo de gerencia delegada del bioparque es un grupo interdisciplinario y tiene la necesidad de contar con herramientas de gestión de mercados, medición de resultados y evaluación de impacto social, ambiental y económico. La responsabilidad social empresarial del grupo directivo de la empresa BOSQUES Y VIVEROS S.A., tiene el compromiso de contribuir con el desarrollo, el bienestar, y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general.

La demanda de ecoturistas que buscan un espacio de concentración, para disfrutar de la naturaleza es creciente a nivel nacional y especialmente a nivel internacional, y el departamento de Santander presenta un alto potencial para prestar servicios de turismo, en la actualidad se adelantan programas con entidades públicas, privadas y gremios para mejorar la industria del turismo.

Además, existe la necesidad de establecer espacios naturales a los estudiantes universitarios para desarrollar investigación de especies de fauna y flora del bosque tropical húmedo.

Colombia cuenta con una extensión cubierta de bosques que representa entre el 47,31% y el 56% de la extensión continental del país. Sin embargo, esta no participa en el desarrollo económico y social del país (Proyecto de ley 099/02 – “Ley Forestal”). En la región nororiental del país, no existen un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental.

1.4 ALCANCE

El alcance de esta práctica empresarial, es desarrollar e implementar herramientas de gestión para la gerencia del bioparque del bosque tropical húmedo en la Lizama; el fin de este proyecto es entregar instrumentos para direccionar las acciones hacia los objetivos planeados por BOSQUES Y VIVEROS S.A. para el desarrollo de un bioparque.

Formulación y puesta en marcha de un plan mercadeo, Plan de gestión de recursos y herramientas de evaluación de impacto en el marco de la responsabilidad social empresarial.

2. DESCRIPCIÓN DEL BIOPARQUE DEL BOSQUE TROPICAL HÚMEDO

2.1 GENERALIDADES

“El ecoturismo es una de las actividades en las cuales se hace más viable la implantación de modelos de desarrollo sostenible; a través de él se ofrece al visitante la posibilidad de disfrutar de la oferta ambiental de un área geográfica, representada ya sea en su diversidad biológica (número total de especies) o ecosistémica (características geológicas o geomorfológicas) o en sus paisajes y acervo cultural, a cambio de una retribución (manifiesta en términos de ingresos) que benefician, en primera instancia, a las comunidades que viven en las zonas de influencia de las áreas protegidas o de cualquier otra área natural con atractivos para los visitantes.”¹

Un Bioparque Temático, es aquel que además de brindar el hospedaje tradicional suma una ambientación tropical y actividades relacionadas como paseos por senderos peatonales, paseos a caballo, conociendo y disfrutando de las bellezas naturales del lugar, ofreciendo conocimiento directo sobre la flora y la fauna del bosque tropical húmedo.

El concepto empresarial que se pretende aplicar en Arboretum, es el de desarrollar un bioparque temático referido al bosque tropical brindándole al cliente

¹ Política para el desarrollo del Ecoturismo. Ministerio de comercio, industria y turismo. Capítulo 1, Pág. 15.

un lugar único donde pueda encontrar alojamiento, entretenimiento y cultura. La estrategia genérica es la de capturar turistas nacionales y extranjeros amantes de la naturaleza y la aventura; dada la localización del bioparque en zona tropical asequible y su diferenciación por estar ambientado con la fauna y la flora tropical, a los efectos de crear valor para el mismo.

Las características principales del Bioparque Arboretum son:

- Características arquitectónicas de la zona social, administrativa y recreativa en concordancia con el lugar, pero con la calidad y el servicio que se espera en un hotel de lujo.
- Servicio de logística para investigadores.
- Un precio razonable, tanto en las actividades recreativas, pedagógicas como de hospedaje.
- Ambientación temática desde la recepción hasta cada uno de los senderos y las cabañas o habitaciones.
- Un programa acorde con el tiempo de estadía que le permita un mínimo de enriquecimiento cultural y vacacional.
- Actividades cognitivas acorde con el interés de cada grupo o individuo.

2.2 IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES DE ÉXITO DE ARBORETUM

Las variables que favorecerán el éxito del Bioparque son las siguientes:

- Seguridad de orden público en la zona.
- Eficiencia de la gerencia del proyecto para cumplir la planeación general del proyecto en tiempo y costo.

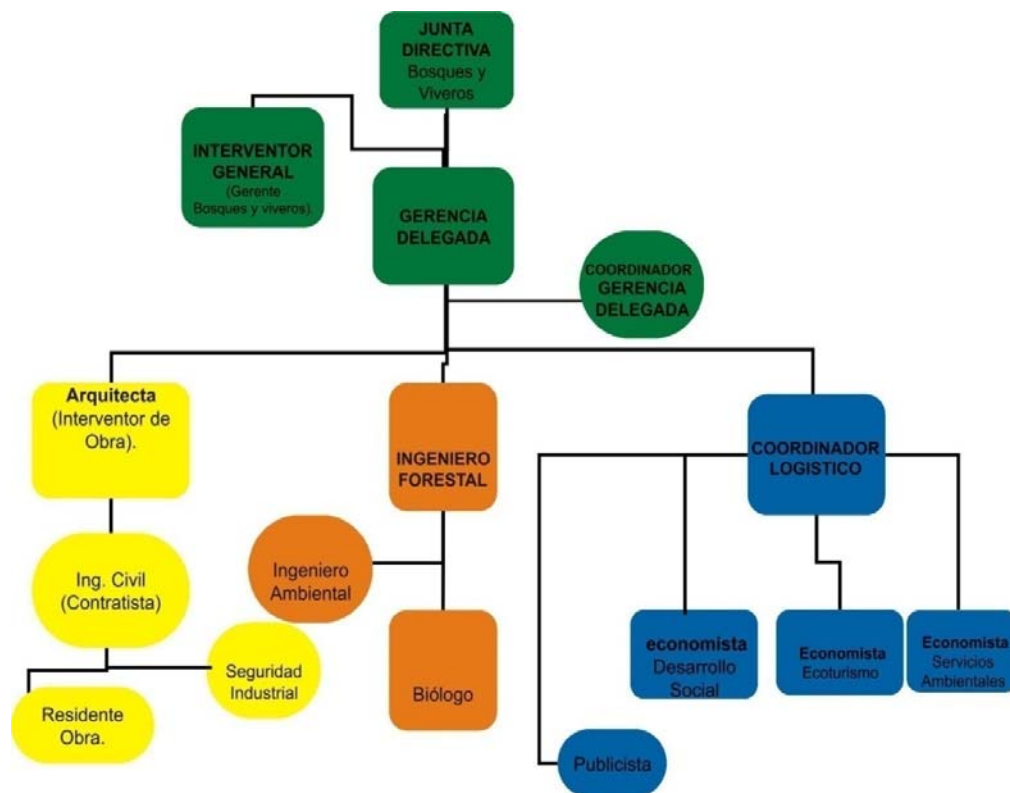
- Eficacia en el proceso de interventora general del proyecto.
- La protección de la biodiversidad.
- El equilibrio del ecosistema en el área en el proceso de contracción de la obra civil.
- El aseguramiento de la seguridad industrial del personal que labora en la obra.
- La eficacia en la implementación de un programa de socialización del proyecto ARBORETUM con la comunidad que vive o es propietaria de la zona aledaña al parque tropical húmedo.
- Gestión oportuna de recursos para inversión para garantizar la continuidad en las compras de materiales directos e indirectos.
- Gestión adecuada del talento humano, definición clara de perfiles, reclutamiento, inducción y capacitación adecuada para el personal que laborará en la ejecución del proyecto ARBORETUM.
- Diseño e implementación de un portafolio de servicios claro, preciso y atractivo.
- Eficacia en el desarrollo de la estrategia eco comercial, que la definirá rotundamente la fauna, flora, topografía e ideografía predominante en el lugar delimitado para el BIOPARQUE ARBORETRUM.
- Capacidad de eco transformación a un lugar agradable para personas (eco turistas), por parte del equipo de planeación eco turística y la gestión financiera del proyecto.

2.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

2.3.1 MISIÓN. “El Bioparque del Bosque Tropical Húmedo en la Lizama, como institución de servicios ambientales y de uso sostenible de los recursos naturales y la biodiversidad, se compromete a satisfacer las necesidades de los clientes y a la

preservación de especies de flora y fauna del trópico húmedo, así como a los habitantes del nororiente santandereano, generando programas orientados a la participación de la comunidad en general.

Figura 1. Estructura organizacional de Bosques y Viveros S.A.



Fuente: Bosques y Viveros S.A.

2.3.2 VISIÓN. “Para el año 2010, el Bosque tropical húmedo la Lizama proyectará liderazgo en mercados verdes y biocomercio sostenible, a nivel nacional e internacional, ofreciendo servicios ambientales y productos no maderables acorde con las necesidades de desarrollo social, económico y ambiental.”

3. ANÁLISIS DOFA “ARBORETUM”

3.1 MATRIZ DOFA

Es una herramienta que permite analizar la interacción entre las características particulares de ARBORETUM y el entorno en el cual compete.

Las fortalezas y debilidades son los factores internos del BIOPARQUE, los cuales deben compararse de manera objetiva y realista con la competencia, las oportunidades y amenazas claves del entorno (Factores externos).

Fortalezas: son las ventajas competitivas propias de ARBORETUM, las cuales generan beneficios a la organización y su entorno.

Debilidades: Son desventajas competitivas que se presentan cuando no se implementan estrategias generadoras de valor o mejoras internas en la atención y/o en la producción de bienes o servicios.

Oportunidades: Son condiciones favorables en el entorno que podrían generar beneficios al tomar iniciativas sobre ellas en el modo adecuado.

Amenazas: Son barreras que pueden impedir que el proyecto se lleve a cabo.

Cuadro 1. Matriz DOFA.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Concepto nuevo y de alto valor agregado. 2. Ubicación geográfica privilegiada. 3. Diferenciación de producto único en su categoría. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Costos de inversión inmediata y tasa de retorno a mediano plazo. 2. En el registro nacional de Agencias de Viajes y Operadores Turísticos, no están identificados el tipo de

<ol style="list-style-type: none"> 4. Alianzas estratégicas para la comercialización con operadores turísticos, con colegios, universidades y otros centros de investigación. 5. Tener un registro de todas las Agencias de Viajes y Operadores Turísticos calificados 6. La existencia de empresas que prestan servicios de transporte aéreo, y terrestre, para acceder a todos los atractivos para realizar ecoturismo en Santander. 7. Proyectos del gobierno nacional, como las caravanas de “Vive Colombia viaja por ella” que promueven la seguridad de nuestro país dando confianza a nuestros turistas. 8. Imitar una estrategia utilizada a nivel mundial, promocionar el Ecoturismo en los Santanderes sin violar las medidas de conservación estipuladas para cada parque y sensibilizando a los visitantes. 9. Que los Hoteles, Agencias, Operadores y Servicios de transporte trabajen en conjunto para ofrecer a los visitantes planes ecoturísticos de alta calidad en la región 10. Que el gobierno ofrezca seguridad 	<p>turismo que cada uno maneja (turismo convencional, ecoturismo, turismo de aventura, etc.).</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Las Agencias y Operadores que ofrecen planes ecoturísticos difieren muchas veces en el concepto de ecoturismo que manejan, siendo errado en múltiples casos. 4. La imagen de país violento que tenemos frente al mundo entero.
--	--

<p>en temporadas altas, para dar confianza a los visitantes en las zonas ecoturísticas de Santander.</p>	
<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado en crecimiento y evolución constante a nivel nacional e internacional. 2. Tipo de cambio favorable para los turistas extranjeros. 3. Competencia inexistente respecto a la tipología del negocio. 4. Gran interés y aceptación de la cultura de protección y conocimiento de la flora y la fauna silvestre tropical 5. Fomento y apoyo de emprendimientos turísticos por parte del Gobierno para Santander 6. Diversidad biológica de la zona frente a casi todo el país. 7. No existe una promoción masiva de planes ecoturísticos en Santander. 8. El creciente interés en el ecoturismo y turismo de aventura manifestado, últimamente por los Colombianos hacia Santander. 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Los problemas de orden público permiten visitar solo una minoría de los sitios atractivos en el Departamento. 4. Posible entrada al mercado de competidores. 4. Incertidumbre Macro-Económica del país. 4. Incertidumbre política.

Fuente: Elaborado por la autora

4. PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO BOSQUE TROPICAL HÚMEDO LA LIZAMA, ARBORETUM.

Con el trasegar de los años, las áreas de Mercadeo han desarrollado un aumento sostenido en la relevante importancia que brinda dentro del marco de la globalización. Esta poderosa área implica acción para conquistar los mercados y permitir avanzar estratégicamente para alcanzar el éxito empresarial en un mundo colmado de exigencias competitivas.

Siendo el Bioparque del bosque tropical húmedo un proyecto que proporciona una respuesta a las necesidades de recreación y capacitación de las personas entre 8 y 70 años a nivel nacional, y la necesidad de preservación de la fauna y la flora especialmente de especies del trópico; no puede ser ajena a estos beneficios que ofrece la adecuada gestión de los sistemas de Mercados. Es por ello que el Diseño de un Plan Estratégico de Mercadeo para este proyecto generará una nueva manera de adquirir mecanismos que dinamicen sus niveles de reconocimiento y posesionamiento del proyecto a nivel nacional e internacional.

Es preciso destacar, que para la realización y el desarrollo de este plan de mercadeo, es necesario implementar una serie de estrategias que gradualmente van conduciendo a ganar la confianza de los potenciales asistentes, al momento de elegir el bosque tropical húmedo como sitio preferido para el ecoturismo, investigación e inversiones personales.

Cuando se plantea como prioridad impulsar el turismo, se hace necesario formular un plan estratégico de largo plazo, que sea la referencia para todas sus

actuaciones en un ámbito temporal y que establezca las bases y actuación futura. (Normalmente se plantea a 5 años).

Teniendo en cuenta los diferentes problemas que aquejan al país en la actualidad, como la violencia, el desempleo, la desigualdad, el problema institucional, y demás problemas, que afectan directamente en el desarrollo de la industria del turismo en Colombia.

El no poder viajar con tranquilidad por las carreteras del país, por temor a un secuestro, o la impotencia del no poder viajar de los turistas extranjeros a causa de la imagen de Colombia en el exterior, han sido algunos de los problemas específicos.

A pesar de la situación, las cosas han ido mejorando y con el apoyo del programa de las Caravanas Vive Colombia, viajar por ella se ha convertido en un medio impulsor de la reactivación de los destinos turísticos del país. Para ello las diferentes entidades o personas que conforman el sector turístico, han hecho grandes esfuerzos para la reactivación y sostenimiento de éste. De igual manera la colaboración del gobierno a través del fortalecimiento de la fuerza pública y de programas promocionales que incitan a los turistas a conocer las bellezas del país, ha sido un gran apoyo para el sector.

Teniendo definido el marco de un plan de mercadeo, a partir del proceso siguiente, hay que considerar el doble trabajo técnico a realizar para que este crecimiento turístico sea sólido y sostenible.

Para llevar a cabo el estudio de mercado se hizo un inventario de los recursos existentes en el Bioparque. Se tomo en cuenta la opinión de los ambientalistas que han visitado la zona. Se concluyo que los turistas esperan de Arboretum un espacio en el cual se puedan olvidadas de los problemas y obligaciones, el interés es disfrutar del paisaje y sus atractivos. Actualmente Arboretum cuenta con senderos delimitados, el levantamiento de planos, un vivero en el cual se siembra gran cantidad de plantas para la venta, agua, luz, zona para camping y gran parte de la zona reforestada. Se tiene previsto construir un cable aéreo que atraviesa la zona y un hotel para comodidad de los turistas entre otros. La recuperación de la fauna y flora es una de las fortalezas y compromiso que tiene Arboretum con la zona. Definimos los recursos como el conjunto de atractivos ecoturísticos naturales, culturales y de investigación que podemos encontrar en el bioparque, diseñados y conservados para el beneficio del turista.

El segundo inventario a tener en cuenta es el levantamiento de la situación de la infraestructura y servicio como: el transporte, las comunicaciones, la salud, el comercio, alojamientos, restaurante, agencias de viajes, empresas de alquiler de vehículos, servicios de guía entre otras, con el fin de proteger al los visitantes interesados en conocer el Bioparque.

El tercer inventario son las características y las capacidades de las personas que prestan los diferentes servicios generales y específicos del turismo.

Su capacitación y formación profesional de cada uno de los integrantes del proyecto, son el cuarto inventario a tener en cuenta; siendo este el punto clave para el desarrollo de este estudio.

Al agrupar cada uno de estos recursos para el uso y disfrute de los visitantes en general se convierte en **producto**. Un producto ecoturístico es una propuesta de viaje fuera de su residencia habitual estructurada teniendo en cuenta cada uno de los recursos existentes para el servicio turístico como: (transporte, alojamiento, guías de viaje etc.); proponiendo al visitante o investigador un conjunto de actividades como (visitar, investigar, recrear, descansar, comprar, comer, y dormir.) informando una serie de facilidades de (precio, horario de funcionamiento y formas de llegada.) siendo estos atractivos para los posibles turistas y favorable para ARBORETUM.

En una entrevista con el Gente de Bosques y Viveros El Doctor Evelio Díaz. “La finca las Margaritas es un espacio natural que pude brindar a la comunidad y al turista en general la oportunidad de conocer, disfrutar, apreciar y estudiar los diferentes escenarios que se presentan en la zona. Es la oportunidad de ser parte de una comunidad ambientalmente responsable preocupada por y el impacto ambiental que ocasiona la industria en el mismo”

Para poder llevar a cabo un proceso de planificación de marketing es necesario promocionar el Bioparque fuera de su localidad siendo este promocionado mediante programas de desarrollo cultural en las diferentes ciudades del país, teniendo en cuenta la participación de eventos escolares, universitarios, vacacionales, ferias, eventos culturales y demás que tengan afinidad con lo que ofrece ARBORETUM. Dirigido al turista potencial o consumidor como, empresarios, grupos ambientalistas y sociales.

Figura 2. Plan de mercadeo desarrollo turístico



Fuente: Tomado y adaptado de “WWW. Consultores de Marketing Systems, SL PLAN INTEGRAL DE MARKETING TURÍSTICO “Barcelona España”.

Figura 3. Finca las margaritas.



Fuente: Foto tomada por Bosques y Viveros finca las margaritas.

Figura 4. Grupos Ambientalistas, colegios, universidades en Finca las Margaritas.

**Estudiantes de colegios
Y universidades**



**Ambientalistas y grupos
sociales**



Fuente: foto tomada por Bosques y Viveros finca las margaritas.

La oferta turística llevada a cabo por el Bioparque se promocionara a través de redes de ventas y/o de comunicación turística. Con el objetivo de lograr un consumo turístico favoreciendo a los visitantes y a sus empleados como tal, ya que gracias a ellos las actividades de (pasear, visitar, comprar, practicar un deporte, investigar) no serian tan fáciles para el turista sin su ayuda.

El bosque tropical húmedo la Lizama planea abrir sus puertas a investigadores de la fauna, flora y todos los temas relacionados con el biocomercio y los mercados verdes.

Busca realizar alianzas estratégicas con universidades para que estas abran centros de investigación en las instalaciones del parque y envíe sus estudiantes a realizar prácticas.

Finalmente ARBORETUM quiere un bienestar equilibrado en el cual nadie resulte lastimado y que sea una oportunidad de desarrollo cultural, económico, y de bienestar de sus habitantes y sus visitantes. En el cual exista intercambio de culturas. Promoviendo el empleo y su desarrollo cultural, mostrando seguridad y tranquilidad a sus visitantes y habitantes. Es decir: iniciar un proceso estratégico para generar más turistas e ingresos a un corto plazo, para mejorar los resultados de los productos actuales y también el escenario y el atractivo de las inversiones necesarios por el bioparque, proyectada a nivel local , regional y nacional.

“El viaje medioambientalmente responsable, a áreas relativamente poco alteradas, para disfrutar y apreciar la naturaleza a la vez que se promueve la conservación, tiene un bajo impacto ambiental y proporciona un beneficio socioeconómico a la población local”²

El plan de mercadeo nos debe permitir poder llegar a definir un posicionamiento de valor que es la mezcla del precio, canales de distribución que al final es una situación de percepción del consumidor.

4.1 RAZONES PARA QUE LAS PERSONAS OPTEN POR EL ECOTURISMO

Según la doctora Mónica Pérez de las Heras en la guía de ecoturismo las razones a tener en cuenta son:

² *Pérez de las Heras, Mónica. La guía del Ecoturismo.*

- La gente aprecia cada vez más los recursos naturales del planeta y quiere verlos por sí misma.
- El público está cansado del turismo tradicional y busca nuevos horizontes.
- Los conservacionistas consideran que es una forma nueva de proteger los recursos, mediante el uso del "desarrollo sostenible".
- Los países de destino - que suelen ser los del Tercer Mundo- ven en el ecoturismo una importante fuente de ingresos que pueden explotar.
- Hay un incremento de conocimiento sobre los lugares nuevos y remotos a través de los medios de comunicación e Internet.
- Hay un aumento de popularidad de los viajes educativos.
- Se ha incrementado el interés por las culturas indígenas.
- En el ámbito internacional surgen ayudas e incentivos para apoyar proyectos interesantes, ambientalmente hablando de turismo.
- Los viajes de ecoturismo se hacen cada vez más baratos, y más asequibles.
- El marketing del ecoturismo se ha hecho muy sofisticado y llega a todas partes atrayendo a los ecos turistas.

4.2 ENTIDADES DE APOYO A ESTA LABOR

- En la entrevista realizada el día 25 de julio del 2007 al diseñador industrial Freddy Ochoa del instituto Alexander Von Humboldt se logro obtener apoyo al proyecto ya que ellos están interesados en ser parte del mismo. Por lo tanto se ha tenido contacto directo con ellos, facilitándonos guías para la elaboración de un plan de negocios para ARBORETUN. De igual manera un plan de aprovechamiento y uso de recursos naturales.

- Se logro entrevista con el economista Fernando Montaña en el ministerio de Comercio Industria Y turismo el día 26 de julio del 2007 en la ciudad de Bogotá en el cual están a la expectativa del proyecto.
- El día 28 de julio del 2007 se realizo una entrevista al Ejecutivo Comercial Julián Andrés Becerra Gómez de Bancoldex (Banco de Comercio exterior de Colombia) de la ciudad de Bogotá y se logro tener una iniciativa de inversión para apoyo del Bioparque.
- Se ha tenido contacto directo con la cámara de Comercio de la ciudad de Bucaramanga en programas turísticos, apoyados por el señor Edgar Vargas
- El día 27 de agosto 2007 se logro contacto con La ambientalista Juliana Niño de Información Turística de la Biblioteca Pública Gabriel Turbia en el cual se propuso ser parte del paquete turístico relacionado con los diferentes centros turísticos cerca de Bucaramanga.
- En la entrevista el día 10 de septiembre con la señora Adriana Maria Fernández de la CMB se obtuvo apoyo y comunicación con José Alberto Peña encargado del proyecto de la provincia de Soto Norte de la ciudad de Bucaramanga, en el cual están interesados en conocer mas de cerca el Bosque Tropical Húmedo la Lizama ARBORETUM, y hacer intercambio de información necesaria para lograr dicho proyecto.

Actualmente se está haciendo gestión para lograr contacto y apoyo con las diferentes entidades relacionadas con el proyecto BOSQUE TROPICAL HÚMEDO LA LIZAMA, ARBORETUM.

- Corporación Nacional de Investigación y Fomento Forestal (CONIF)
- Fondo Mundial Para La Naturaleza (WWF)
- Programa de la ONU Para La Protección De Medio Ambiente (PNUMA)
- Corporación Financiera Internacional.

4.3 PRECIOS

- Se planea ofrecer excursiones didácticas y científicas en el bioparque del bosque tropical húmedo. Valor entrada por persona \$10.000= incluye material didáctico.
- Según cotizaciones realizadas con empresas de transporte en promedio el valor es de \$15.000 ida y regreso para grupos de 15 personas.
- De igual forma el valor del transporte ruta Bucaramanga – La fortuna, es de \$10.000= para personas independientes. El transporte de la fortuna a la finca las margaritas tiene un costo adicional de \$1000=. Para un total de \$11.000= pesos por persona el viaje de ida y \$11.000= pesos por persona el viaje de regreso a Bucaramanga.
- Se planean ofrecer paquetes de ecoturismo formados por el resultado de establecer alianzas estratégicas con centro vacacionales ubicados en la provincia de mares, con el objeto de complementar los servicios de acuerdo a las exigencias del mercado.
- Es importante recalcar que el PETROTURISMO es una actividad económica importante en la provincia de mares. El bioparque busca complementar la ruta de petroturismo junto con la visita a pozos petroleros y el museo del petrolero.

Teniendo en cuenta los riesgos que pueden afectar el desarrollo del proyecto llamados riesgos críticos a tener en cuenta como:

- Alteración o empeoramiento del orden publico en la zona
- Tendencias desfavorables de la industria turística de la zona
- Extensión del tiempo de puesta en marcha del proyecto
- Dificultad en el flujo de ingresos para la inversión
- Caída del interés por el tema ecoturismo.

4.4 PRECIOS DE PAQUETES DE TURISMO ECOLÓGICO EN COLOMBIA

Analizando los precios de otras empresas que ofrecen actividad de ecoturismo a nivel nacional, para tener parámetros de comparación en la defección de tarifas de los servicios del bioparque del bosque tropical húmedo.

Cuadro 2. Precios de paquetes de turismo ecológico en Colombia.

SERVICIO	DESCRIPCIÓN	1 PERSONA
Parque Nacional del Chicamocha En Santander	El nuevo Parque Nacional del Chicamocha es un lugar para no olvidar. Ubicado en las inmediaciones del Cañón del Chicamocha, Santander, este nuevo destino turístico es	Cuánto vale la entrada? El costo de la entrada es. Los adultos pagan \$6000 y los niños \$2000. ¿Cuáles son los Deportes Extremos que puede

	<p>paso obligado de los turistas que transitan diariamente por esa carretera. Conózcalo y déjese llevar por la belleza de los paisajes y la diversión</p>	<p>practicar? Son varios *Parapente: \$170.000 (sólo se practica en horas de la mañana) *Canotaje: desde \$40.000 (según el trayecto escogido) *Cablevuelo: \$15.000 *Cabalgatas: Ocho caballos a disposición, desde \$6500 (según el trayecto escogido) *Caminatas: desde \$20.000 (según el trayecto escogido) Incluye valor de la entrada al parque, kit para el caminante. *Pista para Buggies: \$16.000 para una persona y \$26.000 para dos personas *Jumping (saltarín para niños y adultos: \$7.000)</p> <p>¿Qué opciones gastronómicas encuentra? cabrito chicamocha \$14.000 carne oreada \$9.500 Chatas \$9000 Punta de anca \$12.000, Pollo a la Plancha \$9.500 Filete apanado \$12.500. Gaseosa en lata \$1600 Cerveza \$1500</p>
--	---	---

<p>Parque nacional los nevados</p>	<p>En las estribaciones de la Cordillera Central de Colombia, con una extensión de 58.300 hectáreas compartidas entre los departamentos de Caldas, Risaralda, Quindío y Tolima, se encuentra el Parque Nacional Natural Los Nevados un lugar donde todos pueden cumplir el sueño de jugar con la nieve, sorprenderse con los paisajes andinos en uno de los escenarios naturales más diversos y hermosos de Colombia, contemplar sus fuentes de agua y el verde de sus montañas.</p>	<p>¿Cuánto vale la entrada?</p> <p>Precio de alojamiento con todo el paquete incluido por día.</p> <p>\$ 169.000</p> <p>¿Qué incluye?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Una noche de alojamiento de acuerdo a la acomodación seleccionada. 2. Desayuno y cena. 3. IVA de alimentación. 4. IVA de alojamiento. <p>El precio no incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tiquete aéreo. -Impuestos de tiquete. -Cargo administrativo. -Traslado Manizales - Parque Los Nevados - Manizales. -Guías. -Traslados internos en el Parque Los Nevados. -Tarifa de ingreso al parque. -Gastos personales. <p>Toda reserva confirmada tendrá un plazo de 72 horas para hacer el pago total de la misma, en caso de no pago la reserva se cancelará automáticamente.</p>
---	--	---

<p>Parque nacional Tayrona</p>	<p>Se encuentra en la Costa Atlántica al norte de Colombia, a 34 kilómetros al nororiente de la histórica ciudad de Santa Marta. Es un paisaje de grandes rocas blancas y de senderos que ascienden hacia los vestigios de la cultura Tayrona, habitantes antiguos del lugar.</p>	<p>Traslado desde el aeropuerto mas todo el paquete incluido Por persona \$ 164000</p> <p>INCLUYE:</p> <p>Alojamiento en Posadas San Rafael y/o Posada Méjico.</p> <p>Alimentación de acuerdo al plan seleccionado.</p> <p>Traslado Santa Marta - Posada Turística - Santa Marta.</p> <p>Tarjeta de asistencia médica: ASSIST CARD.</p> <p>CONDICIONES:</p> <p>Precios por persona, de acuerdo al número de noches requeridas.</p> <p>Niños tienen el mismo costo publicado.</p> <p>Valores en dólares americanos.</p> <p>Programa válido hasta el 20 de Dic. 2007</p> <p>En caso de overbooking, el alojamiento corresponderá a la misma calidad de la ofertada.</p> <p>TARIFAS SUJETAS A CAMBIO, SIN PREVIO AVISO.</p>
---------------------------------------	---	--

		<p>NO INCLUYE:</p> <p>Tours opcionales en el Parque tayrona (ver ofertas de opcionales)</p> <p>Gastos no especificados en este plan.</p> <p style="text-align: center;">RECOMENDACIONES GENERALES</p> <p>* Lleve ropa suave, tenis o botas, sombrero y repelente. * Hidrátese durante el camino. * No corra por el camino de piedra. * Hay que salir temprano en la mañana. Entre las 6 a.m. y 8 a.m. * Siempre estaremos con guía y consultando con los funcionarios del Parque. * Lleve ropa para clima caliente y frío. No olvide el repelente, mosquitero, sombrero, impermeable, pastillas purificadoras de agua, líquidos y alimentos ricos energéticos para las jornadas de caminata.</p> <p>* Es recomendable la vacuna de la fiebre amarilla, el no tenerla no es un impedimento para no hacer este tour.</p>
<p>Parque nacional del Café</p>	<p>Visita y recorrido por el museo, cafetales, senderos y otras atracciones en donde observara todo lo pertinente al cultivo, cultura, recolección y comercio del café.</p>	<p>Incluye el paquete por persona por día \$ 145000 PLAN ECOTURISTICO Coctel de bienvenida Gua turístico que lo llevara</p>

	<p>Incluye transporte, guía, entrada.</p>	<p>por. Teleférico del café 1 estación (ilimitado) Teleférico del café 2 estación Tren café estación Armenia Montaña acuática Show de las orquídeas Rueda panorámica Paseo a caballo Almuerzo o comida según deseo del visitante Buggies (una vez)</p> <p>SI DESEA ARMAR SU PASAPORTE CON 5 ATYRACCIONES NO INCLUYE PASEO A CABALO.</p>
<p>Parque nacional de la cultura agropecuaria PANACA</p>	<p>Visita al parque, único e su estilo, con la muestra más completa de la zoología domestica a nivel mundial. Incluye transporte, guía, entrada.</p>	<p>Incluye el paquete por persona por día \$137.000</p>

Fuente: Adaptado por la autora “<http://www.viajeros.com.co>”

4.5 PERFIL DE LOS VISITANTES

4.5.1 Perfil de los turistas internacionales. El ecoturista a nivel mundial. “Como en tantos otros aspectos del ecoturismo se desconocen sus orígenes exactos. Es importante afirmar que ecoturistas ha habido siempre, desde el comienzo de la humanidad, pues desde el momento en que se originaban viajes a lugares naturales, ya se les podía calificar como tales.”³

El término ecoturismo es reciente como tal. Anteriormente se llamaba turismo verde el cual hace referencia principalmente a las personas que visitan áreas naturales protegidas a nivel mundial. El término de turismo verde se utiliza aún, aunque muchos lo conocen ahora como turismo rural.

A nivel mundial existen diversos términos de turismo, como lo son:

- Turismo de aventura: Donde lo que se pretende es la vivencia de una situación especial, de carácter un tanto arriesgado.
- Turismo deportivo: El móvil es la práctica de algún deporte en pleno medio ambiente.
- Agroturismo: lo que se desea es participar en las labores tradicionales de un establecimiento rural.
- Turismo Rural: el conjunto de actividades turísticas que se desarrollan en contacto con la naturaleza, la vida en el campo, en pequeñas poblaciones rurales.

³ Pérez de las Heras, Mónica. La guía del Ecoturismo.

Teniendo en cuenta las diferentes definiciones que se han diseñado a lo largo de los años sobre el ecoturismo muchos de los autores sobre el tema lo han llamado, para disfrutar y apreciar la naturaleza a la vez que se promueve la conservación, tiene un bajo impacto ambiental y proporciona un beneficio socioeconómico a la población local. Teniendo en cuenta cualquier actividad que promueva la relación consciente entre el hombre y la naturaleza, sin alterar el estado del medio ambiente que se visita, generando beneficios económicos y Culturales para la población.”⁴

A pesar de todas las definiciones que han creado, existen a nivel mundial cuatro aspectos fundamentales que son los requisitos básicos para el desarrollo del ecoturismo:

- Máxima satisfacción para el turista.
- Mínimo impacto ambiental negativo.
- Máximo respeto por las culturas locales.
- Máximo beneficio económico para el país.

Concibiendo el ECOTURISMO bajo los cuatro principios anteriores, podemos concluir que todas las personas que han sido ecoturistas alguna vez, son un mercado potencial o lo serán en un futuro.

Kreg Lindberg, en su libro:”Policies for maximizing nature tourism’s ecological and economic benefits” indica la existencia de cuatro tipos diferentes de ecoturistas:

⁴ <http://www.parquesnacionales.gov.co>

- a. Ecoturista ocasional: Aquella persona que realiza un tour ecológico de forma accidental, es decir como un plan complementario a su plan de vacaciones.
- b. Ecoturista de hitos nacionales: Aquel que realiza un plan ecoturístico para salir de la rutina de los viajes habituales, para cambiar de plan o vivir algo diferente.
- c. Ecoturista interesado: La persona que realiza este tipo de viajes por que le gusta disfrutar más de la naturaleza en sus viajes que cualquier otra cosa.
- d. Ecoturista entregado: Investigadores, científicos, estudiosos de la naturaleza o personas con vocación ambiental.

Esta clasificación de ecoturistas a nivel mundial permite ubicar y diferenciar las razones generales por las que una persona se desplaza a realizar actividades de este tipo. Sin embargo, las personas difieren entre gustos y preferencias, y quizás es muy complejo saber exactamente que desea cada uno de los ecoturistas actuales o potenciales.

Se identificaron características o exigencias generales que todo ecoturista desea en sus viajes. “Según Myra Shackley, en su libro “Wildlife Tourism” el ecoturista y mas el ecoturista extranjero hace gala de una serie de exigencias que son las siguientes:

- Ver lo que ha pagado por ver.
- Tranquilidad para disfrutar lo que va a ver.
- Buen Transporte.
- Buena oportunidad para hacer fotos.
- Mucha Información.
- Buenos Guías.

Los gustos y preferencias difieren en gran medida a aspectos culturales y tradiciones. De hecho, en muchos países del mundo las actividades ecoturísticas difieren unas de otras, estos son algunos de los ejemplos y las tendencias que se han encontrado entre los posibles turistas extranjeros:

- El Ecoturista en los Estados Unidos, buscan disfrutar mas del paisaje que de la flora o la fauna.
- El que realiza un safari en África, desea contemplar los grandes mamíferos.
- El que viaja a Latinoamérica busca vivir la experiencia de la selva tropical.
- Los ecoturistas ingleses y alemanes viajan por lo general a lo largo del mundo para observar aves.

“Según estudios realizados en diferentes parques nacionales del mundo, el ecoturista tiene como prioridad la contemplación de animales, cuanto más grandes mejor, o si no, en mayor número y, por supuesto, lo más cerca posible.”⁵

Por otro lado, muchas organizaciones a nivel mundial que trabajan el ecoturismo ha procurado siempre por tener identificado el perfil de los visitantes a las Áreas Naturales. Según “The Ecotourism Society”.⁶

En Colombia Desafortunadamente no se cuenta con estadísticas recientes de los visitantes extranjeros que vienen a Colombia en busca de aventura a visitar los

⁵ Pérez de las Heras, Mónica. La guía del Ecoturismo.

⁶ Ibíd.

parques nacionales, no tenemos claro su perfil y sus necesidades.

Para poder tener una idea clara de los que ellos desean, Se tomo como muestra la llegada de turistas en el 2003, para definir el perfil geográfico de los visitantes actuales.

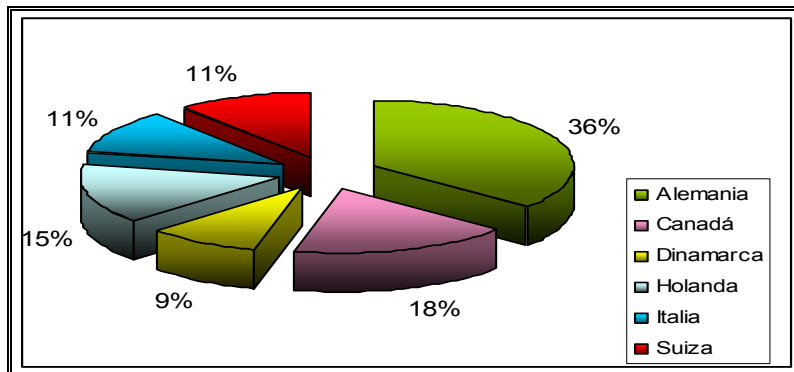
Se pudo identificar el gusto que tiene estos turistas por nuestro país, y se encontró que lo que más desean es el descanso, el contacto directo con la naturaleza, el poder disfrutar de la variedad de clima que Colombia les ofrece.

Cuadro 3. Visitantes Internacionales 2003

PAIS	PORCENTAJE	PERSONAS
Alemania	36%	676
Canadá	18%	338
Dinamarca	9%	170
Holanda	15%	282
Italia	11%	207
Suiza	11%	207
Total	100%	1.880

Fuente: tomado de visitantes internacionales 2003 “DANE”

Gráfica 1. Visitantes internacionales 2003.



Fuente: tomado de visitantes internacionales 2003 DANE.

El cuadro nos muestra el número de visitantes prioritarios siendo estos Alemania Y Canadá, es importante fortalecer este grupo de visitantes, mostrándoles que en Colombia los conflictos de orden público han cambiado y es menos riesgoso visitar el País.

La edad del visitante Internacional esta entre los 23 y 45 años aproximadamente. Podemos destacar que es un grupo de turista es relativamente joven dispuesto a conocer deporte de aventura, investigación, recreación y demás actividades relacionadas con Arboretum.

“Para establecer si el motivo de su traslado de estos turistas a Colombia por el aspecto ecológico se desarrolló encuestas donde el 80% indicó su motivación por áreas naturales y playas; el 20% restante visitan a Colombia por conocer nuevos

destinos turísticos. Los extranjeros optan por viajar con la pareja un 70% y le sigue en un 30% los amigos”⁷

4.5.2 Perfil del turista actual Colombiano. El turista en Colombia es una persona que aprovechando las temporadas altas de Vacaciones (Semana Santa, junio-Julio, Diciembre-Enero, algunos festivos) se desplaza a diferentes lugares del país a pasar unos días de esparcimiento y descanso.

En la encuesta diseñada para el estudio se tuvo en cuenta las siguientes variables:

- a) Motivo de viaje de los Santandereanos
- b) Conocimiento del término Ecoturismo
- c) Interés de planes ecoturísticos
- d) Acompañamiento de los turistas
- e) Disposición de pago entre otros.

4.6 FORMULACIÓN DE ENCUESTAS

4.6.1 Tipo de preguntas. Las preguntas formuladas en la encuesta fueron preguntas abiertas (ver Anexo A). De esta manera se le permitió al entrevistado expresar opiniones sobre el tema. También se formularon preguntas de opción múltiple, (en las que los entrevistados seleccionan 1 o más alternativas de una serie de respuestas que se le muestran) permitiendo agilidad en la entrevista. A sus ves se realizaron preguntas de tipo demográfico como sexo, edad y ciudad de

⁷ Plan de mercadeo, proyecto de acción de ecoturismo, Agosto 2003 DANE.

origen. Esto con el fin de tener información más concisa y exacta de las personas encuestadas.

Para la investigación se tomo un grupo de población para que participaran en el estudio:

- a. Se tuvo en cuenta personas de sexo masculino y femenino mayores de 8 años.
- b. Realizada en Bucaramanga y su área metropolitana, que incluyen los municipios de Floridablanca, Piedecuesta y Girón.

4.6.2 Tamaño de la muestra. Para el cálculo de la muestra se hizo en base de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(p) * (q)}{\left(\frac{e}{Z_{\alpha/2}} \right)^2}$$

Donde:

p = Probabilidad de éxito

q = Definida como (1-p)

e = Error máximo permitido

Z = Valor distribución normal correspondiente a la probabilidad del error

Teniendo en cuenta la población del área metropolitana de la ciudad de Bucaramanga proyectada en el 2006 se muestra en la siguiente tabla.

Cuadro 4. Visitantes Nacionales 2007.

MUNICIPIOS	POBLACIÓN
Bucaramanga	568136
Floridablanca	253568
Girón	117661
Piedecuesta	103014
Total	1042379

Fuente: elaborado por la autora

Para el estudio se utilizó una $p=0.5$ ya que es lo más recomendable para garantizar una muestra significativa de la población total, para los otros valores tenemos un $e=0.05$ y un $z=1.96$ obtenidos de acuerdo al error.

De esta manera se obtuvo una muestra de 384.16 o sea; 384 encuestas.

Para determinar el número de encuestas totales para cada municipio se utilizó la siguiente fórmula:

$$n_j = n * \frac{N_j}{N}$$

Donde:

j = De 1-4 si son municipios

n_j = Tamaño de la muestra para cada municipio

n = Tamaño de la muestra

N_j = Tamaño de la población en el municipio

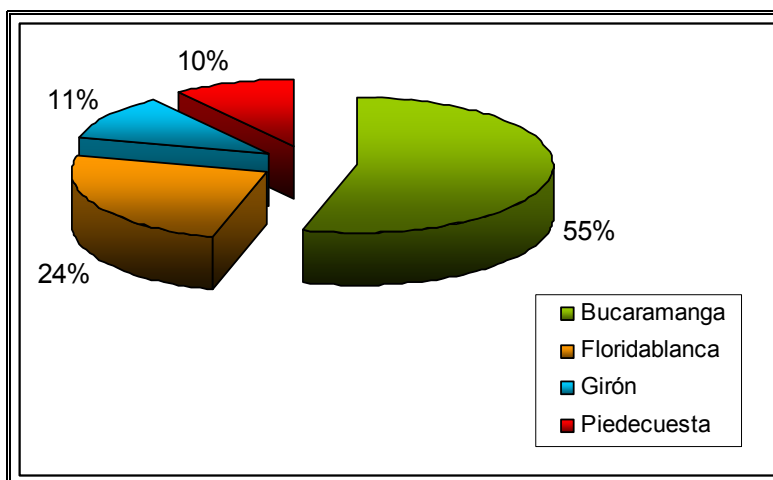
N= Tamaño Total de la población

Cuadro 5. Encuestados totales área Metropolitana de Bucaramanga

MUNICIPIOS	POBLACIÓN	% TOTAL	PERSONAS
Bucaramanga	568136	54.50 %	210
Floridablanca	253568	24.33 %	94
Girón	117661	11.29 %	43
Piedecuesta	103014	9.88 %	38
Total	1042379	100 %	385

Fuente: elaborado por la autora

Gráfica 2. Encuestados totales área metropolitana de Bucaramanga



Fuente: elaborado por la autora

Teniendo el total de encuestas se llevará a cabo el trabajo de campo.

4.6.3 Trabajo de Campo

❖ Selección de los encuestadores

El equipo que realizó el trabajo de campo estuvo conformado en su base operativa por estudiantes. La investigación estuvo coordinada por el coordinador del proyecto y el autor del mismo.

Los estudiantes seleccionados para realizar el trabajo de campo cumplieron con las siguientes condiciones:

- Ser saludables: Esto con el fin de sobrellevar de la mejor manera las jornadas de trabajo y los recorridos que se hacen a la hora de realizar las encuestas.
- Ser sociables: Los entrevistadores fueron capaces de crear una atmósfera de armonía con los entrevistados.
- Tener una apariencia agradable: Teniendo en cuenta que se trabajará con personas extrañas, es preciso causar una buena primera impresión y proyectar seriedad en el momento de la entrevista.
- Personas que tengan experiencia en la realización de encuestas para que cuenten con criterios útiles a la hora de aplicarlas.
- Personas hábiles con características en su personalidad como amabilidad, serenidad, seriedad y seguridad.
- En cuanto a la formación educativa fueron bachilleres y universitarios, de modo que su nivel educativo les permitió entrar fácilmente en contacto con los encuestados.

❖ **Capacitación de los encuestadores**

Para la correcta aplicación de la encuesta, los encuestadores se capacitaron. En esta capacitación se le dio a conocer toda la información al encuestador potencial sobre la importancia que para el estudio tienen los encuestadores ya que son ellos los que tienen la información sobre la cual se trabajara y que por lo consiguiente deben ser honestos, responsables y llevar a cabo su trabajo con profesionalismo: a demás se les aclaro dudas sobre la terminología de la investigación de mercados, las preguntas del cuestionario, instrucciones de cómo aplicar la encuesta, registros de respuestas y del comportamiento de ellos sobre los entrevistados para poder proyectar seguridad y confianza.

❖ **Supervisión de los encuestadores**

Una vez realizadas las encuestas, se llevo el reporte al coordinador encargado. Aquí se confirmó si estas estaban completas o no; se verifico que los encuestadores estaban realizando las entrevistas correctamente por lo tanto se realizaron llamadas al 13% de los entrevistados los cuales fueron escogidos al azar y se confirmó que se les haya aplicado la encuesta. De esta manera se dio confianza a lo realizado hasta el momento.

4.6.4 Resultados obtenidos del estudio. Teniendo el número total de encuestados del área metropolitana de Bucaramanga se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- Las personas que se interesan por el deporte de aventura oscilan entre los 19 - 35 años de edad
- Las personas interesadas en conocer el bioparque les gustaría hacer sus reservas antes de llegar al sitio turístico
- El desempeño de los encuestadores fue calificada satisfactoriamente, por suministrarle información adecuada sobre el bioparque a los entrevistados
- Dentro de los aspectos demográficos existe una gran representación del sexo masculino de un (68%) en relación con el sexo femenino de un (32%)

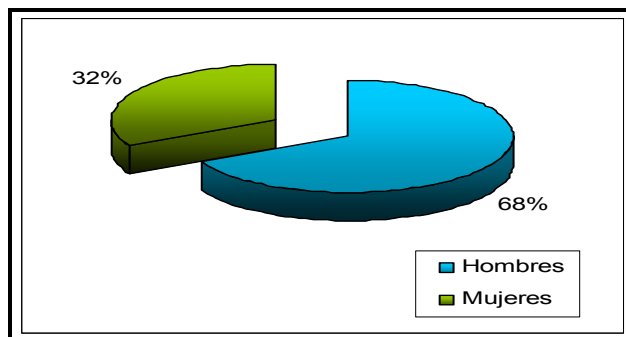
A continuación se puede observar los resultados obtenidos en el estudio.

- **Preguntas demográficas**

- a. Sexo**

Se encuestaron 260 personas pertenecientes al sexo masculino en un 68% del total de la muestra, y unas 125 personas del sexo femenino equivalente al 32% del total de la muestra.

Gráfica 3. Sexo.

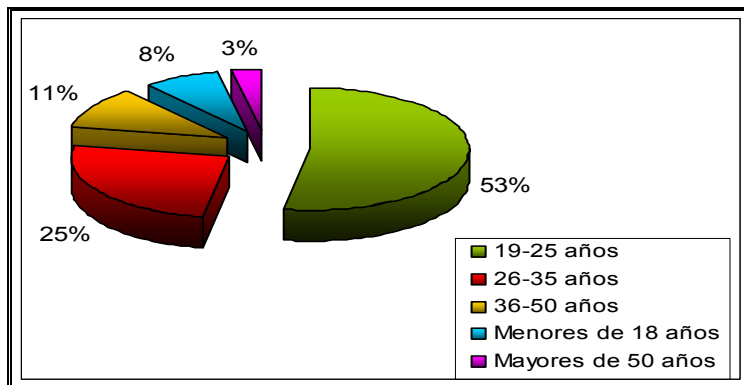


Fuente: elaborado por la autora

b. Edad

Se encontraron 203 personas entre 19 y 25 años 96 personas entre 26 y 35 años 44 personas entre 36 y 50 años 30 personas menores de 18 años y 12 personas mayores de 50 años.

Gráfica 4. Edad

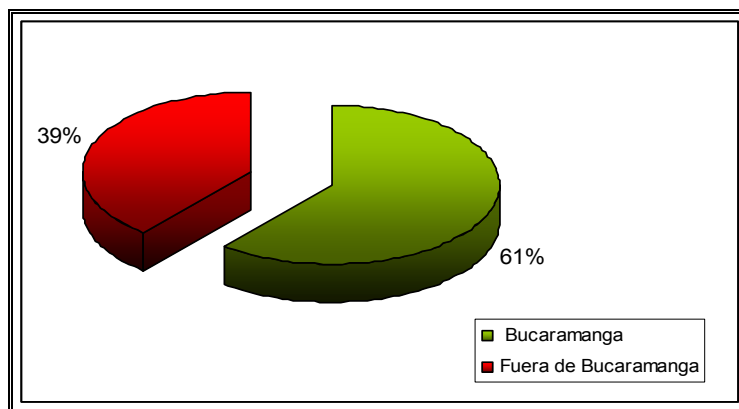


Fuente: elaborado por la autora

c. Ciudad de origen

Bucaramanga es la ciudad de origen del 61% encuestada, el 39% restante provienen de fuera de la ciudad de Bucaramanga

Gráfica 5. Ciudad de Origen



Fuente: Elaborado por la autora

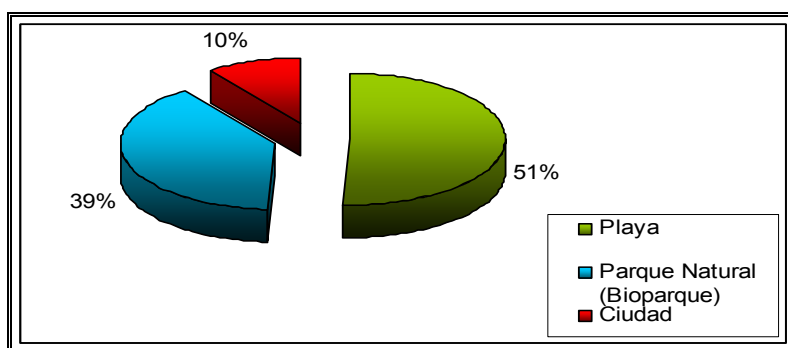
- **Preguntas de Interés General**

- a. **Sitios de preferencia para ir de vacaciones**

A la pregunta ¿Cuáles de los tres sitios mencionados le gustaría ir de vacaciones?

El 51% de las personas encuestas les gusta ir a la playa, el 39% de las personas a los parque Naturales y el 10% de las personas prefieren la ciudad

Gráfica 6. Sitios de preferencia para ir de vacaciones

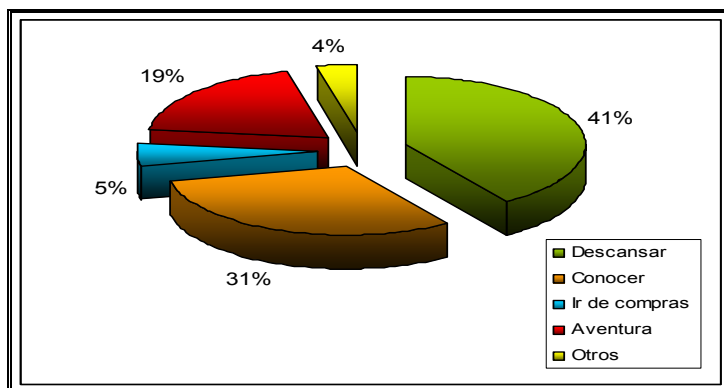


Fuente: elaborado por la autora

- **Motivo de viaje**

A la pregunta ¿Qué actividades le gusta hacer una vez este de viaje? El 41% de las personas entrevistadas les gusta descansar, el 31% de las personas les gusta conocer, el 19% de las personas les gusta la aventura, el 5% e las personas les gusta ir de compras y el 4% hace otras actividades.

Gráfica 7. Motivo de viaje.

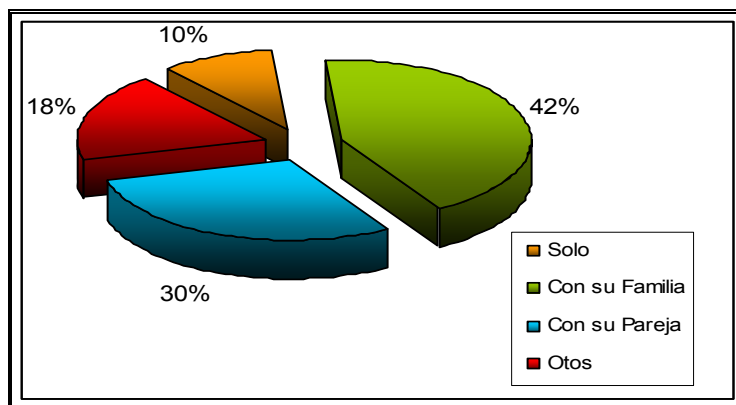


Fuente: elaborado por la autora.

- **Compañeros de viaje**

El 42% de las personas encuestadas acostumbran a viajar con su familia, el 30% con su pareja, el 18% con otros (compañeros de trabajo, amigos, etc.) y el 10% acostumbra a viajar solo.

Gráfica 8. Compañeros de viaje.

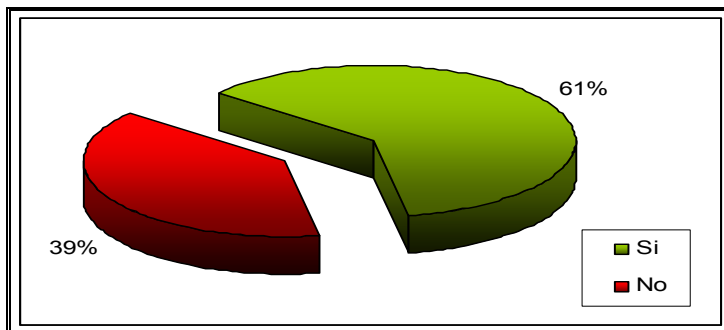


Fuente: elaborado por la autora

- **Conocimiento general del tema**
 - a. **Conocimiento del término Ecoturismo**

El 61% de las personas encuestadas tienen conocimiento del término ecoturismo, el 39% restante dicen no haber escuchado el término.

Gráfica 9. Conocimiento del término Ecoturismo.

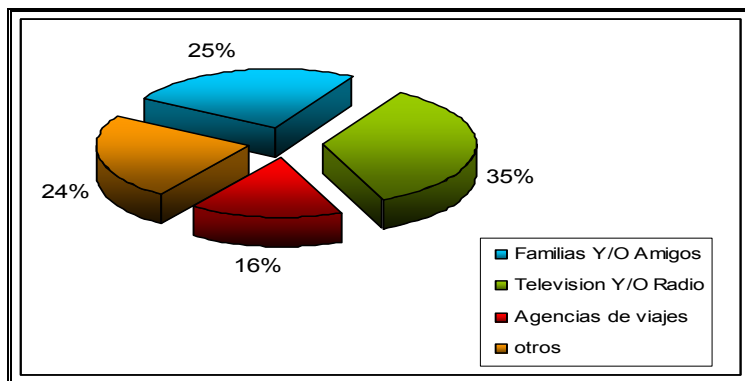


Fuente: elaborado por la autora

- **Medio de conocimiento**

El 35% de las personas encuestadas dicen haber tenido conocimiento del término Ecoturismo a través de la televisión y/o radio. El 25% a través de familiares y/o amigos, el 24% a través de agencias de viajes y el 16% restante a través de otros medio (prensa, folletos, etc.).

Gráfica 10. Medio de conocimiento.

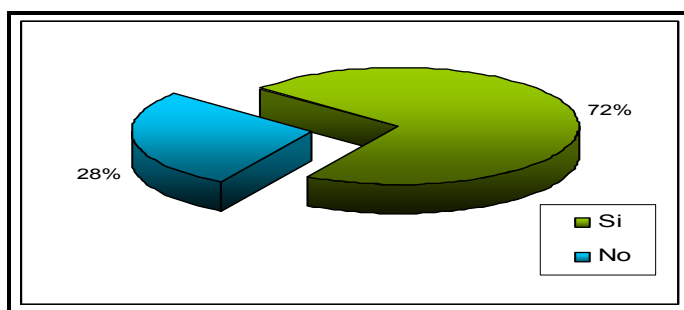


Fuente: elaborado por la autora

- **Interés de viajes turísticos ecológicos**

A la pregunta ¿Le parece atractivo un plan de turismo Ecológico?, el 72% contestó SI y el 28% restante contestó NO tener interés en los planes.

Gráfica 11. Interés de viajes turísticos ecológicos

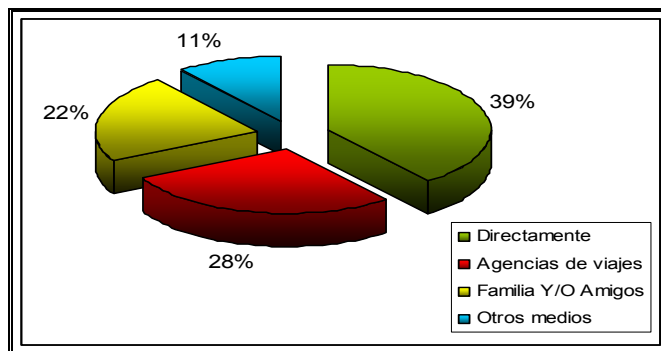


Fuente: elaborado por la autora

- **Organización viajes**

A las preguntas. ¿Usualmente como organiza sus Viajes?, ¿Por qué motivo? El 39% de las personas organiza sus viajes directamente, el 28% a través de agencias de viajes, el 22% por medio de Familiares y/o Amigos, y el 11% a través de otros medios.

Gráfica 12. Organización viajes.

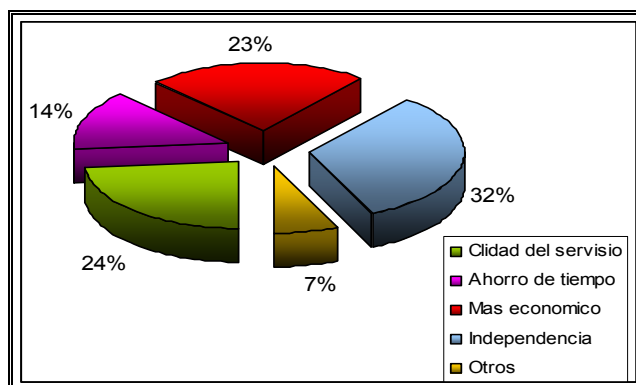


Fuente: elaborado por la autora

- **Motivo de organización del viaje**

Con relación a la pregunta anterior las personas organizan sus viajes de esa manera por diferentes motivos. 32% prefiere hacerlo independientemente por la libertad de escoger el sitio deseado, el 24% desea hacerlo mediante agencias de viajes, por la calidad del servicio, el 23% desea hacerlo directamente ya que es más económico, el 14% prefieren hacerlo con un familiar o Amigo y el 7% es indiferente.

Gráfica 13. Motivo de organización del viaje.

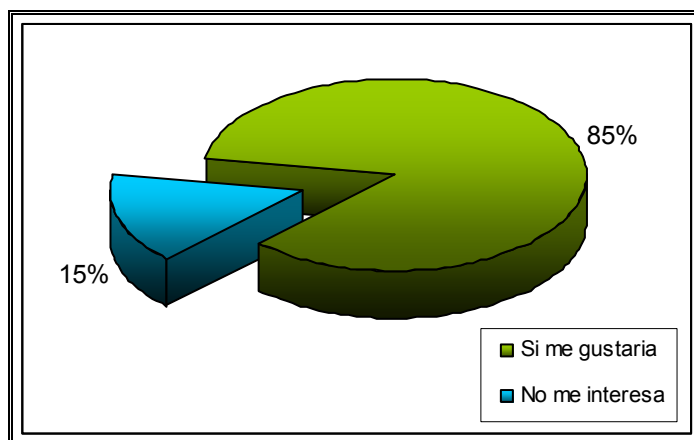


Fuente: elaborado por la autora

- **Interés en conocer planes ecoturísticos**

A la pregunta ¿Desear conocer información de planes ecoturísticos en Santander? EL 85% de los encuestados están interesados en el tema el 15% restante de los encuestados son indiferentes al tema

Gráfica 14. Interés en conocer planes ecoturísticos.

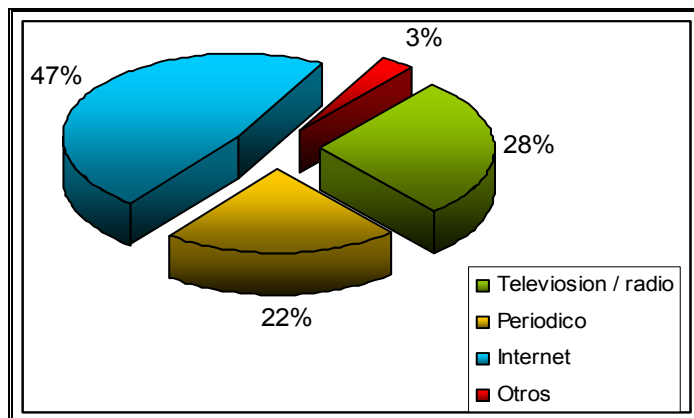


Fuente: elaborado por la autora.

- **Información del plan Ecoturístico**

A la pregunta ¿Mediante que medios de comunicación le gustaría recibir información acerca de los planes ecoturísticos? El 47% prefiere el Internet, el 28% televisión / radio el 22% e los encuestados prefieren el periódico y el 3% otros como (volantes, por medio de un amigo / familiar, por medio de una pancarta)

Gráfica 15. Información del plan Ecoturístico.

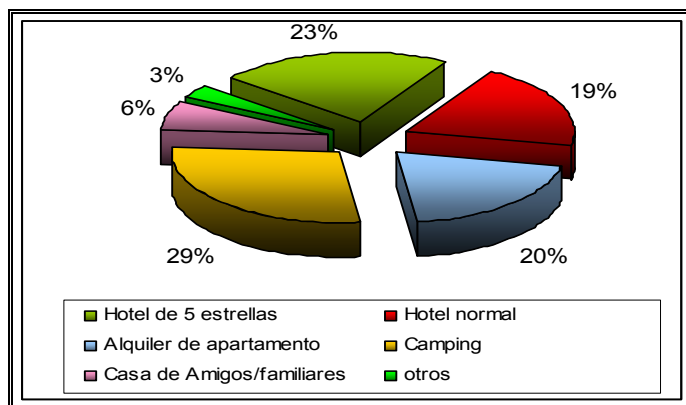


Fuente: elaborado por la autora

- **Tipo de alojamiento**

A la pregunta ¿que tipo de alojamiento prefiere? Es claro que el 29% de los encuestados prefieren el camping, el 23% hotel de 5 estrellas, el 20% alquiler de apartamento, el 19% prefieren un hotel normal, el 6% casa de amigos o familiares y el 3% de los encuestados restantes prefieren (Hotel local, Pensión, Albergue juvenil).

Gráfica 16. Tipo de alojamiento.

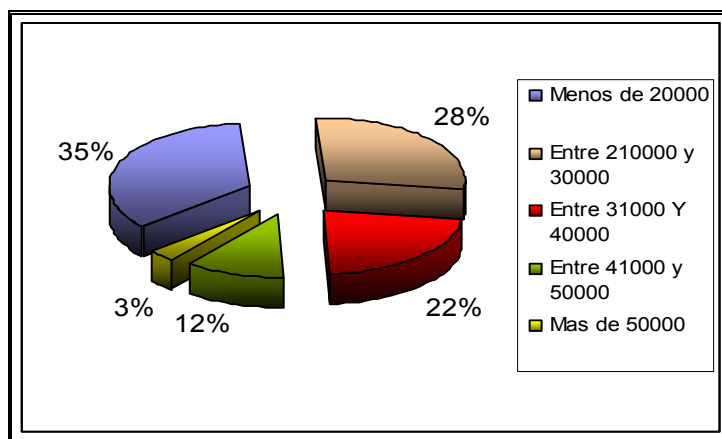


Fuente: elaborado por la autora

- **Disposición de pago**

Los encuestados respondieron a la pregunta ¿Cuanto estarás dispuesto a pagar por un día de alojamiento de un plan Ecoturístico que incluya: Transporte, Ingreso, Alimentación y Servicios Complementarios (Guía, Actividades, Recreación, etc.)?

Gráfica 17. Disposición de pago.



Fuente: elaborado por la autora

5. MANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL BIOPARQUE DEL BOSQUE TROPICAL HÚMEDO ARBORETUM

Con el objeto de diseñar herramientas de gestión del bioparque en busca de la eficiencia de los recursos y logro de metas de alto impacto social, económico y ambiental, se ha elaborado basados en lineamientos de la OMT, Instituto HUMBOLT, Colombia 2019 y lineamientos de la Responsabilidad social empresarial un Manual con políticas, indicadores e iniciativas para enmarcar la gestión del Bioparque ARBORETUM en la Responsabilidad Social.

El manual de responsabilidad social empresarial se diseño especialmente para manejar temas como:

- Ética empresarial
- Ambiente Laboral
- Mercadeo Responsable
- Medio Ambiente
- Desarrollo de la Comunidad

5.1 POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La finalidad de Bosques y viveros al integrar en su desarrollo Ecoturístico mecanismos de RSE se dio con el fin de potenciar los niveles de competitividad en el mercado turístico y, por ende contribuir al crecimiento económico del país, brindando apoyo técnico y capacitación a la comunidad y demás entes involucrados en las actividades organizacionales del proyecto.

Los objetivos propuestos por Bosques Y Viveros al desarrollo responsable organizacional se definieron como:

- Instrumentar iniciativas que faciliten la comprensión y apropiación de la RSE como herramienta de competitividad.
- Sensibilizar al sector empresarial sobre el impacto y valor de incorporar la RSE en la estrategia de negocios.
- Promover los cambios culturales y organizacionales en las empresas para mejorar su competitividad a través de la RSE
- Ser una base de información, activa, interactiva y pertinente de la RSE como apoyo a las empresas.
- Conformar una red de círculos interesados en la inclusión de la RSE en los sectores productivos del país para potenciar esfuerzos.

✓ **ETICA**

La ética es una herramienta que maneja Bosques y Viveros y el grupo de gerencia delegada para tomar decisiones empresariales alineadas con las metas propuestas. BOSQUES Y VIVEROS tiene claro lo que quiere ya que sus objetivos son manejados bajo los siguientes parámetros como:

- Honestidad
- Compromiso
- Integridad
- Justicia
- Lealtad
- Solidaridad

- Compasión
- Respeto al prójimo

5.1.1 Ética Empresarial. Los esquemas que manejan Bosques y Viveros están relacionados con política del ambiente de trabajo, desempeño ambiental, calidad del producto y/o servicio, implicaciones con la comunidad, satisfacción de los clientes, adhesión a los patrones éticos y compromiso con las metas de la organización.

5.1.2 Ambiente laboral. Es claro para el grupo interdisciplinario maneje un contacto abierto entre sus integrantes, aquí, cada uno de ellos aporta ideas de crecimiento soportada por la gerencia delegada para que puedan darle marcha si es posible. El ambiente laboral que genera Bosques y Viveros es abierto confiable y transparente por lo tanto promueve reuniones para la discusión de temas para aquellos que deseen expresarse libremente y, para los que prefieran hacerlo en forma más particular, promueve encuentros personales; de esta manera cada uno de los integrantes están relacionados directamente con el desarrollo del proyecto como tal.

a. Diversidad. Bosques y Viveros está conformado por un grupo interdisciplinario el cual es soportado por el conocimiento, las expectativas y perspectiva sobre el tema en general.

Es importante resaltar que Bosques y Viveros está abierta a todas las clases sociales, edad, sexo, nivel de conocimiento etc. Ya que para ellos es importante conocer el punto de vista del proyecto desde diferentes perspectivas.

b. Capacitación y desarrollo profesional. Para el grupo de gerencia delegada de Bosques y Viveros capacitar a su grupo de trabajo es prioritario, por lo tanto se diseñó un programa de asesoramiento sobre carreras para ayudar a su personal de trabajo a la reflexión sobre sus funciones actuales e identificar objetivos a largo plazo soportado por la ingeniera forestal Martha Angarita, el Doctor Evelio Díaz gerente general del proyecto y el Ingeniero Industrial Erwin Darío Valderrama Coordinador de gerencia delegada del mismo.

El grupo de gerencia delegada se encarga especialmente en dar apoyo al personal de trabajo, a tomar la iniciativa y ser líder en diferentes grupos de trabajo ya sea con la comunidad local o con ellos mismos por lo tanto respalda sus iniciativas y fortalece sus ideas creando confianza en los mismos a la hora de llevar a cabo una idea de trabajo institucional.

c. Equilibrio entre trabajo y familia. Lo fraternal y familiar en Bosques y Viveros crean en la empresa un ambiente flexible en el que el desempeño laboral no afecta la relación familiar, por lo tanto respeta las horas de descanso del trabajador y no organiza eventos sin ser anunciado con anterioridad. De esta manera el trabajador se compromete y es eficaz a la hora de realizar una tarea para el buen funcionamiento del Bioparque.

Es importante recalcar que para la comunidad empresarial de Bosques Y viveros la salud juega un papel importante, de esta manera promueve a sus trabajadores a llevar una vida saludable sana; ofreciendo orientación, capacitación, etc. al grupo familiar de sus trabajadores. Podemos agregar que Bosques y Viveros estarán comprometidos con la comunidad en general.

5.1.3. Mercadeo responsable. Para manejar los vínculos con proveedores Bosques y Viveros diseño políticas de funcionamiento para la vinculación de los mismos.

✓ **Política de mercados**

a. Productos y servicios. Una política de mercados es asegurarse que todas las referencias comerciales hechas a los Productos y/o servicios de la empresa sean específicas, correctas y justas. Por lo tanto esta en la obligación de dar información a sus proveedores de sus productos sobre seguridad, desempeño y eficacia.

Bosques y Viveros debe ser responsable a la hora de promover el uso de su producto dando información clara de su funcionamiento sin que estos afecten la salud y el medio ambiente durante todo su ciclo de vida.

b. Publicidad. Bosques y Viveros debe velar por la buena imagen de sus productos es por eso que debe evitar la publicidad Toxica que afecte el buen nombre de sus productos. Una de sus políticas a tener en cuenta es la no satisfacción inmediata, violencia, imagen enfermiza del cuerpo, agresión, falta de respeto y sexismo ya que los principales clientes del Bioparque son estudiantes de colegios y universidades.

Debe anunciar sus productos con modelos positivos y hábitos saludables. Debe ir más allá de las exigencias mínimas para comunicar modelos positivos y prácticas saludables a sus clientes.

Prohíba a sus proveedores mensajes que exploten las emociones de los niños, o que transmitan una eventual manipulación de éstos hacia los padres para adquirir su producto.

5.1.4. Medio Ambiente.

✓ Política de operaciones

a. Protección al medio ambiente

Establecer compromisos y patrones ambientales. Como mínimo. Tales compromisos deberán establecer la postura de Bosques y Viveros en lo que respecta al medio ambiente en las etapas de proyecto, producción y distribución de sus productos y servicios.

Adoptando una política ambientalista abierta, por medio del cual empleados, miembros de la comunidad y otros, puedan ser informados de cualquier impacto adverso al medio ambiente que la empresa puede estar causando.

Es deber de la empresa hacer un inventario formal o informal de los recursos utilizados y del residuo generado. Debe Controlar desperdicios de energía,

materia prima, y esfuerzos humanos. El objetivo es identificar medios que reduzcan el uso de recursos y el desperdicio.

Es importante que la empresa adopte una auditoría tan simple como contar y pesar las bolsas de basura generadas por la actividad del Bioparque semanal o mensualmente, y controlar los montos de las facturas de energía eléctrica.

Bosques y Viveros se debe comprometer con el medio ambiente relacionado con una ecología de compras, prefiriendo productos ambientalmente amigables. Como por ejemplo tener en su lista de productos aquellos que son biodegradables en su mayoría.

La selección de proveedores es una política de manejo de productos. Teniendo claro quién será su proveedor. Capacitarlos y darles incentivos para aquellos que contribuyen con el buen manejo del tema ofreciéndole a la empresa artículos que estén acorde con sus necesidades.

b. Minimización de Residuos.

El compromiso de Bosques y Viveros con la Lizama es crear un programa de reciclaje concientizando al trabajador y turistas del buen uso de los desechos inorgánicos y orgánicos. Por lo tanto debe promover la idea desde el punto de vista empresarial.

Es importante crear sugerencias para la reducción de residuos, a través de la reutilización. Dando material didáctico relacionado con el tema para concientizar al turista en particular. Uno de los mecanismos más eficientes a la hora de decidir que materiales se deben utilizar son los productos más durables, de mejor calidad, reciclables o que puedan ser reutilizados. Debe evitar productos descartables como utensilios para consumo de alimentos, detergentes en polvo y vasos de papel, etc. Ya que estos se comportan como elementos tóxicos para el medio ambiente; es importante que se asesore sobre productos sustitutos que no afecten el medio ambiente.

c. Uso eficiente de la energía y el agua

Bosques y Viveros debe ser responsable en el uso de energía, debe instalar actas informativas acerca del ahorro de energía y el impacto ambiental positivo que este agrega al medio ambiente. De esta manera será más fácil para la empresa y su entorno controlar el ahorro del mismo. Es un deber de la empresa que instale equipos de oficina e infraestructura con indicadores de ahorro de energía.

Relacionado con el ahorro de agua, como política funcional de Bosques y Viveros; se debe hacer de una forma controlada, instalando dispositivos sanitarios con consumo limitado de agua. Se debe evitar el uso de equipos de flujo continuo de agua.

Relacionado con la jardinería. Por ejemplo, al diseñar los espacios verdes, tenga en cuenta que colocar materia vegetal alrededor de las plantas reduce la evaporación.



De esta manera, con técnicas sencillas, el jardín se regara con menor frecuencia.

5.1.5 Desarrollo con la comunidad.

✓ Política global

“Haga del "Compromiso con la comunidad" una prioridad de su administración”⁸

Es importante que Bosques y Viveros aproveche todas las oportunidades para comunicar a sus empleados que el apoyo a la comunidad y el compromiso con la misma es clave para la el funcionamiento del Bioparque.

La empresa como tal debe invertir en la comunidad utilizando los servicios brindados por organizaciones comunitarias. El generar empleo en la zona es una parte vital para poder contar con el respaldo de la comunidad; capacitándolos sin atropellar sus costumbres; de esta manera contara con un equipo de trabajo sólido y responsable.

Identifique el trabajo voluntario en la zona tales como grupos artesanales, restaurantes y demás.

Genere empleo indirecto. Es conveniente que Bosques y Viveros cree vínculos con la comunidad en general. Ofreciendo seguridad en el servicio prestado,

⁸ Tomado de manual de responsabilidad social

contactándolo con nuevos proveedores y ofreciendo asistencia técnica para así garantizarle al turista calidad en los productos ofrecidos en la zona.

La junta directiva de Bosques Y viveros debe definir un porcentaje fijo de ventas en sus productos con los artesanos de la zona para que no exista competencia desleal entre las partes.

Es importante tener en cuenta su cultura y estilo de vida de tal manera que Bosques y Viveros debe estar comprometido con los Habitantes de la Lizama, apoyando eventos comunitarios de tipo cultural o deportivo; de esta manera se rescatara gran parte de su cultura ya olvidada.

a. Educación

✓ Política de apoyo a la educación local

Es deber de la empresa Bosques y Viveros. Dar apoyo y mejorar la educación ofrecida a la escuela las margaritas y el colegio la fortuna. Animando a sus empleados del Bioparque para dar cursos de capacitación sobre diferentes temas, como por Ejemplo orientación sobre carreras o apoyo de las materias que están siendo dictadas. Ayudar en la gestión de la escuela. Promover programas que mejoren la calidad de la enseñanza, como preparación de material didáctico o entrenamiento de los docentes.

Es importante autorizar visitas de un grupo de alumnos de la escuela al bioparque. El simple funcionamiento de una oficina podrá abrirles los ojos a un grupo de alumnos para futuras oportunidades

Dar charlas didácticas a los alumnos sobre ecoturismo, investigación, deporte de aventura, petroturismo y demás temas manejados en el bioparque. Crearan expectativas de interés sobre los estudiantes.

La empresa Bosques y Viveros deben considerar la posibilidad de ceder espacios físicos en el bioparque para encuentros de organizaciones y grupos sin fines de lucro, siempre que la seguridad y las operaciones de la gestión del Bioparque no se vean comprometidas.

Facilitar sus instalaciones para cursos de alfabetización, apoyo escolar, encuentros o usar sus instalaciones en beneficio de programas comunitarios, es un deber de la RSE manejada por ARBORETUM.

5.2 MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL.

Para poder identificar claramente los beneficios a la comunidad se diseñó una matriz de impacto social, que a partir del cual se puedan identificar indicadores para seguimiento y soportar las políticas empresariales. Aquí se identificarán los impactos positivos y negativos sobre componentes que afecten la comunidad, como. Generación de ingresos, actividades culturales, educación, desarrollo cultural etc. **(Ver Anexo B: principios y criterios formulados en el procedimiento de apoyo de Biocomercio sostenible dirigido por el Instituto Alexander Von Humboldt).**

5.3 BUENAS PRÁCTICAS SOCIOCULTURALES PARA LA SOSTENIBILIDAD

Políticas para la contratación del personal que labora en el Bioparque: Con base en el análisis de impactos socioculturales es importante definir las buenas prácticas dirigidas a los empleados, proveedores y la comunidad local que

garanticen el buen uso de los recursos y el buen manejo de ARBORETUM en los aspectos sociales. Teniendo en cuenta las memorias del manual de balance social de la organización internacional del trabajo OIT se Pueden contemplar aspectos relacionados directamente con el comportamiento del Bioparque a la comunidad (**Ver Anexo D: Manual de balance social de la organización internacional del trabajo OIT**).

Cuadro 6. Matriz de impacto social.

Elemento Social	Actividades Impactantes	Efectos Sociales	Tipo	Medida Prevención/ potenciación
Generación de ingresos	Requerimiento de servicios	Utilización de servicios generados por la comunidad	Positivo.	Contratación de mano de obra de la zona.
Cultura	Visita a la comunidad Para poder interactuar con sus creencias sin afectar su cultura	Pérdida de identidad cultural de la comunidad	Negativo.	Concertación sobre el sistema de operación turística con las comunidades
Educación	Visita a la comunidad para formarlos educativamente.	Pérdida de identidad cultural de la comunidad	Negativo.	Sensibilización al turista sobre el respeto por las tradiciones culturales de la comunidad

Fuente: elaborado por la autora

5.4 BALANCE DE SOSTENIBILIDAD EN UNA POLÍTICA SOCIAL

Para elaborar el balance de sostenibilidad en la región; ARBORETUM partió el plan de manejo de área, acudiendo a planes de desarrollo regional, realizando zonificación, teniendo en cuenta los parámetros ya establecidos.

De esta manera permitió identificar algunas zonas críticas para luego ser manejadas de una forma especial. Con base en esta información se pudo identificar el balance de sostenibilidad de una política social en la zona sin afectar a la comunidad. **(Ver Anexo D: Manual de balance social de la organización internacional del trabajo OIT.)**

5.5 MAPA ESTRATÉGICO DEL BIOPARQUE ARBORETUM

El mapa estratégico del bioparque se presenta en el Anexo E: Mapa estratégico del bioparque Arboretum.

5.6 INDICADORES DE GESTIÓN BASADO EN LINEAMIENTOS DE LA RSE

Los indicadores de gestión basados en lineamientos de Responsabilidad Social Empresarial se presentan en el Anexo F: Indicadores de gestión basada en lineamientos de la RSE.

6. PLAN ESTRATÉGICO DE RECURSOS FINANCIEROS DIRIGIDOS A ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS

El objetivo principal es ofrecer a los integrantes de la junta directiva de la empresa BOSQUES Y VIVEROS herramientas con el fin de permitirles planear la inversión y realizar un análisis financiero del proyecto bioparque del bosque tropical húmedo la Lizama.

6.1 OBSERVACIONES GENERALES DEL ÁREA FINANCIERA.

En forma general no existe un esquema para la planificación de modelos de financiamiento para las áreas forestales protegidas, estos se construyen paso a paso de acuerdo con las condiciones y situaciones especiales de cada área. Sin embargo, estas consideraciones deben estar vinculadas con el respaldo estatal y el aporte de entidades financieras internacionales.

Cabe anotar que la planificación financiera para obtener un manejo sostenible debe buscar el equilibrio entre los ingresos y gastos, sin olvidar la creación de un fondo para las contingencias futuras, el cual puede estar constituido por los ingresos percibidos por visitas y pago de servicios del parque.

6.2. FUENTES DE INGRESOS Y FINANCIAMIENTO BIOPARQUE TROPICAL HÚMEDO LIZAMA.

La determinación de las fuentes de financiamiento para lograr la sostenibilidad financiera depende en alto grado de la creatividad del administrador y del equipo de trabajo que esté realizando el mejor desempeño para el manejo del bioparque.

6.2.1 Fuentes de ingresos.

a. Ecoturismo.

- Entradas.
- Excursiones.
- Alquiler de bicicletas, equipos, caballos, otros.
- Paseo por cable aéreo y otras atracciones.
- Ventas de alimentación.
- Hospedaje.

b. Servicios ambientales.

- Venta de la captura de la dosis personal CO₂.
- Bono forestal.
- Rincón Ecológico.

c. Preservación de especies de fauna y flora.

Las **fuentes de financiamiento** para las áreas protegidas son muy diversas y se establecen a través de una buena gestión financiera.

- Aporte estatal.
- Aporte de empresas.
- Generación de ingresos propios.
- Convenios locales.
- Aportes internacionales.
- Aporte estatal y municipal.

6.3 PLAN DE ACCIÓN.

Para hacer frente a este desafío que presenta en el bioparque del bosque tropical húmedo la Lizama, se requiere la preparación de un presupuesto y un plan de acción a corto plazo (un año), mediano plazo (cinco años), y largo plazo (ocho o más años), para lo cual se presenta la siguiente lista general de cuestiones que debe tomarse en cuenta:

6.3.1 Inversiones.

- Relacionar las necesidades en inversión en infraestructura, equipos, herramientas, muebles, enseres, equipos de cómputo, otros activos, y gastos preoperativos.
- Identificar las fuentes propias y/o externas que se han de utilizar para la debida financiación del proyecto. Con dicho valor de inversión, se han de establecer las fuentes de financiación mas apropiadas, incluyendo recursos propios de los accionistas de bosques y viveros y los recursos de crédito

en caso necesario para la debida financiación, realizando su debida liquidación con plazo, tasa de interés y forma de amortización o pago.

- Para determinar el beneficio económico del proyecto, se debe definir la tasa mínima de rentabilidad a la que aspira la junta directiva de bosques y viveros.

6.3.2 Requerimientos Financieros. Diligenciar los formatos de proyección financiera a 5 años acorde con cada área del proyecto, relacionados en su orden de elaboración con el Estado de resultados, el flujo de caja proyectado y el Balance General; incluyendo las debidas aclaraciones y explicaciones de los valores aplicados en cada cuenta.

6.3.3 Insumos.

- Diseñar un plan de manejo que contenga, estrategias, objetivos y actividades.
- Relacionar Ingresos obtenidos con anterioridad.
- Tener Idea clara de lo que se quiere realizar, así como la creatividad de un buen administrador.

6.3.4 Costos.

- Priorizar objetivos y actividades.
- Estimar costos de cada actividad.
- Servicios que se prestan en la actualidad.
- Nuevos servicios a implementar.
- Costos de nuevas inversiones.
- Imprevistos y gastos eventuales.

6.3.5 Egresos. Especificar las bases de proyección utilizadas, incluyendo el índice de actualización monetaria como tasa anual de crecimiento esperada de los egresos, inversiones fijas y diferidas.

6.3.6 Capital de trabajo. Determinar las necesidades de capital de trabajo requeridos para financiar la operación del proyecto, desde el momento en que se compran insumos, materias primas o mercancías, hasta la recuperación o real ingreso de las ventas.

6.3.7 Costos y gastos. Se incluyen los costos de operación tales como insumos o materias primas, costo de mano de obra directa y costos indirectos de fabricación. Respecto de los costos administrativos, con énfasis en gastos de personal, gastos de puesta en marcha y gastos anuales de administración.

6.3.8 Ingresos. Se evaluarán los pronósticos de ingresos por conceptos de ecoturismo, servicios ambientales y como entidad de preservación de especies. Se tendrá como base la estructuración del mercado y la operación propia de cada uno de los proyectos.

- Recursos disponibles (físicos y financieros).
- Ingresos percibidos por los servicios que se prestan.
- Estimación de la rentabilidad de los nuevos servicios que pueden ponerse a disposición o inversiones a realizar.
- Identificar nuevas fuentes de financiamiento.
- Mecanismos de financiamiento.
- Contribuyentes potenciales.
- Organizaciones que se interesan por la conservación.

- Otras actividades que puedan ser potenciales en la generación de ingresos (apoyo de empresas locales, campañas de recaudación de fondos, medios de comunicación local...).

7. FUENTES DE INGRESOS DEL BIOPARQUE DEL BOSQUE TROPICAL HÚMEDO

7.1 Fuente de ingresos por ecoturismo

“El número de visitas al bioparque durante el primer año se calcula en 10.000. Conformado por una excursión mensual de 90 estudiantes por excursión y un porcentaje mínimo con respecto al tránsito de turistas por la Troncal del Caribe. Como mínimo son 1000 escolares para el primer año.

Se pronostica un crecimiento en la asistencia de 5000 mas con respecto al segundo y tercer año, para el cuarto años espera un crecimiento mayor, teniendo en cuenta que se proyecta que la infraestructura de ecoturismo estará adelantada con servicios como piscina, bar y otros atractivos lo que aumenta el número de asistentes a la zona. El crecimiento de los asistentes al parque es exponencial para un horizonte de 10 años, a continuación se relaciona la proyección.

En temporada alta, las posibilidades de venta pueden superar la capacidad.

Estas circunstancias se tendrán como limites para el cálculo del nivel de uso u ocupación del bioparque.

Es de esperar que un buen porcentaje de visitantes compren no uno sino dos o más de los servicios que se le ofrecen.

Los supuestos que se han utilizado para preparar los datos financieros para este plan de negocios se basan en una aproximación conservadora. Es por esto que las ganancias potenciales, ingresos y costos de este proyecto, guardan una prudente razonabilidad.

Cuadro 7. Proyección De Visitas Para La Primera Década.

AÑO	Nº DE VISITAS (MILES)	VALOR ENTRADA	INGRESOS (MILLONES PESOS)
1	10	10.000	100
2	15	10.000	150
3	20	10.000	200
4	30	12.000	360
5	50	15.000	750
6	80	20.000	1600
7	120	25.000	3.000
8	190	27.000	5.130
9	200	29.000	5.800
10	250	30.000	7.500

Fuente: elaborado por la autora

7.2 Fuente de ingresos por servicios ambientales.

7.2.1 Fuente de ingresos por venta de servicios ambientales dosis personal de co2.

4000 Toneladas CO2

\$20.000 Pesos / Ton.

\$80.000.000 pesos / año.

“Bosques y viveros. En el momento tiene una capacidad de venta de 4.000 toneladas/año de captura de CO₂, con el sistema de compensar la “dosis personal” que emite cada ciudadano del mundo. El volumen actual lo podemos vender individualmente, a grupos de personas o a pequeñas empresas que necesiten compensación por polución.

Tenemos más de 70.000 árboles para la venta como bono forestal ecológico, contamos con cerca de 60.000 árboles en crecimiento y se están sembrando los árboles para completar finalmente los 350.000 que harán parte de la reserva forestal privada de la empresa.

1 tonelada/año de CO₂ captado costaría 7-10 euros, dependiendo del volumen y el tiempo que se compre, y esquivale a las emisiones generadas por una persona en un país no industrializado (0,5 - 4 toneladas por persona por año), en países industrializados el promedio esta en cerca de 20 toneladas de CO₂ por año.

Las Margaritas tiene un potencial de 300 Ha de bosques: actualmente contamos con 70 Ha con menos de 15 años de edad, y 100 Ha entre 5 y 10 años. Las plantaciones nuevas de 130 Ha junto con las ya existentes captarían en promedio 25 toneladas/ha/año (variabilidad de 7-50 ton/ha./año).

Se puede ofrecer captar inicialmente 4.000 toneladas de CO₂ con un precio de 7 a 10 euros por año durante 10 a 20 años; a futuro, la oferta total será de 7.500 toneladas de CO₂ capturado por año durante 10 a 20 años”

7.2.2 Bono forestal.

10.000 Árboles₂

- \$70.000 Pesos / Árbol.

\$ 700.000.000 pesos

“Para la venta de bono forestal ecológico se cuenta con más de 70.000 árboles con un precio promedio de 25 euros cada árbol, el valor final depende del número de árboles comprados; el valor de $\frac{1}{4}$ - $\frac{1}{2}$ o 1 ha.” Doctor Evelio Díaz Gerente de Bosques y Viveros

7.2.3 Rincón ecológico

130 Hectáreas.

- \$300000 Pesos / Hectárea.

\$390.000.000 pesos.

“Rincón ecológico podría ser de 1.000, 2.000 ó 4.000 euros respectivamente, en la actualidad disponemos de 130 Ha con ese fin, cada rincón ecológico será enriquecido con diversas especies de flora y fauna tropical.

Estamos en el proceso de legalización de las plantaciones, la certificación del ministerio del ambiente y en el trabajo de identificación y cuantificación de especies. Desde el lado legal ya podemos comercializar nuestros productos.



En cada venta se expide un certificado o bono que se entrega al cliente junto con una notificación de la ubicación geográfica, la o las especies protegidas o la cantidad de CO₂ capturado.

Es importante que los compradores de servicios sepan que la inversión se está haciendo en un proyecto de protección del bosque tropical húmedo, una zona de reserva forestal privada con fines de protección, conservación e investigación de la selva tropical.

El portafolio de venta de servicios ambientales se completará con un sendero ecológico para educación sobre los problemas del medio ambiente.

Para dar inicio a la venta de este portafolio se debe invertir en publicidad y en el censo e identificación de las especies forestales de Las Margaritas”.⁹

7.3 FUENTE DE FINANCIAMIENTO COMO ENTIDAD DE PRESERVACIÓN DE FAUNA Y FLORA.

El proceso de planificación, con base en la autosostenibilidad financiera del bioparque como entidad de reserva forestal con protección de especies de fauna y flora, debiera comenzar, partiendo de la definición de los propósitos del programa de preservación.

⁹ Díaz, Evelio. Bosques y Viveros

La orientación básica debiera ser la de financiar adecuadamente la protección ambiental, proporcionando instalaciones que promovieran el disfrute del ecoturista y el desarrollo económico de la región.

Es necesario reducir el análisis entonces a los factores políticos, gubernamentales y de apoyo financiero nacional e internacional.

En suma, el éxito del programa dependerá de la capacidad de gestión de ayuda nacional e internacional para las áreas protegidas, ya que de nada vale el perfecto conocimiento que se tiene sobre la clientela potencial, la cual es considerablemente alta.

Si se habla de financiamiento y sostenibilidad en zonas protegidas, debe hacerse referencia al origen lógico de los ingresos por la "venta" del bien ofrecido: esparcimiento, aprendizaje interpretativo, aire puro y embalsamado por el aroma de flores silvestres, rumores de arroyos.

7.4 ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO

7.4.1 Presupuesto de inversión

Cuadro 8. Presupuesto de inversión

Compra de Terreno	370.000.000
Construcciones	900.000.000
Compra de Maquinaria y Equipo	60.000.000
Compra de Equipos Electrónicos y de Computación	30.000.000

Compra de Vehículo	0
Compra de muebles y enseres	120.000.000
Gastos Preoperativos	300.000.000
Capital de trabajo	16.488.000
Inversión Inicial	1.796.488.000

Fuente. Comité Financiero Bosques y Viveros S.A.

A continuación se enuncian los soportes de los rubros que se muestran en la tabla anterior, los cuales determinan el monto presupuestal de la inversión:

- **Terrenos.**

El proyecto contempla la adquisición del terreno valorizado en \$370.000.000=. Es importante recalcar que este valor corresponde a la finca las 370 hectáreas de las margaritas. Es incluido por tener en cuenta el costo de oportunidad.

- **Maquinaria y equipos**

Los equipos y herramientas necesarios para la operación del proyecto son:

Cuadro 9. Maquinaria y equipos.

Herramientas	Valor
Cable aéreo	20.000.000
Bicicletas	10.000.000
Refrigerador	5.000.000
Dispensadores agua	3.000.000
Guadañadoras	2.000.000
Otros	20.000.000
Total	60.000.000

Fuente. Comité Financiero Bosques y Viveros S.A.

- **Muebles y enseres**

Para cubrir el concepto de muebles y enseres se aproxima un monto de ciento veinte millones de pesos (\$120.000.000) como inversión inicial.

Cuadro 10. Muebles y enseres.

Muebles y Enseres	Valor
Sillas Plásticas(100)	3.000.000
Mesas	4.000.000
Adecuación Recepción y bar.	28.000.000
Adecuación cabañas	70.000.000
Adecuación mirador	5.000.000
Otros	10.000.000
Total	120.000.000

Fuente. Comité Financiero Bosques y Viveros S.A.

- **Equipos de cómputo y comunicaciones**

Para el proyecto se contempló una inversión de treinta millones de pesos \$30.000.000= en el año 0, detallados así:

Cuadro 11. Equipos de cómputo y comunicaciones.

EQUIPO DE CÓMPUTO	Valor
Computadores portátil Apple MacBook (3)	9.000.000,00
Impresora HP 9300 Miniploter	1.200.000,00
Sistema de información ARBORETUM	19.800.000
Total	30.000.000

Fuente. Comité Financiero Bosques y Viveros S.A.

- **Gastos preoperativos**

Éste valor es de \$200.000.000 en el momento de partida y de \$100.000.000 en el primer año correspondientes a los gastos de lanzamiento, estudios y otros.

Cuadro 12. Gastos preoperativos.

Levantamiento topográfico	15.000.000
Diseño de plantación	16.000.000
Ubicación y determinación de especies	52.000.000
Análisis de suelos y adecuación de sustratos	36.000.000
Labores de vivero	63.000.000
Trazado, ahoyado, siembra y abonado de plántulas.	65.000.000
Otros	53.000.000

Fuente. Comité Financiero, grupo interdisciplinario Bosques y Viveros S.A.

- **Capital de trabajo**

Para determinar la inversión en capital de trabajo que se requiere en la iniciación de las operaciones del negocio, se realizaron ciertas suposiciones:

Cuadro 13. Capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	
Días de Provisión de Efectivo	45
Días de Inventario de Materia Prima	15
Días de Inventario de Producto en Proceso	5
Días de Inventario de Producto Terminado	1
Porcentaje de Ventas a Crédito	0%
Días para Recuperar Cartera	0

Porcentaje de Compras a Crédito	100%
Días para Pago a Proveedores	30

Fuente: elaborado por la autora.

Con base en estos y otros datos se generó el flujo de caja del negocio; de ahí se tomaron los datos para determinar el monto de capital de trabajo.

7.5 FUENTES DE FINANCIACIÓN PLANEADA

Cuadro 14. Fuentes de financiación planeada.

<i>Fuente</i>	<i>Valor</i>	<i>Modalidad</i>
Bosques y Viveros S.A.	\$767.717.200=	Accionista.
Bancos.	\$628.770.800=	Crédito.
Corporación Nacional del turismo.	\$300.000.000=	Cofinanciación de institución privada o del estado.
Prosantander.	\$100.000.000=	Cofinanciación de institución privada o del estado.

Fuente: Comité financiero Bosques y Viveros S.A.

7.5.1 Presupuesto de egresos. Éste aparte del informe presenta los diferentes aspectos que se tuvieron en cuenta para determinar el presupuesto de operación del negocio, tales como: costos operación, gastos administrativos y de ventas.

- **Mano de obra.** . Este valor se calculó, teniendo en cuenta la capacidad productiva necesaria para gestionar el bioparque del bosque tropical húmedo.

Valor mensual

- Área operativa : \$500.000= mensual. Menos de 2 salarios mínimos.
- Área Táctica : \$700.000= mensual. Más de 2 salarios mínimos.
- Área Estratégica : \$1.200.00= mensual. Prestación de servicios.

Cuadro 15. Valor mensual Nómina.

Nómina (menos de 2 sal. min) mes	3.000.000	Total. Transp. =	288.000
Nómina (más de 2 sal. min) mes	2.100.000		
Nómina prestación de servicios, mes	3.600.000		

Fuente: elaborado por la autora.

Trabajadores auxiliares con menos de 2 salarios mínimos. Total: 6

Es de recalcar que los guías y personal de cocina se contratan por jornales el valor de este corresponde al numero de horas por el valor de la hora según salario mínimo legal vigente.

Carga de Parafiscales = 27,1250%

- **Costos Fijos.**

En cuanto a los costos fijos, se tienen:

Seguros (Prima mes) \$ 300.000

Reparaciones y Mantenimiento \$ 200.000

- **Servicios.**

Este valor está estipulado en \$1.000.000 pesos para el primer año y corresponde a los servicios utilizados en la oficina en Bucaramanga y las instalaciones del bioparque en la Lizama.

Servicios Públicos (Promed. mes) oficinas y bioparque = \$ 1.000.000

- **Gastos de administración y ventas**

Área estratégica. Por prestación de servicios. \$1.200.000

Nómina prestación de servicios, mes \$3.600.000

Gerente genera l= 1.200.000 = + comisión ventas Mensual

Gerente área técnica = \$1.200.000= Mensual

Gerente área comercial = \$1.200.000=Mensual

- **Nómina de ventas**

Como comisión sobre las ventas se tomo el 5%. Para el personal de ventas, el gerente recibe comisión por sus ventas individuales como un vendedor más.

Otros gastos de ventas

El valor por concepto de otros gastos de ventas asciende a \$500.000 pesos mensuales, \$6.000.000= anuales correspondientes a publicidad.

Mercadeo y Publicidad (Por mes) = \$ 500.000

- **Otros datos a tener en cuenta**

Cuadro 16. Otros factores que influyen en el flujo de caja del negocio

FACTORES PRESTACIONALES	
Personal de operativo	53%
Personal área táctica	53%
Personal de Ventas	53%
VALOR DE LIQUIDACIÓN	
Propiedad, Planta y Equipos	30%
Impuesto de Renta	350%
Tasa reinversión de excedentes	20%
Costo de Capital sin deuda	20%

Fuente: elaborado por la autora.

- **Factores prestacionales**

Se estableció un factor prestacional para la nómina de ventas, operativo y supervisión, equivalente a 53%.

- **Valor de Liquidación De Propiedad, Planta y Equipos**

Se determinó un 30 % de recuperación de la inversión en propiedad, planta y equipos.

- **Tasa Para Reinversión De Excedentes**

Se estableció un 20%, que es un porcentaje mayor al que actualmente colocan los bancos.

- **Costo De Capital**

Se asume que la expectativa de rentabilidad de los socios inversionistas es del 20%, porcentaje por encima del costo de oportunidad.

7.8 ANÁLISIS FINANCIERO

El presente análisis pretende ser la base para ultimar la formulación del estudio de perfectibilidad que se ha realizado hasta el momento. El análisis esta orientado a identificar los flujos de fondos que genera el proyecto, a partir de los ingresos y egresos que surgen.

- **Supuestos.** El desarrollo y ejecución del proyecto tiene los siguientes supuestos que ha arrojado la fase de formulación:
- **El horizonte del proyecto.** Se ha definido en 5 años para hacer la evaluación, luego del periodo inicial que comprende la gestión, desarrollo e implementación del proyecto.

7.8.1 Las necesidades de inversión son las siguientes:

- Se hay adquisición de terreno en la primera fase del proyecto, y por lo tanto, hay inversión en edificios. También se proyecta un arriendo de la sede operativa y administrativa en Bucaramanga y la Lizama.

- Para la operación del negocio, se estima la compra de bicicletas y herramientas como carpas, entre otros. La inversión en dichos equipos y herramientas asciende a \$60.000.000=.
- Se requiere adquirir en un horizonte de 36 meses muebles y enseres por valor de \$120.000.000= correspondiente a adecuar la recepción, el bar., las cabañas el mirador, entre otras inversiones.
- Se requiere una inversión equivalente a \$200.000.000 por concepto de gastos preoperativos en el momento de partida del proyecto, al igual que en el primer año se requiere destinar \$100.000.000= para este mismo rubro.
- El efectivo se estima en 45 días. del primer año de producción, excluyendo depreciaciones, amortización de diferidos y prestaciones.
- Se requiere provisión de materias primas para 15 días.
- Se estima necesario quince días de respaldo para los productos en proceso y 1 día para los productos terminados correspondiente a alimentos, memorias, recordatorios, entre otros.

7.8.2 El incremento en los ingresos por ventas. Se estableció con base en las proyecciones de ventas del proyecto tomando ingresos por ecoturismo y venta de servicios ambientales la empresa, teniendo presente la aplicación de la inflación proyectada.

7.8.3 La inflación. Que se tuvo en cuenta para la evaluación, contempla un incremento del 6% para los cinco años.

7.9 FLUJOS DE INGRESOS Y EGRESOS DEL PROYECTO

7.9.1 Ingresos por ventas con tasa constante de crecimiento.

ESCENARIO I.

La siguiente tabla muestra los ingresos en cada año del proyecto, teniendo en cuenta las proyecciones de ventas por producto y los precios unitarios.

Cuadro 17. Ingresos por año del proyecto.

CONCEPTO	2007	2008	2009	2010	2011
Ventas					
Netas	306.339.996	373.428.455	455.209.286	554.900.120	676.423.246

Fuente: Elaborado por la autora.

Fuentes de ingresos:

- Visitantes.
- Excursiones académicas.
- Servicios ambientales.

Para el primer año se tendrían ingresos por \$ **306.339.996** millones de pesos; en el año 2 se alcanzarían \$ **373.428.455**, en el año 3 \$ **455.209.286** millones de pesos, que representan incrementos anuales del 22% y 22% respectivamente. El incremento simulado de los ingresos para los años cuatro y cinco, es también del 22% con respecto al año anterior.

- Calculo de ingreso por ventas mensuales

Cuadro 18. Ingreso por ventas mensuales.

**INGRESOS AL BIOPARQUE LA
LIZAMA**

Año 1	Año 1
Unidades	10.000
Precio	10.000
Ingresos	100.000.000

VENTA SERVICIOS AMBIENTALES

Año 1	Año 1
Ingresos	189.000.000

Año 1	Año 1
Ingresos Totales	289.000.000
NUMERO MESES	12
INGRESOS PRIMER MES	24.083.333

Ventas netas mes	Proyect. 2007	24.083.333
------------------	---------------	------------

Fuente: Elaborado por la autora.

7.9.2 Ingreso por venta con tasa variable de crecimiento.

ESCENARIO II

Es importante resaltar que la meta para terminar de construir la infraestructura para el ecoturismo es a 36 meses, es altamente probable que los años cuatro y cinco presenten un alto incremento de ingresos producto de la alta demanda de visitantes y venta de servicios ambientales del bioparque del bosque tropical húmedo.

Cuadro 19. Ingreso por venta con tasa variable de crecimiento.

**INGRESOS AL
BIOPARQUE LA LIZAMA**

Año 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	10.000	15.000	20.000	40.000	50.000
Precio	10.000	10.000	10.000	15.000	20.000
Ingresos	100.000.000	150.000.000	200.000.000	600.000.000	1.000.000.000

**VENTA SERVICIOS
AMBIENTALES**

Año 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	189.000.000	189.000.000	207.900.000	207.900.000	226.800.000

TOTAL INGRESOS

Año 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Totales	289.000.000	339.000.000	407.900.000	807.900.000	1.226.800.000

Fuente: Elaborado por la autora

Para el primer año se tendrían ingresos por \$289.000.000= millones de pesos; en el año 2 se alcanzarían \$339.000.000=, en el año 3 \$407.000.000= millones de pesos, que representan incrementos anuales del 17,3% y 20% respectivamente.

Para el cuatro se tendrían ingresos por \$807.900.000= millones de pesos; en el año cinco se alcanzarían \$1.226.8000=, que representan incrementos anuales del 98%% y 52% respectivamente.

7.10 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.

Un estado de resultados simplificado del proyecto es el que a continuación se presenta, Con crecimiento de ventas constante:

7.10.1 Estado de resultado.

ESCENARIO I

En la tabla anterior se aprecia que, el proyecto presenta una pérdida antes de impuestos de 165.624.000 millones para el primer año y de 118.440.000 millones para el segundo año, lo cual es normal para un proyecto de alta inversión inicial. Así mismo se observa que sólo a partir del quinto año de ejecución el proyecto presenta utilidad, situación que a pesar de presentarse no descarta la viabilidad financiera del negocio, sino que refleja una recuperación de la inversión y retorno de la misma a partir del quinto año. Lo anterior con base en la proyección de ventas con un incremento del 22% de un año respecto al anterior.

Cuadro 20. Estado de resultados proyectado:

CONCEPTO	2007	2008	2009	2010	2011
Ventas Netas	306.339.996	373.428.455	455.209.286	554.900.120	676.423.246
(-) Costo de mercancías vendidas	50.791.667	64.123.375	78.233.321	95.402.325	116.331.845
Inventario Final Mercancías	2.208.333	2.691.958	3.284.407	4.005.127	4.883.770
Compras	53.000.000	64.607.000	78.825.770	96.123.045	117.210.488
Inventario Inicial	0	2.208.333	2.691.958	3.284.407	4.005.127
Utilidad Bruta en Ventas	255.548.329	309.305.080	376.975.965	459.497.795	560.091.402
Gastos de personal	129.138.274	136.886.570	145.099.764	153.805.750	163.034.095
Retención y aporte de nómina	17.596.530	18.652.322	22.009.740	25.971.493	30.646.362
Impuestos	500.000	530.000	561.800	595.508	631.238
Servicios	12.720.000	13.483.200	14.292.192	15.149.724	16.058.707
Mantenimiento y Reparaciones	2.544.000	2.696.640	2.858.438	3.029.945	3.211.741
Depreciaciones	69.000.000	69.000.000	69.000.000	69.000.000	69.000.000
Diversos	13.992.000	14.831.520	15.721.411	16.664.696	17.664.578
Gastos operacionales de ventas	45.845.000	51.031.103	57.061.725	64.104.342	72.362.059
Utilidad Operacional	39.603.474	1.851.235	46.083.237	106.631.421	182.665.009
Gastos Financieros	66.020.934	56.589.372	120.535.492	100.416.588	80.753.109
Amortización Diferidos	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Utilidad antes de imponenta	165.624.408	118.440.607	134.452.254	53.785.168	41.911.900
Imponenta	57.968.543	41.454.212	47.058.289	18.824.809	14.669.165

Fuente: Elaborado por la autora

7.10.2 Otro escenario es el estado de resultados con un incremento en ventas.

ESCENARIO II

Cuadro 21. Estado de resultados con un incremento en ventas.

CONCEPTO	2007	2008	2009	2010	2011
Ventas Netas	306.339.996	422.136.514	581.704.117	801.588.273	1.104.588.6 40
(-) Costo de mercancías vendidas	50.791.667	72.199.250	99.633.759	137.367.539	189.365.29 1
Inventario Final Mercancías	2.208.333	3.043.083	4.199.595	5.789.911	7.981.538
Compras	53.000.000	73.034.000	100.790.270	138.957.855	191.556.91 8
Inventario Inicial	0	2.208.333	3.043.083	4.199.595	5.789.911
Utilidad Bruta en Ventas	255.548.329	349.937.264	482.070.357	664.220.734	915.223.34 9
Gastos de personal	129.138.274	136.886.570	145.099.764	153.805.750	163.034.09 5
Retención y aporte de nómina	17.596.530	18.652.322	22.009.740	25.971.493	30.646.362
Impuestos	500.000	530.000	561.800	595.508	631.238
Servicios	12.720.000	13.483.200	14.292.192	15.149.724	16.058.707
Mantenimiento y Reparaciones	2.544.000	2.696.640	2.858.438	3.029.945	3.211.741
Depreciaciones	69.000.000	69.000.000	69.000.000	69.000.000	69.000.000
Diversos	13.992.000	14.831.520	15.721.411	16.664.696	17.664.578
Gastos operacionales de ventas	45.845.000	53.466.506	63.386.467	76.438.750	93.770.329
Utilidad Operacional	39.603.474	36.345.547	144.852.888	299.019.951	516.388.68 7
Gastos Financieros	66.020.934	56.589.372	120.535.492	100.416.588	80.753.109

Amortización Diferidos	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Utilidad antes de imponenta	165.624.408	80.243.825	35.682.604	138.603.363	375.635.578
Imponenta	57.968.543	28.085.339	12.488.911	48.511.177	131.472.452
Utilidad Neta	107.655.865	52.158.486	23.193.693	90.092.186	244.163.126

Fuente: Elaborado por la autora

Así mismo se observa que sólo a partir del CUARTO año de ejecución el proyecto presenta utilidad, situación que a pesar de presentarse no descarta la viabilidad financiera del negocio, sino que refleja una recuperación de la inversión y retorno de la misma a partir del quinto año.

7.11 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO.

A partir de la inversión inicial del proyecto, de la inversión en capital de trabajo, del movimiento efectivo de operación, de la venta de propiedad planta y equipo y de la liquidación del capital de trabajo se puede obtener el flujo de caja del proyecto que se presenta en la siguiente tabla:

7.11.1 Flujo de caja

Cuadro 22. Flujo de caja ESCENARIO I.

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTO BIOPARQUE

INGRESOS	AÑO 0	2007	2008	2009	2010	2011
		AÑO				
Saldo a Año anterior	0	16.488.000	18.104.742	50.868.130	31.173.096	25.266.460
Por ventas		306.339.996	373.428.455	455.209.286	554.900.12	676.423.246
Por cuentas por cobrar	0	0	0	0	0	0
Por prestamo Bancario	628.770.800	0	0	0	0	0
Aportes Sociales	767.717.200	0	0	0	0	0
Aportes Institucionales y Estado	400.000.000	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS	1.796.488.000	322.827.996	355.323.713	506.077.416	586.073.21	701.689.706
EGRESOS						
Compra Activos fijos	1.480.000.000	0	0	0	0	0
Compras	0	48.760.000	59.438.440	72.455.458	88.323.204	107.665.985
Gastos op/nales de ventas	0	45.845.000	51.031.103	57.061.725	64.104.342	72.362.059
Gastos de personal	0	129.138.274	136.886.570	145.099.764	153.805.75	163.034.095
Retención y Aportes de Nomina	0	17.596.530	18.652.322	22.009.740	25.971.493	30.646.362
Servicios	0	12.720.000	13.483.200	14.292.192	15.149.724	16.058.707
Arrendamiento	0	3.816.000	4.044.960	4.287.658	4.544.917	4.817.612
Gastos Financieros, comisión FRG	0	66.020.934	56.589.372	120.535.492	100.416.58	80.753.109
Mantenimiento y reparaciones	0	2.544.000	2.696.640	2.858.438	3.029.945	3.211.741
Gastos Preoperativos	300.000.000	0	0	0	0	0
Diversos	0	13.992.000	14.831.520	15.721.411	16.664.696	17.664.578
Pago obligación financiera	0	0	0	56.306.294	128.888.56	154.101.513
Proveedores	0	0	4.240.000	5.168.560	6.370.311	7.799.841
Impuestos	0	500.000	530.000	561.800	595.508	631.238
Imporrenta	0	0	57.968.543	41.454.212	47.058.289	18.824.809

TOTAL EGRESOS	1.780.000.000	340.932.737	304.455.584	474.904.320	560.806.756	639.922.032
SALDO CAJA	16.488.000	18.104.742	50.868.130	31.173.096	25.266.460	61.767.674

Fuente: Elaborado por la autora

Se puede observar de la tabla anterior que la PREINVERSIÓN del proyecto asciende a \$1.780.000.000= millones de pesos, y que el proyecto presenta flujo POSITIVO a partir del segundo año de evaluación. El comportamiento del flujo de caja, se debe a la inversión en capital de trabajo, propiedad y preoperativos, así como el movimiento efectivo de la operación, que para el primer año presenta un comportamiento negativo de 18 millones de pesos aproximadamente.

7.11.2 Flujo de caja ESCENARIO II.

Cuadro 23. Flujo de caja Escenario II.

INGRESOS	AÑO 0	2007	2008	2009	2010	2011
		AÑO				
Saldo a Año anterior	0	16.488.000	18.104.742	89.387.946	155.685.842	308.467.955
Por ventas		306.339.996	422.136.514	581.704.117	801.588.273	1.104.588.640
Por cuentasXC.	0	0	0	0	0	0
Por préstamo Bancario	628.770.800	0	0	0	0	0
Aportes Sociales	767.717.200	0	0	0	0	0
Aportes Institucionales y Estado	400.000.000	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS	1.796.488.000	322.827.996	404.031.773	671.092.062	957.274.114	1.413.056.594
EGRESOS						
Compra Activos fijos	1.480.000.000	0	0	0	0	0

Compras	0	48.760.000	67.191.28 0	92.589.584	127.588.447	175.816.879
Gastos op/nales de ventas	0	45.845.000	53.466.50 6	63.386.467	76.438.750	93.770.329
Gastos de personal	0	129.138.27 4	136.886.5 70	145.099.76 4	153.805.750	163.034.095
Retención y Aportes de Nomina	0	17.596.530	18.652.32 2	22.009.740	25.971.493	30.646.362
Servicios	0	12.720.000	13.483.20 0	14.292.192	15.149.724	16.058.707
Arrendamiento	0	3.816.000	4.044.960	4.287.658	4.544.917	4.817.612
Gastos Financieros, comisión FRG	0	66.020.934	56.589.37 2	120.535.49 2	100.416.588	80.753.109
Mantenimiento y reparaciones	0	2.544.000	2.696.640	2.858.438	3.029.945	3.211.741
Gastos Preoperativos	300.000.0 00	0	0	0	0	0
Diversos	0	13.992.000	14.831.52 0	15.721.411	16.664.696	17.664.578
Pago obligación financiera	0	0	0	56.306.294	128.888.567	154.101.513
Proveedores	0	0	4.240.000	5.842.720	8.200.687	11.369.408
Impuestos	0	500.000	530.000	561.800	595.508	631.238
Imporrenta	0	0	57.968.54 3	28.085.339	12.488.911	48.511.177
TOTAL EGRESOS	1.780.000.000	340.932.737	314.643.827	515.406.221	648.806.159	800.386.749
SALDO CAJA	16.488.000	18.104.742	89.387.946	155.685.842	308.467.955	612.669.846

Fuente: Elaborado por la autora

Se puede observar de la tabla anterior que la PREINVERSIÓN del proyecto asciende a \$1.780.000.000= millones de pesos, y que el proyecto presenta flujo POSITIVO a partir del segundo año de evaluación. El comportamiento del flujo de

caja, se debe a la inversión en capital de trabajo, propiedad y preoperativos, así como el movimiento efectivo de la operación, que para el primer año presenta un comportamiento negativo de 18.104.742 millones de pesos aproximadamente. Muestra que el comportamiento del flujo de caja es positivo a través del tiempo.

7.12 BALANCE GENERAL PROYECTADO.

BALANCE GENERAL ESCENARIO I

Cuadro 24. Balance general proyectado.

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011
ACTIVO						
Disponible						
Caja	16.488.000	18.104.742	50.868.130	31.173.096	25.266.460	61.767.674
Cuentas por cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios	0	2.208.333	2.691.958	3.284.407	4.005.127	4.883.770
Total activo corriente	16.488.000	15.896.408	53.560.088	34.457.503	29.271.586	66.651.445
Terrenos	370.000.000	370.000.000	370.000.000	370.000.000	370.000.000	370.000.000
Construc.y Edificaciones	900.000.000	900.000.000	900.000.000	900.000.000	900.000.000	900.000.000
Maquinaria y equipo	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Equipo de oficina	120.000.000	120.000.000	120.000.000	120.000.000	120.000.000	120.000.000
Equipo de Computación	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Vehiculos	0	0	0	0	0	0
(-) Depreciac acumulada	0	69.000.000	138.000.000	207.000.000	276.000.000	345.000.000

Depreciac Construcciones y Edificios	0	45.000.000	45.000.000	45.000.000	45.000.000	45.000.000
Maquinaria y Equipo	0	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Equipo de Oficina	0	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Equipo de Computación	0	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Vehículos	0	0	0	0	0	0
Total prop.plant.y equip.	1.480.000.00 0	1.411.000. 000	1.342.000.0 00	1.273.000. 000	1.204.000.0 00	1.135.000.00 0
Organización y preoperativos	300.000.000	240.000.00 0	180.000.000	120.000.00 0	60.000.000	0
Total diferidos	300.000.000	240.000.00 0	180.000.000	120.000.00 0	60.000.000	0
TOTAL ACTIVOS	1.796.488.00 0	1.635.103. 592	1.575.560.0 88	1.427.457. 503	1.293.271.5 86	1.201.651.44 5

Fuente: Elaborado por la autora

BALANCE GENERAL ESCENARIO II

Cuadro 25. Balance general proyectado.

DESCRIP CION	AÑO 0	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011
ACTIVO						
Disponible						
Caja	16.488.00 0	18.104.742	89.387.94 6	155.685.842	308.467.955	612.669.846
Cuentas por cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios	0	2.208.333	3.043.083	4.199.595	5.789.911	7.981.538

Total activo corriente	16.488.000	15.896.408	92.431.029	159.885.436	314.257.865	620.651.384
Terrenos	370.000.000	370.000.000	370.000.000	370.000.000	370.000.000	370.000.000
Construc.y Edificaciones	900.000.000	900.000.000	900.000.000	900.000.000	900.000.000	900.000.000
Maquinaria y equipo	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Equipo de oficina	120.000.000	120.000.000	120.000.000	120.000.000	120.000.000	120.000.000
Equipo de Computación	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Vehículos	0	0	0	0	0	0
(-) Depreciac acumulada	0	69.000.000	138.000.000	207.000.000	276.000.000	345.000.000
Depreciac Construcciones y Edificios	0	45.000.000	45.000.000	45.000.000	45.000.000	45.000.000
Maquinaria y Equipo	0	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Equipo de Oficina	0	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Equipo de Computación	0	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Vehículos	0	0	0	0	0	0
Total prop.plant y equip.	1.480.000.000	1.411.000.000	1.342.000.000	1.273.000.000	1.204.000.000	1.135.000.000
Organización y preoperativos	300.000.000	240.000.000	180.000.000	120.000.000	60.000.000	0

Total diferidos	300.000.000	240.000.000	180.000.000	120.000.000	60.000.000	0
TOTAL	1.796.488.000	1.635.103.592	1.614.431.029	1.552.885.436	1.578.257.865	1.755.651.384

Fuente: Elaborado por la autora

7.13 CUADRO INGRESOS Y COSTOS POR MES

7.13.1 Ingresos y costos por mes

ESCENARIO I

Cuadro 26. Ingresos y costos por mes.

ANOS	2007	2008	2009	2010	2011
CONDICIÓN NORMAL					
VENTAS NETAS	25,528,333	31,119,038	37,934,107	46,241,677	56,368,604
COSTOS FIJOS	21,128,600	22,601,284	28,585,046	30,484,075	32,972,416
COSTOS VARIABLES	8,053,056	9,596,206	11,274,587	13,292,222	15,724,492
UTILIDAD	-8,971,322	-6,415,533	-7,282,830	-2,913,363	2,270,228
CONDICIÓN OPTIMISTA					
VENTAS NETAS	30,634,000	37,342,845	45,520,929	55,490,012	67,642,325
COSTOS FIJOS	27,437,336	29,177,498	35,517,024	37,851,024	40,870,153
COSTOS VARIABLES	9,884,500	11,563,810	13,588,749	16,022,739	18,957,255
UTILIDAD	-6,687,836	-3,398,463	-3,584,845	1,616,249	7,814,916
CONDICIÓN PESIMISTA					
VENTAS NETAS	15,317,000	18,671,423	22,760,464	27,745,006	33,821,162
COSTOS FIJOS	23,759,869	24,641,186	29,898,113	30,906,654	32,304,304
COSTOS VARIABLES	4,984,650	5,833,591	6,858,078	8,089,368	9,574,072
UTILIDAD	-13,427,519	-11,803,354	-13,995,727	-11,251,015	-8,057,214

Fuente: Elaborado por la autora

7.13.2 INGRESOS Y COSTOS POR MES ESCENARIO II

Cuadro 27. Ingresos y costos por mes.

ANOS	2007	2008	2009	2010	2011
CONDICIÓN NORMAL					
VENTAS NETAS	25,528,333	35,178,043	48,475,343	66,799,023	92,049,053
COSTOS FIJOS	21,128,600	23,715,357	31,465,827	36,095,407	42,706,024
COSTOS VARIABLES	8,053,056	10,472,146	13,585,019	17,817,191	23,594,635
UTILIDAD	-8,971,322	-4,346,541	-1,932,808	7,507,682	20,346,927
CONDICIÓN OPTIMISTA					
VENTAS NETAS	30,634,000	42,213,651	58,170,412	80,158,827	110,458,864
COSTOS FIJOS	27,437,336	30,479,273	38,917,555	44,497,663	52,419,184
COSTOS VARIABLES	9,884,500	12,650,051	16,417,674	21,539,661	28,532,725
UTILIDAD	-6,687,836	-915,672	2,835,183	14,121,503	29,506,956
CONDICIÓN PESIMISTA					
VENTAS NETAS	15,317,000	21,106,826	29,085,206	40,079,414	55,229,432
COSTOS FIJOS	23,759,869	25,273,300	31,565,557	34,176,783	37,995,687
COSTOS VARIABLES	4,984,650	6,383,452	8,290,844	10,883,524	14,423,763
UTILIDAD	-13,427,519	-10,549,926	-10,771,194	-4,980,893	2,809,982

Fuente: Elaborado por la autora

En el Anexo G se presentan algunas fuentes de financiación para ecoturismo.

8. CRITERIOS GENERALES DE LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA LA GESTIÓN DE RECURSOS DEL BIOPARQUE

El bioparque ha tomado como procedimiento para gestión de recursos de cooperación internacional los lineamientos de la Agencia colombiana de cooperación internacional, ACCI. Por lo tanto se aconseja a la empresa Bosques y Viveros tomar estos modelos para conseguir cooperación internacional.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El país cuenta con suficientes entidades interesadas en el ecoturismo, al igual que con el apoyo suficiente del gobierno nacional para que esta actividad se desarrolle correcta y efectivamente, pero se deben tener muy en cuenta los procesos de capacitación, sensibilización, trabajo en equipo y unificación de conceptos a realizar para alcanzar el objetivo.
- De acuerdo a los resultados de la investigación de mercados ARBORETUM se considera como una fuente de desarrollo cultural ya que cuenta con canales de ecoturismo atractivos para la comunidad interesada en la biodiversidad
- El proceso de reservas en Colombia es manejado de manera similar en todas las Agencias de Viajes y Operadores Turísticos, manejo que es usual en muchas partes del mundo. Por esta razón se considera favorable para Arboretum ser parte de paquetes turísticos en agencias de viajes para promocionar su mercado.
- Al observar casos exitosos en otros países se concluye que aspectos como la conservación de las especies y el desarrollo de los ecosistemas deben primar sobre el enriquecimiento a partir del ecoturismo para desarrollarlo adecuadamente. Debe existir un punto de equilibrio entre la conservación y los ingresos que genera esta actividad para que sea próspera.
- Para realizar una buena promoción del ecoturismo en Colombia se pueden utilizar diversos medios como prensa, televisión e Internet, y otros. Antes de pensar en estos medios, es necesario que las entidades relacionadas con el desarrollo de planes ecoturísticos visiten los destinos y comprendan el verdadero

sentido del ecoturismo para que realicen la promoción basados en su propia experiencia.

- Las alianzas o convenios con las entidades relacionadas con el desarrollo de actividades ecoturísticas deben estar basadas en la confianza, la cooperación y la búsqueda del beneficio mutuo, de manera que todos se puedan facilitar información valiosa para el desarrollo de su negocio y del sector.
- Los indicadores establecidos permiten medir la calidad en los servicios prestados a los ecoturistas durante su viaje, al igual que el impacto de las fuentes de inversión interesadas en el Bioparque.
- Es un proyecto rentable que busca la distribución justa de riquezas y el desarrollo sostenible. Con los atributos naturales del país el ecoturismo puede y debería contribuir al desarrollo de la economía nacional, este proyecto puede representar un grano de arena para alcanzar esa meta.

BIBLIOGRAFÍA

ARIAS, Fernando y otros. Contaduría y Administración. México: Universidad Nacional Autónoma, 1998.

DANE. Documentos de estudios poblacionales de la Biblioteca del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas.

CEBALLOS, Héctor. Ecoturismo. México: Editorial Diana, 1998.

CONTIKI. Revista de promoción Australia + New Zealand. Canadá: HARP Design & Advertising, 2000.

FERIA INTERNACIONAL DEL TURISMO. Bogotá: COTELCO, Oct. 3 y 4 de 2003.

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA COLOMBIA. Guía de rutas por Colombia. Bogotá: Puntos suspensivos, 2002 – 2003.

PÉREZ DE LAS HERAS, Mónica. La guía del Ecoturismo. Madrid-España: Recuadro S.L., 1998.

UAESPNN. Informe de gestión nacional. Bogotá: UAESPNN, 2000.

ENTREVISTAS.

Entrevista realizada el día 25 de julio del 2007 al diseñador industrial Fredy Ochoa del Instituto Alexander Von Humboldt

Ministerio de Comercio Industria Y turismo el día 26 de julio del 2007

Julián Andrés Becerra Gómez de Bancoldex (Banco de Comercio exterior de Colombia). 28 de julio 2007.

Cámara de Comercio de la ciudad de Bucaramanga en programas turísticos, apoyados por el señor Edgar Vargas

La ambientalista Juliana Niño de Información Turística de la Biblioteca Gabriel Turbia Bucaramanga. 27 de agosto 2007.

En la entrevista el día 10 de septiembre con la señora Adriana Maria Fernández de la CMB Bucaramanga 2007.

PÁGINAS WEB.

www.anato.org.co

www.comunidadandina.org "Vive Colombia, Viaja por ella".

www.minambiente.gov.co

www.mincomercio.gov.co

www.mindefensa.gov.co

www.parquesnacionales.gov.co

[www.Consultores de marketing systems, Plan integral de marketing turístico "Barcelona España"](#)



ANEXO A. ENCUESTA ESTUDIO DE MERCADO PARA EL BIOPARQUE ARBORETUM

Participe en nuestra encuesta

Por favor, dedique unos minutos a completar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione nos es muy útil para conocer mejor a nuestros visitantes. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por ARBORETUM.

Esta encuesta dura aproximadamente (5) minutos.

1. Preguntas demográficas

Nombre:-----

Sexo: ----- edad: -----

Ciudad de origen: -----

Marque con una X según su gusto

2. Preguntas de Interés General

¿Cuáles de los tres sitios mencionados le gustaría ir de vacaciones?

a. playa----- b. parque natural. ----- c. Ciudad. -----

3. Motivo de viaje

¿Qué actividades le gusta hacer una vez este de viaje?

a. descansar----- b. conocer. -----

c. Ir de compras ----- c. la aventura. -----

d. Otros. -----

4. Compañero de viaje.

¿Cuando viaja que compañero(a) de viaje prefiere?

a. solo----- b. Con su Familia. ----- c. Con su pareja-----

d. Otros. -----

5. Sobre el Tema en general

a. ¿Conocimiento del término Ecoturismo?

SI.----- NO. -----

b. ¿Usted como ha conocido el tema de Ecoturismo?

a. Televisión/radio.----- b. Familia/amigos-----

c. Agencias de viajes ----- d. Otros -----

5. Interés de viajes turísticos ecológicos

¿Le parece atractivo un plan de turismo Ecológico?

SI. ----- NO. -----

6. Organización viajes

¿Usualmente como organiza sus Viajes? ¿Por qué motivo?

a. Directamente.----- b. Agencias de viajes. -----

c. Familia o Familiares. ----- d. Otros medios. -----

Porque -----

7. Interés en conocer planes ecoturísticos

¿Desear conocer información de planes ecoturísticos en Santander?

a. si me gustaría. ----- b. No me gustaría. -----

8. Información del plan Ecoturístico

¿Mediante que medios de comunicación le gustaría recibir información acerca de los planes ecoturísticos?

a. el Internet----- b. Televisión / radio.-----

c. otros como cuales-----

9. Tipo de alojamiento

¿Que tipo de alojamiento prefiere?

a. Camping----- b. Alquiler de apartamento.----- C.

Hotel normal.-----c. Casa de amigos o familiares -----

d. Otros.-----

10. Disposición de pago

¿Cuanto estarás dispuesto a pagar por un día de alojamiento de un plan Ecoturístico que incluya: Transporte, Ingreso, Alimentación y Servicios Complementarios (Guía, Actividades, Recreación, etc.)?

- a. Menos de \$ 20000.----- b. entre \$ 21000 y 30000-----
c. Entre \$ 31000 y 40000 -----d. entre 41000 y 50000-----
e. Más de \$ 50000. -----

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

ANEXO B. PRINCIPIOS Y CRITERIOS FORMULADOS EN EL PROCEDIMIENTO DE APOYO DE BIOCERCOMERCIO SOSTENIBLE DIRIGIDO POR EL INSTITUTO ALEXANDER VON HUMBOLDT

Principio 4. Derechos y responsabilidades de tenencia y uso de la tierra

Y los recursos naturales. La tendencia y los derechos de uso a largo plazo sobre la tierra y los recursos naturales deben estar claramente definidos y legalmente establecidos.

Criterio 4.1 Cuando el proyecto desarrolle actividades directas en territorio de pueblos indígenas, comunidades afrocolombianas y otras comunidades locales, estos deben controlar el manejo de sus territorios y recursos (de acuerdo a la ley 21 de 1991).¹⁰

Criterio 4.2 Se debe demostrar clara evidencia del derecho de uso de la tierra en un plazo acorde con los objetivos del sistema productivo.¹¹

Principio 5. Respecto al los derechos de los pueblos indígenas, comunidades afrocolombianas y otras comunidades locales

Criterio 5.1 Cuando el proyecto desarrolle actividades dentro de territorios, pueblos indígenas, comunidades afrocolombianas y otras comunidades locales, estos deben controlar el manejo de sus territorios y recursos (de acuerdo con la ley 21 de 1991), a menos que deleguen este control a terceros con el debido consentimiento y de manera voluntaria.

¹⁰ **La ley 21 de 1991 adopta el convenio 169 de la OIT, sobre pueblos indígenas y tribuales en países independientes** a menos que este control a terceros con el debido consentimiento y de manera voluntaria.

¹¹ **v.g. Título de propiedad de la tierra derechos consuetudinarios, contratos de arrendamiento**

Criterio 5.2 Cuando el proyecto utilice conocimiento tradicional, de los pueblos indígenas, comunidades afrocolombianas y otras comunidades locales, se debe reconocer, respetar y compensar este conocimiento en cuanto al uso de especies. La compensación deberá ser formalmente acordada con el consentimiento de dichos grupos, con su debido conocimiento y de manera voluntaria, antes del inicio de las operaciones de acuerdo con el artículo 7 de la decisión 391 de 2 de julio de 1996.¹²

Criterio 5.3 Cuando el proyecto desarrolle actividades en lugares de especial significado cultural, ecológico, económico o religioso para pueblos indígenas, comunidades afrocolombianas y otras comunidades que estén dentro del sistema productivo. Estos deben ser claramente identificados y respetados por el proyecto.

Principio 6. Responsabilidad comunitaria y derecho de los trabajadores

el proyecto debe tener una política de responsabilidad social, de tal manera que aporte con sus esfuerzos propios al desarrollo del país, sea conciente en relación con el bien o servicio que ofrece, dé un trato justo y buenas condiciones a los trabajadores, garantice el bienestar de quienes lo usen y establezca buenas relaciones con sus proveedores

- Criterios de de evaluación para trabajadores.

Criterio 6.1 El proyecto debe cumplir o superar todas las leyes y/o reglamentos elaborados para sus empleados.

Criterio 6.2 El proyecto debe contemplar programas de capacitación para los empleados relacionados con las actividades del ciclo productivo.

¹² Diaz, Evelio. Bosques y Viveros.

Criterio 6.3 El proyecto debe respetar los derechos de los trabajadores a la organización participativa.

- Criterio de evaluación para el apoyo al desarrollo comunitario global.

Criterio 6.4 El proyecto dará prioridad a la participación laboral de personas provenientes de las comunidades locales en el desarrollo de las actividades del proyecto.

Criterio 6.5 En la medida de lo posible, el proyecto debe proponer oportunidades de capacitación para las comunidades locales en aspectos relacionados directamente con las actividades de producción.

Criterio 6.6 En la medida de lo posible, el proyecto debe dar apoyo debe dar apoyo a la consolidación de mercados locales relacionados directamente con las actividades de producción.

- Criterio de evaluación para clientes y proveedores

Criterio 6.7 El proyecto debe definir, divulgar e implementar un código de ética.¹³

Criterio 6.8 El proyecto debe garantizar y monitorear la calidad del producto que ofrece.

- Criterio de evaluación para la sociedad en conjunto.

¹³ El código de ética debe incluir aspectos como garantía de competencia justa, sin coacción, pago oportuno de las obligaciones, entre otros, así como un sistema de monitoreo claramente definido.

Criterio 6.9 El proyecto debe tener mecanismos para identificar los impactos sociales, y definir las acciones para prevenir y mitigar los negativos y potenciar los positivos.

Criterio 6.10 En lo posible el proyecto debe incluir desarrollo tecnológico novedoso.

Teniendo en cuenta los criterios mencionados anteriormente se definieron indicadores de RSE planteadas por bosques y viveros para evitar impacto negativo sobre la comunidad ubicada en el área de influencia, y las estrategias para generar beneficios como:

- Participación de la comunidad local
- Presencia de comunidades indígenas y afrocolombianas
- Proveedores de servicios como transporte, alimentación, guianza, entre otros, para la empresa ubicados en el área de influencia
- Grado de capacitación de los trabajadores de la empresa
- Estrategias para beneficiar las comunidades del área de influencia en áreas de capacitación, salud, generación de ingresos, fortalecimiento organizacional, calidad del servicio, etc.

ANEXO C. MANUAL DE BALANCE SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO OIT

Características socio laborales del personal

Relacionada Con Los Empleados

a. Demografía: identifica las características poblacionales del personal de la empresa, (empleados y trabajadores).

- **Indicadores:**

- **Indicador del género:** Mide el porcentaje de hombres o mujeres sobre el número total de trabajadores.
- **Indicador de la edad:** Mide el porcentaje de trabajadores por rango de edad y genero
- **Estado civil:** Mide el esto civil del personal vinculado.
- **Nivel educativo:** Muestra el nivel de información académica, por niveles y categoría de personal.
- **Tiempo de vinculación:** Mide el tiempo de vinculación a la empresa
- **Procedencia geográfica:** Se refiere al domicilio de los trabajadores como: local, nacional, internacional.
- **Clase de contrato:** Refleja la clase de contrato del personal como: a término indefinido, a término fijo, temporales, clasificado por género, edad etc.
- **Mujer cabeza de familia:** refleja el número total de mujeres cabeza de familia sobre el total de la población femenina de la empresa.

b. Ausentismo: Se refiere al número de horas de trabajo pérdidas del personal vinculado respecto al número de horas laborales, teniendo en cuenta las causas y su costo.

- **Indicadores:**

- **Enfermedad común:** Muestra el número e horas perdidas por enfermedad común y su costo respecto al número de horas laboradas, teniendo en cuenta áreas de trabajo, dependencias, plantas u oficinas.
- **Maternidad:** Refleja el número de horas perdidas por maternidad y su costo con respecto al total de las laborables.
- **Accidentalidad:** se entiende por accidente de trabajo, todo suceso que repentino que sobrevenga por causa o con acción el trabajo, y que produzca una lesión orgánica, una perturbación funcional, una invalidez o la muerte; también es aquel que se produce durante la ejecución de ordenes del empleador, o durante la ejecución de una labor bajo su autoridad aun fuera del lugar de trabajo.
- **Enfermedad profesional:** Se considera enfermedad profesional todo el estado patológico, permanente temporal que sobrevenga como consecuencia obligada y directa de la clase de trabajo que desempeña el trabajador o del medio en que se ha visto obligado a trabajar, y que haya sido determinado previamente como tal.
- **Otras causas de ausentismo:** Muestra el número de horas no laboradas, y su costo con respecto al total de horas laborales como: licencias remuneradas, licencias no remuneradas, permiso sindical.
- **Costo de ausentismo:** Muestra el costo total de las horas laborables no trabajadas, frente al costo total de la nómina. La empresa debe llevar el registro de eventos, causas, días, costo y reintegro para cada caso.

c. Rotación del personal: Busca reflejar el porcentaje del personal que ingresa y se retira de la empresa e un periodo de evaluación.

- **Indicadores:**

- **Ingresos:** Muestra porcentualmente la participación de nuevas vinculaciones laborales con respecto al promedio de trabajadores en el periodo.

- **Índice de rotación:** refleja el porcentaje de trabajadores que contribuyeron su vinculación laboral en el periodo con respecto al número de trabajadores promedio.
- **Índice de selección:** Muestra el número de personas contratadas con respecto al número de trabajadores en periodo de prueba, se puede hacer por área género y clase de contrato.

En este caso se debe analizar el índice de rotación frente a periodos anteriores y la generación de empleo con el crecimiento de la empresa; se debe evaluar igualmente la efectividad de los procesos de selección.

d. Jornada laboral: Muestra la jornada de trabajo definida por la empresa y debe tener presente si se trata desornadas diurnas, nocturnas, o turnos de trabajo; también indica si el horario es flexible y en que niveles. Especificar días y horarios de trabajo.

- **Indicadores:**
 - **Horas extras trabajadas:** se cuantifica por nivel y por área las horas de trabajo pagadas adicionalmente a las de una jornada de trabajo y su costo:
 - **Vacaciones:** Detalla el número de trabajadores que disfrutaron su período de vacaciones, el numero de vacaciones que lo acumularon y cuantos solicitaron su pago pero no lo disfrutaron.
 - **Trabajo desde el domicilio:** Detalla el número de trabajadores que realizaron trabajo desde el hogar para la empresa y que tiene un contrato laboral con ella.

Periódicamente deben controlarse las hora extras pagadas, la incidencia de las horas extras con la generación de empleo y el aumento de productividad. Se debe hacer seguimiento a la acumulación de vacaciones y a la liquidación de vacaciones en dinero, ya que esta situación no es conveniente para la empresa ni para el trabajador.

e. Salario y prestaciones: tiene en cuenta el valor que la empresa ha pagado en el periodo por cada concepto.

- **Indicadores:**

- **Salarios:** indica el total pagado según la categoría, Género y área durante el periodo.
- **Salario integral:** Indica el porcentaje de trabajadores con salario integral. (salario integral es aquel en que se incluyen primas, vacaciones, aportes seguridad social, etc.)
- **Manejo e nomina:** hace referencia al cumplimiento de pagos y a posibles reclamos y/o inconsistencias por pagos a los trabajadores.
- **Prestaciones:** Muestra el valor pagado por la empresa durante este periodo. Este se puede mostrar por área y genero.
- **Remuneración mensual:** refleja la remuneración mensual que la empresa paga a cada trabajador.
- **Indemnizaciones:** Muestra el dinero que la empresa paga por este concepto. Debe tener en cuenta los incentivos adicionales a los legales otorgados por retiros de mutuo acuerdo.
- **Compensaciones:** se refiere a aquellos beneficios económicos que hace la empresa ocasionalmente a sus trabajadores, tales como: aniversarios, logros, participación de utilidades, bonificación.

f. Servicios sociales de la empresa al personal

a. Salud: se refiere a los servicios que la empresa, de acuerdo con la ley de seguridad social (EPS) brinda a los trabajadores para la prevención y cuidado de la salud.

b. riesgos profesionales: De acuerdo con la ley de seguridad social la empresa esta en la obligación de velar por la buena salud de sus trabajadores llevando un

programa de prevención y asistencia medica a través de entidades especializadas para el desempeño de riesgos profesionales.

- **Indicadores:**

- **Accidentabilidad:** Es todo suceso imprevisto que sobrevenga por causa o por ocasión de trabajo y que produzcan al trabajador una lesión permanente o pasajera.

Se debe crear un informe sobre las campañas de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades ocasionadas por el trabajo. De esta manera la empresa podrá implementar acciones preventivas para evitar errores que afecten la buena salud de sus trabajadores en el tiempo.

- reubicaciones: en este caso se refiere al personal con problemas de salud, se debe cuantificar las causas por las cuales se lleva a cabo la reubicación del trabajador, y los programas de seguimiento.

c. Fondos de pensiones y cesantías:

- Indicadores
- **Aportes:** es el valor y porcentaje que hace la empresa a estos fondos par benéficos de sus trabajadores de acuerdo con la ley de seguridad social.

De esta manera la empresa debe promover el ahorro de las cesantías a sus trabajadores y mencionar las actividades que realizan.

d. Vivienda: se trata de evaluar la respuesta a las necesidades de los trabajadores para la solución de vivienda.

- **Indicador**
- **Indicador de vivienda:** muestra el número de trabajadores con vivienda propia

e. alimentación: Se debe garantizar la buena alimentación a los trabajadores y de más directivas del proyecto, de esta manera se contará con personal apto para el desempeño de diferentes labores, sin el ánimo de afectar su buen desempeño físico.

f. transporte: se refiere a la cobertura de este servicio por parte de la empresa, utilizando recursos propios o de terceros con el fin de brindar bienestar y seguridad a sus trabajadores, se debe evaluar la utilización del servicio, la clase de servicio prestada, y el costo.

g. Integración y desarrollo del personal.

Se trata de tener en cuenta la necesidad del trabajador, independientemente de los requerimientos básicos para su desarrollo; teniendo en cuenta con el desarrollo integral del mismo.

a. Información y comunicación: su fin es hacer que todo el personal obtenga en forma adecuada la información requerida y deseada.

- **Indicadores:**

- **Información para el desempeño del cargo:** tiene que ver con la información ofrecida por la empresa al trabajador para el desempeño eficaz del cargo. Teniendo en cuenta el manejo de equipos, organización interna, manual de funciones, reglamento productos o servicio entre otros.
- **Índice de reinducción:** el proceso de reinducción es actualización de normas, políticas, procedimientos y demás cambios realizados por la empresa.
- **Comunicación para lograr sentido de pertenencia:** es un proceso continuado que busca la integración del trabajador a la empresa y la identificación de este con sus objetivos y metas.

b. Desarrollo del personal: Contempla las acciones realizadas para cubrir la necesidad de lograr mayor identificación del trabajador con su entorno lográndose beneficios para la empresa y para el personal.

- **Indicadores:**

- **evaluación de desempeño:** Mecanismo utilizado por la empresa para valorar el desempeño de sus trabajadores y en cual se tienen presente sus potenciales a fin de poder responder a sus aspiraciones profesionales y económicas.
- **Programas de aseguramiento de calidad:** la empresa debe constituir un sistema de gestión de calidad que este diseñado para mejorar continuamente su desempeño considerando las necesidades de las partes interesadas. (empleado – empresa y consumidor final).

c. Capacitación: su finalidad es impartir conocimiento que trascienden el área que empeña la persona en ese momento.

La capacitación que se le da a las personas involucradas en el desarrollo el proyecto debe ser continuo que genere cambios a las personas, la empresa esta en la obligación de hacer evaluaciones previas sobre el comportamiento de las personas sujetas al cambio y evaluar el costo-beneficio de estos procesos y atender el logro y las expectativas de sus trabajadores.

d. Educación: la empresa debe fomentar la formación académica de su gente facilitando su acceso a programas educativos (escolar y bachiller), de forma tecnológica, superior o avanzada.

e. Campañas educativas: La empresa debe propiciar hechos de paz, pues son parte vital de la construcción del “tejido social “. Campañas como divulgación de valores, cambio de actitud, respeto por los derechos humas, etc.

h. Relaciones con la comunidad

Es importante tener clara la relación con la comunidad inmediata donde ejerce influencia, tratando de contribuir con la solución de problemas sociales.

a. Familia del trabajador: es un elemento fundamental para la estabilidad, el saber de sus necesidades básicas, como (salud, vivienda, alimentación etc.) contribuirá a mejorar desempeño el trabajador mejorando su productividad y creando un mayor sentido de pertenencia.

- Indicadores:
 - **Participación comunitaria:** muestra el aporte de la empresa para la generación de empleo en la zona.
 - **Programas de crecimiento:** Se refieren a aquellos proyectos que se emprenden para mejorar la calidad de vida de las personas como: acueducto, alcantarillado, educación, infraestructura etc.

ANEXO D. MANUAL DE BALANCE SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO OIT.

Balance de sostenibilidad en una política social:

1 Definir y planear: El cumplimiento de la responsabilidad social debe responder a un plan estratégico y a un plan social, no puede ser producto de acciones aisladas a través de prácticas informales o inversiones en programas comunitarios.

2 Hacer dialogo de la realidad interna: el informe social contribuye el diagnostico social en un periodo determinado y debe ser tan amplio como la adaptación de su responsabilidad social.

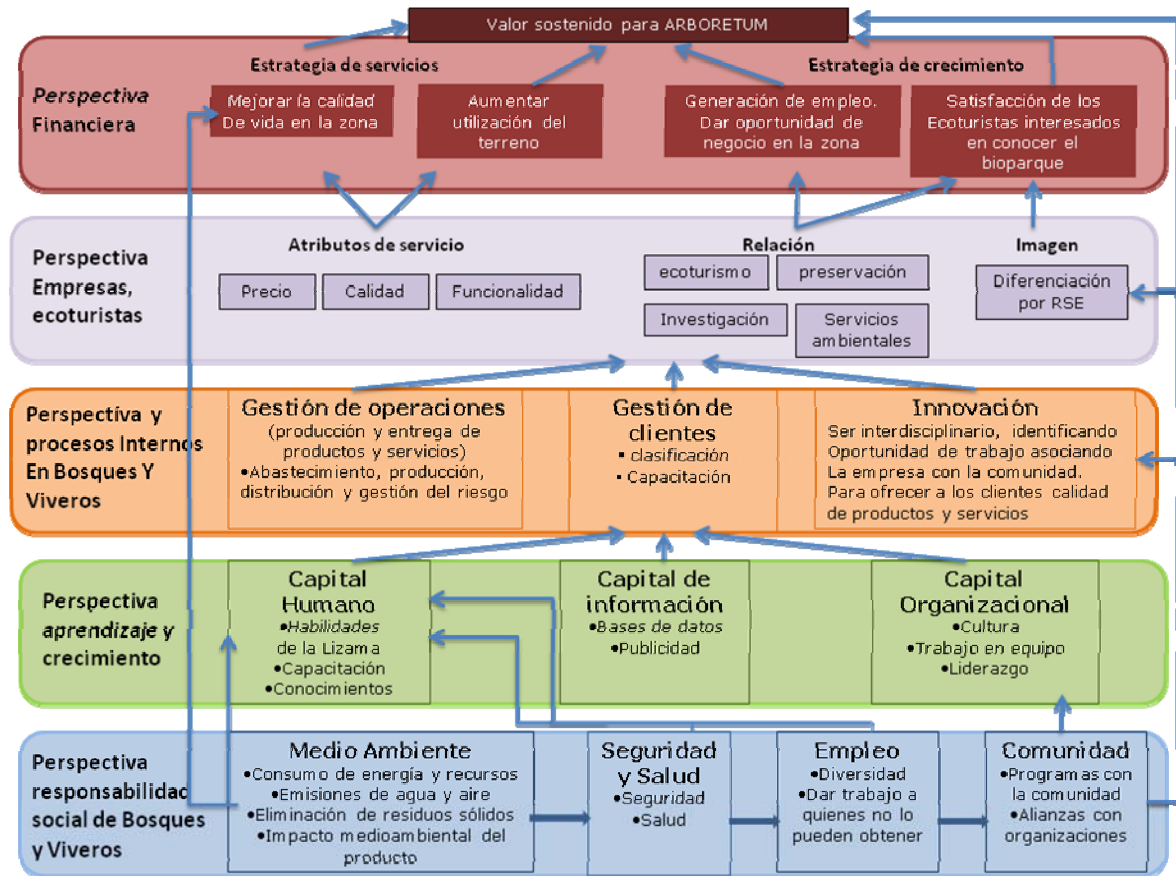
3 Definir objetos sociales: Estos permiten vislumbrar hacia donde se debe dirigir la empresa definiendo programas y proyectos especiales a la comunidad local.

4 asignar responsabilidades: es necesario estructurar un equipo de trabajo interdisciplinario que se haga responsable de elaborar he implementar esta herramienta.

5 Definir plan de trabajo: el equipo de trabajo debe definir que información hay, que se puede medir, como medirlo, como informarlo, hacer cronograma de actividades, asignar recursos y todo respaldo por la alta dirección.

6 Capacitación: es necesario capacitar el equipo de trabajo para hablar el mismo lenguaje en términos de conocimiento de la política social y la responsabilidad social de la empresa, el concepto de balance social como herramienta de gestión, y los programas y proyectos con los diferentes públicos con los que se relaciona la empresa.

ANEXO E. MAPA ESTRATÉGICO DEL BIOPARQUERO ARBORETUM



Fuente: Horton y Faján. Mapa estratégico 2004

ANEXO F. INDICADORES DE GESTIÓN BASADA EN LINEAMIENTOS DE LA RSE.

OBJETIVO (QUÉ MEDIR)	INDICADOR OBJETIVAMENTE VERIFICABLE (IOV)	FUENTES DE VERIFICACIÓN
MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LA POBLACIÓN QUE VIVE EN LA LIZAMA Y SUS ALREDEDORES CONTRIBUYENDO A GENERAR VALOR PÚBLICO.	Índice de calidad de Vida Periodo Actual / Índice de calidad de Vida periodo anterior	<ul style="list-style-type: none"> Definición ICV por Región. Registros Oficiales ICV
Prestar servicios que garanticen la satisfacción de las necesidades y expectativas de los usuarios del bioparque.	Índice de satisfacción de la población con los servicios del bioparque.	<ul style="list-style-type: none"> Tabulación encuestas de medición a usuarios. Registros formales de reclamos.
Conocer de manera integral a los Usuarios del bioparque.	Estudio sobre caracterización, estratificación, necesidades, expectativas, grado de vulnerabilidad y nivel de calidad de vida de la población (individuo, familia, comunidad)	<ul style="list-style-type: none"> Documento del estudio
Realizar eventos, actividades, estudios e investigaciones para determinar caracterización, estratificación, necesidades, expectativas, grado de vulnerabilidad y nivel de calidad de vida de la población	Número de estrategias implementadas para el conocimiento integral de la población (individuos, familia, comunidad).	<ul style="list-style-type: none"> Informes de estudios del grupo de gerencia delegada.
Mantener actualizada la información sobre caracterización, estratificación, necesidades, expectativas, grado de vulnerabilidad y nivel de calidad de vida de la población.	Nivel de actualización (%) del sistema de información o de la base de datos de caracterización, estratificación, necesidades, expectativas, nivel de satisfacción y nivel de calidad de vida de la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> Informes de estudios del grupo de gerencia delegada.
Estructurar un portafolio de servicios competitivo (accesibilidad, competitivo en precios, desconcentración).	Portafolio de servicios actualizado e implementado	<ul style="list-style-type: none"> Informes de estudios del grupo de gerencia delegada.
Analizar la calidad y la competitividad de los servicios suministrados por la competencia.	Estudio de análisis de la competencia.	<ul style="list-style-type: none"> Documento del estudio
Diseñar servicios orientados a satisfacer las necesidades y expectativas de la	(Total de tipos de necesidades cubierto por el portafolio de servicios) /	<ul style="list-style-type: none"> Informes de estudios del grupo de gerencia delegada.

OBJETIVO (QUÉ MEDIR)	INDICADOR OBJETIVAMENTE VERIFICABLE (IOV)	FUENTES DE VERIFICACIÓN	
	comunidad y a mejorar su nivel de calidad de vida	(Total Tipos de necesidades)	
	Prestar servicios del portafolio estructurado.	Número Total de usuarios de los servicios de la Caja / Número potencial de usuarios	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de estudios del grupo de gerencia delegada.
	Planear la prestación de los servicios del portafolio estructurado .	Plan de prestación de servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de estudios del grupo de gerencia delegada.
	Fortalecer la infraestructura para la prestación de los servicios del portafolio estructurado.	Número de servicios del portafolio que cuentan con infraestructura para ser prestados / Número total de servicios del portafolio estructurado	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de estudios del grupo de gerencia delegada.
		Numero de servicios del portafolio con infraestructura mejorada / Numero Total de servicios de portafolio estructurado que requieren mejor infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de estudios del grupo de gerencia delegada.
	Evaluar la satisfacción de los usuarios del bioparque.	Evaluación de la calidad del servicio suministrado VS. Evaluación del precio	<ul style="list-style-type: none"> • Tabulación encuestas de medición a usuarios. • Registros formales de reclamos. • Informes de estudios del grupo de gerencia delegada.
		Número de Reclamos periodo actual / Número de reclamos periodo anterior	<ul style="list-style-type: none"> • Registros formales de reclamos. • Informes de estudios del grupo de gerencia delegada.
		Número de usuarios que califican como satisfactorio el suministro del servicio / Número de usuarios consultados	<ul style="list-style-type: none"> • Tabulación encuestas de medición a usuarios. • Registros formales de reclamos. • Informes de estudios del grupo de gerencia delegada.
	Medir la rotación de usuarios.	(Total usuarios periodo (I+1))/Total de usuarios periodo (I)	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de estudios del grupo de gerencia delegada.
	Medir la preferencia del usuario hacia los servicios del bioparque con respecto a la competencia (lealtad del	(Número de servicios adquiridos) / Número de servicios adquiridos a la competencia	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de Mercado • Informes de estudios del grupo de gerencia delegada.

OBJETIVO (QUÉ MEDIR)	INDICADOR OBJETIVAMENTE VERIFICABLE (IOV)	FUENTES DE VERIFICACIÓN
usuario).	Estudio sobre el nivel de satisfacción de la población	<ul style="list-style-type: none"> • Tabulación encuestas de medición a usuarios. • Registros formales de reclamos. • Informes de estudios del grupo de gerencia delegada.
Medir el nivel de uso de los servicios del bipárque por usuario.	Total de Servicios Suministrados / Total de usuarios que hicieron uso de los servicios del bioparque.	<ul style="list-style-type: none"> • Registros oficiales. • Informes de estudios del grupo de gerencia delegada.

ANEXO G. ALGUNAS FUENTES DE FINANCIACIÓN PARA ECOTURISMO

ENTIDAD	LÍNEAS DE FINANCIACIÓN	CONDICIONES	PAGINA WEB
FINDETER Financiera de Desarrollo Territorial	<p>Son sujeto de financiación las inversiones, planes, programas, proyectos relacionados con el sector y las establecidas en la Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996), entre las cuales se destacan las siguientes:</p> <p>Inversiones para atención al turista:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Hotelería y Hospedaje ➤ » Sistemas de Tiempo Compartido ➤ » Establecimientos de Interés Turístico <p>Inversiones para la práctica de las modalidades de turismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ » Turismo Metropolitano ➤ » Ecoturismo ➤ » Etnoturismo ➤ » Agroturismo ➤ » Acuaturismo ➤ » Turismo de Interés Social ➤ » Turismo de Aventura <p>Inversiones para servicios de apoyo</p>	<p>REQUISITOS : Carta de solicitud de crédito.</p> <p>Autorización de endeudamiento vigente.</p> <p>Información financiera del solicitante del crédito.</p> <p>Formato de autorización de consulta a la CIFIN.</p> <p>El proyecto debe cumplir con la legislación vigente y las normas específica aplicables en los aspectos técnicos, sanitarios y ambientales.</p> <p>Certificación de disponibilidad de los recursos complementarios si el proyecto lo requiere o contempla.</p> <p>Estudios, diseños y presupuesto del proyecto.</p> <p>Evidenciar los trámites del proyecto requeridos por la autoridad ambiental competente.</p> <p>Certificación de la inclusión del proyecto en el Plan de Desarrollo respectivo (si es ente Territorial).</p> <p>Términos de referencia para la contratación de los estudios a financiar cuando el crédito solicitado se destine a pre-inversión.</p> <p>Carta del posible intermediario financiero manifestando la intención de intermediación o de aprobación de la operación</p>	www.findeter.gov.co

ENTIDAD	LÍNEAS DE FINANCIACIÓN	CONDICIONES	PAGINA WEB
	<p>a la actividad turística:</p> <p>Agencias de Viajes y Turismo</p> <p>Transporte de Pasajeros</p> <p>Alquiler de Vehículos</p> <p>Planes de Mercadeo y Promoción Turística para el Turismo Domestico e Internacional</p>		
<p>BANCOLDEX (Banco de Desarrollo Empresarial y Comercio Exterior)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Programa jóvenes emprendedores exportadores ➤ Modernización ➤ Mipymes ➤ Competitividad ➤ Mercado Exterior ➤ Línea Multiropósito ➤ Línea Microcrédito empresarial ➤ Línea Crédito para pequeños y medianos empresarios ➤ Línea Aeciespaña para Microempresas 	<p>REQUISITOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Hasta el 80% del proyecto sin superar 50 mill. o su valor equivalente en dólares ➤ Plazo hasta 5 años . Período de gracia 2 años ➤ Viabilidad y factibilidad del proyecto ➤ Moralidad comercial de los socios ➤ Garantías que respaldan el crédito ➤ Sector al que pertenece le proyecto 	<p>www.bancoldex.com</p>
<p>Cámara de Comercio</p>	<p>Orienta y asesora para buscar financiación con:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Banco de Bogotá ➤ Banco de Occidente ➤ Bancolombia 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hasta 50MM Cubre hasta el 70% del total requerido del proyecto ➤ Tas DTF +10% , redescuento 2.65 anual. Interés total 22.13% ➤ Plazo máximo 60 meses con período de gracia hasta de 12 meses según el flujo de caja 	<p>www.ccb.org.co</p>

ENTIDAD	LÍNEAS DE FINANCIACIÓN	CONDICIONES	PAGINA WEB
		del proyecto ➤ La garantía la otorga la entidad financiera sin consulta previa al FNG	
COOMEVA	Créditos para desarrollo empresarial Servicio de asesoría y acompañamiento al proyecto y ala ejecución	PARA CREACION: ➤ Hasta 160 MM ➤ Tasa DTF +3% hasta DTF +8 % según el monto del proyecto ➤ Plazo máximo 72 meses ➤ Cobertura del FNG en caso de que el socio no cuente con garantías PARA FORTALECIMIENTO: ➤ Hasta 70MM ➤ Hasta 12 meses Tasa DTF +12% Hasta 48 meses Tasa DTF +13% ➤ Plazo máximo 72 meses ➤ Cobertura del FNG en caso de que el socio no cuente con garantías	www.comeva.com.co
FONDO EMPRENDER	Asigna recursos económicos en calidad de CAPITAL SEMILLA a iniciativas empresariales que provengan y que sean desarrolladas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes o profesionales universitarios recién egresados	➤ Hasta 224 SMLMV que equivalen a \$80'192.000 ➤ Capital semilla, no reembolsable ➤ Si el proyecto requiere un monto mayor para su implementación, debe presentar en el Plan de Negocio la fuente de los recursos restantes. ➤ <i>Beneficiarios.</i> Podrán acceder a los recursos del Fondo Emprender, los ciudadanos colombianos, mayores de edad, que estén interesados en iniciar un proyecto empresarial en cualquier región del país y que acrediten, al momento del aval del plan de negocios, alguna de las siguientes condiciones: 1. Alumno Sena que haya finalizado la etapa lectiva de un programa de formación. 2. Alumnos o egresados de cursos Sena de poblaciones especiales que contemplen un componente de práctica, que haya alcanzado el 50% de la duración	www.fondoemprender.com

ENTIDAD	LÍNEAS DE FINANCIACIÓN	CONDICIONES	PAGINA WEB
		<p>del programa. Para el caso de los egresados la certificación se deberá haber obtenido dentro de los últimos 24 meses.</p> <p>3. Alumnos Sena que hayan obtenido certificación en una salida parcial, cuya duración sea mínima de 440 horas y la certificación se haya obtenido dentro de los últimos 24 meses.</p> <p>4. Egresado con certificación de aprobación, emitida por el Sena y/o entidad educativa aprobada por el Estado, de un (1) curso o programa de formación profesional integral con una duración no inferior a 500 horas, que haya culminado y obtenido la certificación dentro de los últimos 24 meses.</p> <p>5. Estudiante que se encuentre cursando los dos (2) últimos semestres en un programa de educación superior reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen.</p> <p>6. Personas que hayan concluido materias, dentro de los últimos doce (12) meses, de un programa de educación superior reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen.</p> <p>7. Profesional universitario cuyo primer título haya sido obtenido durante los últimos 24 meses, de un programa de educación superior reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen.</p> <p>Parágrafo. La presentación de un plan de negocio podrá realizarse de manera individual o asociativa. En el caso de las asociaciones estas tendrán que</p>	

ENTIDAD	LÍNEAS DE FINANCIACIÓN	CONDICIONES	PAGINA WEB
		<p>estar integradas por lo menos por el 51% de aprendices; el resto de la asociación podrá integrarse con los demás beneficiarios de que trata el artículo 2° del presente acuerdo.</p> <p>➤ Artículo 3°.</p>	
FUNDACION CORONA-Fondo de Desarrollo, Empresarial	Orienta y asesora para buscar financiación con: Megabanco Banco Agrario Financiera Compartir Banco Caja Social	<p>MICROCREDITO:</p> <p>➤ Tasa de interés promedio 25.04 anual</p> <p>➤ Plazo máximo capital de trabajo hasta de 36 meses</p> <p>La garantía la otorga la entidad financiera sin</p>	www.desarrolloempresarialcorona.org
Corporación Fondo Biocomercio Colombia	<ul style="list-style-type: none"> ○ Financiación de fomento ○ Inversión con capital de riesgo ○ Factoring. ○ Compra de facturas ○ Enlace entre las entidades del sector financiero y las empresas de Biocomercio 	<p>Ser una iniciativa de biocomercio constituida legalmente en Colombia Registrarse en la base de datos de biocomercio del Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt. Diligenciar el formulario de solicitud y anexar los soportes requeridos. Presentar el plan de negocios de la empresa con sus respectivos anexos Demostrar experiencia en ventas o comercialización de sus bienes o servicios superior a un año.</p>	www.humboldt.org.co/fbc

Fuente: Memorias *Crterios Generales de cooperación internacional para la gestión de recursos.*