

**DISEÑO DE CREACION DE AGENCIA DE VIAJES EN EL MUNICIPIO DE EL
SOCORRO SANTANDER BAJO LA MODALIDAD TURISTICA DE
BICITURISMO COMO ALTERNANTIVA DE ESTRATEGIA DE PROMOCION.**

AUTOR

KLEISDER FABIAN SANCHEZ AGREDO

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA

PROGRAMA DE TURISMO

BUCARAMANGA

2025

**DISEÑO DE CREACION DE AGENCIA DE VIAJES EN EL MUNICIPIO DE EL
SOCORRO SANTANDER BAJO LA MODALIDAD TURISTICA DE
BICITURISMO COMO ALTERNANTIVA DE ESTRATEGIA DE PROMOCION.**

AUTOR

KLEISDER FABIAN SANCHEZ AGREDO

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TITULO DE PROFESIONAL EN
TURISMO**

DIRECTOR

EDIS MAURICIO SANMIGUEL

DOCTOR EN DIRECCIÓN Y MERCADOTECNIA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA

PROGRAMA DE TURISMO

BUCARAMANGA

2025

DEDICATORIA

A mis padres, por su amor y apoyo incondicional, a mis profesores, por su guía y enseñanza a mis amigos, por su constante ánimo y compañía. Gracias a todos por ser parte de este logro.

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo agradecer a Dios que me permitió llegar a este punto de la carrera, por brindarme salud, conocimientos y su guía en estos cuatro años, agradecer a mi familia por el esfuerzo que me brindo para sacar adelante esta carrera, agradecer a los docentes que me estuvieron acompañando en mis estudios y en especial a los docentes que me guiaron en la construcción de este proyecto así mismo, agradecer a la Universidad Industrial De Santander por todo el apoyo brindado y por su formación brindada en este tiempo.

GLOSARIO

- **Entorno natural:** es el espacio constituido por los seres vivos y el conjunto de componentes físicos, químicos y biológicos con el que interactúan y en el que no ha intervenido directamente la acción humana.
- **Planificación turística:** La planificación turística constituye un requerimiento esencial para el desarrollo de la actividad turística puesto que garantiza, por una parte, la correcta integración del turismo en la economía, sociedad, cultura y medio ambiente locales, y, por otra, la adecuada satisfacción de la demanda turística, elemento indispensable para la viabilidad económica de los proyectos turísticos en un mercado turístico de competencia creciente.
- **Ruta natural:** Se conoce como ruta turística al camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia.
- **Bici turismo:** según la Organización Mundial del Turismo (OMT), es una modalidad de turismo que combina la práctica del ciclismo con la experiencia de viajar, explorando destinos turísticos de manera sostenible y saludable. Esta forma de turismo no solo promueve la actividad física y el bienestar personal, sino que también fomenta un mayor contacto con la naturaleza y las culturas locales.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	16
1. RESUMEN EJECUTIVO	18
1.1. CONCEPTO DE NEGOCIO.....	19
1.2. PROPUESTA DE VALOR.....	20
1.3. VENTAJAS COMPETITIVAS	21
1.4. MERCADO POTENCIAL.....	22
1.4.1. Colombia y el departamento de Santander.....	24
1.4.2. Inversiones	25
1.4.3. Fondos de financiación para la creación de la agencia de viajes Dinamix. 27	
1.4.4. Capital inicial de inversión	29
1.5. PROYECCIONES DE VENTAS Y RENTABILIDAD	30
1.5.1. Análisis general.....	31
1.6. CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD	31
2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	31
2.1.1. Equipo de trabajo.....	32
2.1.2. Perfil de inversionista	33
3. ALIANZAS Y REDES DE TRABAJO	33
3.1. ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO EN COLOMBIA Y SANTANDER (2025) 34	
3.2. ANALISIS DEL MERCADO	35
3.2.1. Mercado objetivo	36

3.2.2.	Justificación mercado objetivo	37
3.2.3.	Segmentación del mercado	37
3.2.4.	Posicionamiento	38
3.2.5.	Análisis de demanda - diseño muestral	39
3.2.6.	Validación del instrumento	40
3.3.	ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL.....	52
3.3.1.	Consumo aparente, per cápita y magnitud de la necesidad.....	52
3.3.2.	Estimación del segmento.....	53
3.4.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	53
3.5.	CADENA PRODUCTIVA.....	55
4.	CONCEPTO DEL PRODUCTO	56
4.1.	RUTAS E INTINERARIO A IMPLEMENTAR EN EL MUNICIPIO DE EL SOCORRO SANTANDER EN REFERENCIA AL TURISMO EN BICICLETA	57
4.1.1.	Ruta mariana.....	57
4.1.2.	Ruta colonial.....	59
4.1.3.	Ruta Cuchicute	60
4.1.4.	Ruta del cacique	61
4.1.5.	Ruta cinco mil	62
4.2.	PRESENTACION DE LA EMPRESA.....	63
4.2.1.	MISIÓN	64
4.2.2.	VISIÓN	64
4.2.3.	Imagen de la empresa.....	64
4.2.4.	Sitios de interés que la agencia va referenciar	65
4.2.5.	Política de calidad de servicio.....	65

4.2.6.	Política de cancelación y reembolso.....	66
4.2.7.	Política de sostenibilidad.....	67
4.2.8.	Política de privacidad de datos.....	68
4.2.9.	Política de reservas.....	69
4.3.	Estrategias de distribución.....	70
4.4.	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	70
4.4.1.	Canales digitales propios.....	70
4.4.2.	Canales indirectos.....	70
4.4.3.	Puntos físicos estratégicos.....	71
4.4.4.	Estrategias de penetración y ventas.....	71
4.4.5.	Estrategias de precio.....	71
4.5.	CONDICIONES DE PAGO, SEGUROS E IMPUESTOS	72
4.5.1.	Medios de pago de la empresa.....	72
4.6.	TÁCTICAS DE PRECIO Y RESISTENCIA AL ENTORNO	
	COMPETITIVO	73
4.6.1.	Estrategia de promoción.....	74
4.6.2.	Estrategia de comunicación.....	74
4.6.3.	Estrategias de servicios.....	75
4.7.	ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO	75
4.7.1.	Proceso de prestación de Servicios.....	75
4.8.	ALIANZAS	76
4.8.1.	JUSTIFICACIÓN PROYECCIÓN DE VENTAS	79
4.8.2.	POLITICA DE CARTERA AGENCIA DE VIAJES DINAMIX	80
5.	OPERACIÓN	81

5.1.	FICHA TECNICA AGENCIA DE VIAJES DINAMI.....	81
5.2.	ESTADO DE DESARROLLO.....	85
5.3.	DESCRIPCION DE PROCESO.....	86
6.	ORGANIZACIÓN.....	88
6.1.	FODA.....	88
6.2.	ORGANISMOS DE APOYO.....	92
6.3.	ORGANIZACIÓN AGENCIA DE VIAJES DINAMIX.....	93
6.4.	ORGANIGRAMA.....	93
6.5.	FUNCIONAMIENTO PERSONAL.....	94
7.	ASPECTOS LEGALES.....	102
7.1.	CONSTITUCION DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES.....	102
7.2.	DOCUMENTOS REQUERIDOS PARA EL REGISTRO COMO PERSONA JURIDICA.....	103
7.3.	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS.....	103
7.4.	COSTO ADMINISTRATIVO.....	105
7.4.1.	Gatos del personal.....	105
7.4.2.	Gastos de puesta en marcha.....	106
7.4.3.	Gastos Anuales de Administración.....	106
8.	FINANZAS.....	107
8.1.	INVERSIÓN TOTAL.....	107
8.2.	DIFERIDA/FIJA.....	108
8.3.	INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO.....	108
8.4.	COSTOS DEL PRODUCTO Y UTILIDAD.....	109
8.5.	COSTOS FIJOS Y VARIABLES.....	110

8.6.	DEPRECIACIÓN.....	110
8.7.	AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS.....	111
8.8.	COSTOS INDIRECTOS.....	111
8.9.	AMORTIZACIÓN.....	112
8.10.	RESUMEN DEL CREDITO.....	113
8.11.	PROYECCIONES FINANCIERAS.....	113
8.12.	FLUJO DE CAJA.....	114
8.13.	VALOR PRESENTE NETO.....	115
8.14.	TASA INTERNA DE RETORNO.....	115
8.15.	PERIODO DE RECUREACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	116
8.16.	MARGEN NETO.....	117
8.17.	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN.....	117
9.	CRONOGRAMA.....	118
10.	CONCLUSIONES.....	119
11.	BIBLIOGRAFIA.....	120

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 lista de inversiones iniciales	25
Tabla 2. Fuentes de financiación.....	29
Tabla 3 Cruce de datos para proyección de clientes potenciales	30
Tabla 4. Desglose de Costos	57
Tabla 5. Precios comerciales del portafolio DINAMIX	72
Tabla 6 Proyección de ventas.....	79
Tabla 7. Fecha técnica del producto/Servicio	81
Tabla 8. Ruta Mariana.....	82
Tabla 9. Ruta Colonial	83
Tabla 10 . Ruta Cuchicute	83
Tabla 11. Ruta del Cacique.....	84
Tabla 12. Ruta Cinco Mil.....	85
Tabla 13 Matriz FODA	88
Tabla 14 Matriz estrategias FODA	90
Tabla 15 . Administrador	94
Tabla 16.Cargo RRHH.....	96
Tabla 17. Cargo contador.....	98
Tabla 18. Cargo comercial y ventas	99
Tabla 19 . Jefe de Oficina.....	100
Tabla 20. colaboradores.....	101
Tabla 21. Gastos de Personal	105
Tabla 22. Gastos puesta en Marcha	106
Tabla 23. Gastos Anuales Administrativos.....	107
Tabla 24. inversión total.....	107
Tabla 25. Diferida/Fija.....	108
Tabla 26. Inversión de capital de trabajo.....	108
Tabla 27. Costos del producto.....	109
Tabla 28. Costos fijos y variables.....	110
Tabla 29. Depreciación.....	110

Tabla 30. Amortización de diferidos.....	111
Tabla 31. Costos indirectos	111
Tabla 32. Amortización de la deuda	112
Tabla 33. Resumen del crédito	113
Tabla 34. Proyecciones financieras	113
Tabla 35. Flujo de caja.....	114
Tabla 36. Valor presente neto	115
Tabla 37. Tasa interna de retorno.....	115
Tabla 38. Payback.....	116
Tabla 39. Margen Neto.....	117
Tabla 40. Margen de contribución.....	117
Tabla 41. Cronograma de actividades.....	118

LISTA DE FIGURAS

<i>Figura1. fórmula para encuesta - Fuente: QUESTIONPRO</i>	40
<i>Figura2. Frecuencia de Viajes al año - Fuente: Encuesta</i>	40
<i>Figura3. Servicios de Agencias de Viajes - Fuente: Encuesta</i>	41
<i>Figura4. Importancia para el encuestado de Agencias de Viajes - Fuente: Encuesta</i>	41
<i>Figura5. Tipo de turismo preferido - Fuente: Encuesta</i>	42
<i>Figura6. Conocimiento de atractivos turísticos - Fuente: Encuesta</i>	43
<i>Figura7. Atractivos del municipio - Fuente: Encuesta</i>	43
<i>Figura8. Barreras que impiden el uso de servicios de Agencias de viaje- Fuente: Encuesta</i>	44
<i>Figura9. Medio de transporte preferido - Fuente: Encuesta</i>	44
<i>Figura10. Seguro de viaje - Fuente: Encuesta</i>	45
<i>Figura11. Personalizar itinerario de viaje - Fuente: Encuesta</i>	45
<i>Figura12. Oferta de excursiones y actividades adicionales - Fuente: Encuesta</i>	46
<i>Figura13. Recepción de información - Fuente: Encuesta</i>	46
<i>Figura14. Destino nacional de preferencia - Fuente: Encuesta</i>	47
<i>Figura15. Destino internacional - Fuente: Encuesta</i>	48
<i>Figura16. Tendencia Bici-Turismo - Fuente: Encuesta</i>	49
<i>Figura17. Valor Agregado - Fuente: Encuesta</i>	50
<i>Figura18. Promedio de pago - Fuente: Encuesta</i>	50
<i>Figura19. mapa de relaciones institucionales y sectoriales – Fuente: Elaboración propia</i>	56
<i>Figura20. Logo de la empresa - Fuente: elaboración propia</i>	64
<i>Figura21. descripción de proceso - Fuente: Elaboración propia</i>	87
<i>Figura22. Organigrama Fuente: Elaboración propia</i>	93

RESUMEN

TITULO: DISEÑO DE CREACIÓN DE AGENCIA DE VIAJES EN EL MUNICIPIO DE EL SOCORRO SANTANDER BAJO LA MODALIDAD TURÍSTICA DE BICI TURISMO COMO ALTERNATIVA DE ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN. *

AUTOR: KLEISDER FABIAN SÁNCHEZ AGREDO**

PALABRAS CLAVES: ENTORNO NATURAL, PLANIFICACIÓN TURÍSTICA, RUTA NATURAL, BICI TURISMO.

DESCRIPCIÓN: Dinamix es una agencia de viajes innovadora situada en el municipio de El Socorro, Santander, especializada en el biciturismo. Su misión es promover el turismo sostenible y cultural, destacando las bellezas naturales, históricas y religiosas de la región. Dinamix se compromete con la sostenibilidad mediante el alquiler de bicicletas, y la creación de rutas ciclables seguras y atractivas que permiten a los viajeros disfrutar de paisajes espectaculares y sumergirse en la riqueza cultural local. La agencia ofrece una variedad de servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los viajeros modernos, tales como paquetes turísticos completos, guías especializados, seguros de viaje, y reservas de alojamiento y alimentación. Dinamix colabora con entidades locales para mantener y preservar las rutas, promoviendo el respeto por el patrimonio cultural y apoyando el desarrollo económico local. Con planes de expansión a otros municipios de la región comunera y con ventas que abarcan destinos nacionales e internacionales, Dinamix aspira a consolidarse como líder en el sector. Su compromiso con la calidad se refleja en políticas claras y transparentes en cuanto a cancelaciones, reembolsos y sostenibilidad, así como en la protección de los datos de sus clientes y la gestión eficiente de reservas.

* Trabajo de Grado

** Instituto de proyección regional y educación a distancia. Profesional en Turismo. Director: Edis Mauricio Sanmiguel Jaimes, Doctor en Dirección y Mercadotecnia.

ABSTRACT

Title: Design of the Creation of a Travel Agency in the Municipality of El Socorro, Santander, under the Tourism Modality of Bike Tourism as an Alternative Promotion Strategy. *

Author: Kleisder Fabian Sánchez Agredo**

Keywords: Natural environment, tourism planning, natural route, bike tourism.

Description: Dinamix is an innovative travel agency located in the municipality of El Socorro, Santander, specializing in bike tourism. Its mission is to promote sustainable and cultural tourism, highlighting the natural, historical, and religious beauty of the region. Dinamix is committed to sustainability through bicycle rentals and the creation of safe and attractive cycling routes that allow travelers to enjoy spectacular landscapes and immerse themselves in the local cultural richness.

The agency offers a variety of services designed to meet the needs of modern travelers, such as complete tour packages, specialized guides, travel insurance, and accommodation and dining reservations. Dinamix collaborates with local entities to maintain and preserve the routes, promoting respect for cultural heritage and supporting local economic development. With plans to expand to other municipalities in the comunera region and with sales covering national and international destinations, Dinamix aims to establish itself as a leader in the sector. Its commitment to quality is reflected in clear and transparent policies regarding cancellations, refunds, and sustainability, as well as in the protection of customer data and efficient reservation management.

*Degree Work

** Institute of Regional Projection and Distance Education. Professional in Tourism. Director: Edis Mauricio Sanmiguel Jaimes, PhD in Management and Marketing.

INTRODUCCION

El turismo en Colombia se ha consolidado como uno de los motores más importantes de la economía nacional en los últimos años, tanto por la generación de divisas como por la creación de empleo. Según la Ley 300 de 1996, conocida como Ley General de Turismo, y su actualización mediante la Ley 2068 de 2020, el sector debe orientarse hacia la calidad, la sostenibilidad, la formalización y la diversificación de la oferta. Estos lineamientos han permitido que distintos destinos del país fortalezcan su competitividad frente a los mercados internacionales.

Las cifras recientes respaldan este crecimiento. En 2024 ingresaron al país 6.696.835 visitantes no residentes, lo que representa un aumento del 8,5 % respecto a 2023, cifra que marcó un récord histórico. Esta tendencia se mantuvo en 2025: entre enero y mayo se contabilizaron 1,9 millones de visitantes internacionales, un 6,6 % más comparado con el mismo periodo del año anterior. A su vez, julio de 2025 se posicionó como el mejor mes del año al registrar 444.851 turistas extranjeros no residentes.¹ De acuerdo con el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), se estima que para 2025 el turismo aportará alrededor de USD 21.600 millones al PIB nacional, ratificando su papel estratégico en la economía.²

Dentro de este escenario, el municipio de El Socorro (Santander) se presenta como un territorio adecuado para el desarrollo de iniciativas de turismo sostenible. Su reconocimiento como Patrimonio Histórico y Cultural de la Nación, su estrecha relación con los procesos independentistas del siglo XVIII, la riqueza de su arquitectura tradicional y la presencia de paisajes naturales lo convierten en un destino con un atractivo particular. Además, su cercanía a corredores turísticos regionales y su capacidad para diversificar la oferta le permiten posicionarse como un referente para nuevas propuestas turísticas.

¹ COLOMBIA. Presidencia de la República. Turismo internacional julio 2025. 2025. [En línea]. Consulta: 14 de noviembre de 2025. <https://www.presidencia.gov.co>

² WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. Economic Impact Colombia 2024. 2024. [En línea]. Consulta: 14 de noviembre de 2025. <https://wttc.org>

En este contexto surge DINAMIX S.A.S., una agencia de viajes especializada en biciturismo. Su propuesta consiste en ofrecer paquetes turísticos completos, integrando rutas seguras, bicicletas incluidas en el plan, guías certificados y servicios complementarios como hospedaje, transporte y alimentación. El objetivo es brindar experiencias confiables, innovadoras y alineadas con el respeto por el entorno.

La misión de DINAMIX S.A.S. se articula con los principios de sostenibilidad definidos en la normativa vigente y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, especialmente aquellos orientados al consumo responsable, la protección ambiental y la generación de beneficios para las comunidades locales.³ En este sentido, el proyecto aporta tanto al fortalecimiento del turismo regional como a la promoción de prácticas responsables, contribuyendo además al posicionamiento de Colombia como un destino competitivo.

³ ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS. Agenda 2030. 2015. [En línea]. Consulta: 14 de octubre de 2025. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

1. RESUMEN EJECUTIVO

El turismo en Colombia experimenta una transformación hacia modelos más auténticos y sostenibles, donde los viajeros buscan experiencias significativas que integren actividad física, cultura y conexión con el territorio. En este contexto emerge DINAMIX S.A.S., una agencia de viajes con sede en El Socorro, Santander, especializada en biciturismo patrimonial como propuesta innovadora para redescubrir el valor histórico y natural del municipio.

La viabilidad del proyecto se sustenta en una investigación de mercado que identificó un interés del 72% en biciturismo entre visitantes potenciales, representando un mercado accesible de 223 clientes mensuales. Con una inversión inicial de \$45.2 millones distribuida en plataforma digital, equipamiento, seguridad y marketing, el modelo financiero proyecta un crecimiento anual del 8% y rentabilidad desde el primer año, respaldado por fuentes de financiación combinadas entre capital propio, preventas y fondos sectoriales.

DINAMIX estructura su propuesta de valor en cinco rutas temáticas que integran alquiler de bicicletas, guías especializados, seguros, alimentación y alojamiento, con especial énfasis en la interpretación patrimonial y prácticas sostenibles. El proyecto trasciende el concepto convencional de agencia de viajes al posicionarse como catalizador de desarrollo local, articulándose con proveedores locales y promoviendo la revalorización del patrimonio cultural de El Socorro dentro del corredor turístico regional Santandereano.

1.1. CONCEPTO DE NEGOCIO

El proyecto DINAMIX S.A.S. nace como una agencia de viajes enfocada en biciturismo patrimonial dentro del municipio de El Socorro, Santander. La idea central es sencilla pero poderosa: combinar actividad física, historia local y cultura regional en experiencias turísticas sostenibles y bien organizadas. Hoy en día muchos viajeros no buscan únicamente descansar; también quieren moverse, conectar con la naturaleza y aprender algo del lugar que visitan. DINAMIX apunta justamente a ese tipo de visitante, uno que quiere experiencias reales y coherentes con su estilo de vida. Las cifras del sector muestran que esta apuesta tiene fundamento.

El DANE reporta que, para 2025, el 51,0 % de los viajes de visitantes internacionales a Colombia se realizan por vacaciones y ocio.⁴ Esto quiere decir que más de la mitad de los turistas llegan con ganas de actividades recreativas. A nivel interno, la EGIT señala que en 2024 el 11,3 % de la población urbana mayor de 10 años realizó viajes de turismo nacional, lo que demuestra que el mercado doméstico sigue siendo relevante.⁵ En paralelo, el turismo de naturaleza y aventura mantiene un crecimiento sostenido: según el WTTC, este segmento aumentará alrededor del 7 % anual entre 2024 y 2027. En Santander, la Gobernación registra que cerca del 35 % de la oferta turística regional está asociada a cultura y naturaleza. A esto se suma el auge del ciclismo recreativo: en Colombia más de 5 millones de personas practican esta actividad de manera habitual.⁶

Con este panorama, el segmento principal de DINAMIX se define como jóvenes y adultos entre 18 y 40 años, con ingresos medios y altos, provenientes de ciudades como Bucaramanga, Bogotá o Medellín, y con intereses marcados en deporte,

⁴ DANE. Turismo: Caracterización de Viajeros Internacionales 2025. 2025. [En línea]. Consulta: 14 de octubre de 2025. <https://www.dane.gov.co>

⁵ DANE. Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT) 2024. 2025. [En línea]. Consulta: 14 de octubre de 2025. <https://www.dane.gov.co>

⁶ FEDERACIÓN COLOMBIANA DE CICLISMO. Informe Anual del Ciclismo Recreativo 2024. 2024. [En línea]. Consulta: 14 de octubre de 2025. <https://www.fedeciclismo.com.co>

cultura y sostenibilidad. Al trabajar sobre un nicho claro y no sobre un público demasiado amplio la propuesta puede ser más precisa, personalizada y con mayor probabilidad de generar fidelización. En síntesis, el concepto de negocio busca responder a una necesidad real del mercado, ofreciendo una alternativa innovadora que aporte valor al turismo de El Socorro y fortalezca su imagen como destino patrimonial de importancia nacional.

1.2. PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor de DINAMIX S.A.S. está diseñada para unir deporte, cultura y sostenibilidad en un solo servicio turístico. Este enfoque le permite diferenciarse de las ofertas tradicionales y posicionarse como una alternativa más completa y consciente. La estructura se sostiene sobre cuatro pilares que responden a lo que hoy buscan los viajeros.

El primero es la movilidad integrada y segura. DINAMIX no solo arma recorridos: también entrega bicicletas adecuadas al terreno, mantenimiento antes de cada salida y acompañamiento de guías certificados. Dentro del turismo de aventura, la seguridad sigue siendo uno de los elementos que más influye en la decisión del viajero,⁷ y cubrirlo a fondo se vuelve un diferencial clave. El segundo pilar es la narrativa cultural y patrimonial. Cada ruta tiene una intención, un hilo conductor que conecta el pedaleo con la historia viva de El Socorro: su papel en la independencia, la arquitectura tradicional y su identidad religiosa. Esto no es un adorno; el 31 % de los viajeros nacionales eligen destinos motivados por razones culturales,⁸ lo que vuelve esta integración un valor agregado real. El tercer componente es el compromiso ambiental y social, pero desde una lógica práctica, no solo discursiva. DINAMIX trabaja con restaurantes locales de kilómetro cero, promueve la reducción de residuos y mide el impacto ambiental de sus operaciones.

⁷ ADVENTURE TRAVEL TRADE ASSOCIATION (ATTA). Adventure Travel Trends 2023. 2023. [En línea]. Consulta: 14 de octubre de 2025. <https://www.adventuretravel.biz>

⁸ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (MinCIT). Estadísticas de Turismo Cultural 2024. 2024. [En línea]. Consulta: 16 de octubre de 2025. <https://www.mincit.gov.co>

A nivel internacional, 7 de cada 10 turistas afirman estar dispuestos a pagar más por experiencias sostenibles, convirtiendo este enfoque en una ventaja competitiva tangible. Finalmente, está la personalización de experiencias. Los paquetes se adaptan al tipo de viajero: rutas con distintos niveles de exigencia, alternativas gastronómicas variadas y opciones de hospedaje ajustadas al estilo y presupuesto de cada persona.

Los estudios globales muestran que la personalización es uno de los criterios decisivos para elegir un destino,⁹ por lo que este elemento permite fidelizar y diferenciarse. En conjunto, DINAMIX no se limita a alquilar bicicletas ni a ofrecer recorridos genéricos. Su propuesta de valor apunta a construir experiencias completas, memorables y coherentes con las nuevas tendencias del turismo: deporte, cultura y sostenibilidad trabajadas como un solo producto

1.3. VENTAJAS COMPETITIVAS

En turismo, no basta con aparecer en una lista de opciones: la verdadera competencia está en lograr que el viajero recuerde la experiencia, la recomiende y quiera volver. Las ventajas competitivas de DINAMIX S.A.S. surgen de un análisis real del sector y de lo que hoy buscan las personas: experiencias completas, sostenibilidad que se pueda comprobar y una conexión auténtica con la cultura local. Estas fortalezas no son adornos ni eslóganes; son decisiones estratégicas que le permiten a la agencia posicionarse como una propuesta innovadora dentro del turismo patrimonial y de naturaleza.

El primer diferencial es la especialización en biciturismo patrimonial. DINAMIX es pionera en Santander en diseñar rutas en bicicleta que mezclan actividad física e interpretación del patrimonio. Este enfoque genera un posicionamiento claro y difícil de igualar por agencias que ofrecen recorridos más genéricos y sin un componente cultural sólido. El segundo elemento es la oferta de paquetes integrales y de alto

⁹ BOOKING.COM. Travel Predictions Report 2024. 2024. [En línea]. Consulta: 16 de octubre de 2025. <https://www.booking.com>

valor. Aquí no se venden servicios sueltos: cada plan incluye bicicleta, guía certificado, hospedaje, alimentación y seguros. Esto disminuye la incertidumbre del viajero, mejora la experiencia desde el inicio y aumenta la percepción de calidad. El tercer pilar es la sostenibilidad como estrategia transversal.

DINAMIX no la utiliza solo como discurso; incorpora prácticas medibles alineadas con los ODS y con normativas como la NTS-TS. Este enfoque abre puertas tanto para atraer turistas responsables como para participar en programas institucionales que priorizan la sostenibilidad. Finalmente, la agencia se apoya en alianzas con actores locales: hoteles, restaurantes, transportadores y guías comunitarios. Esta red no solo permite ofrecer un servicio más auténtico, sino que también impulsa la economía del municipio y fortalece la confianza del visitante. La articulación territorial es clave para fidelizar y sostener una reputación sólida en el mercado

1.4. MERCADO POTENCIAL

El panorama turístico mundial está atravesando un cambio profundo impulsado por la digitalización, la sostenibilidad y la búsqueda de experiencias reales. Hoy, los viajeros no se conforman con desplazarse: quieren sentir el destino, entender su cultura y llevarse algo más que una foto. Esto ha dado lugar a un mercado más consciente, tecnológico y personalizado, donde las tendencias globales están transformando la forma de viajar.

Una de estas tendencias es el crecimiento del turismo online. Con el aumento del comercio electrónico y la conectividad, cada vez más personas planifican y reservan sus viajes desde plataformas digitales. Empresas como Expedia, Booking.com y Airbnb han ganado una presencia destacada en el mercado global. Según Statista, los ingresos de las agencias de viajes en línea alcanzaron cifras superiores a los 700 mil millones de dólares en 2023,¹⁰ lo que confirma el peso creciente del canal digital. Otra tendencia fuerte es el turismo sostenible y experiencial. Los viajeros

¹⁰ STATISTA. Online Travel Agency Market 2023. 2023. [En línea]. Consulta: 16 de octubre de 2025. <https://www.statista.com>

buscan experiencias auténticas, responsables y que generen impacto positivo. La Organización Mundial del Turismo (OMT) señala que la sostenibilidad continúa ganando protagonismo y se proyecta como uno de los pilares del turismo global en los próximos años.¹¹ Esto abre un espacio ideal para propuestas que integren cultura, naturaleza y responsabilidad ambiental.

También ha crecido la importancia de la personalización. Las agencias están incorporando herramientas tecnológicas como análisis de datos y recomendaciones inteligentes para adaptar los servicios al estilo de cada viajero. Informes de Deloitte muestran que la personalización se ha convertido en una prioridad para diferenciarse en un mercado competitivo.¹² En 2025, el turismo internacional ha seguido recuperándose y acercándose a niveles prepandemia. La OMT reporta que las llegadas globales aumentaron un 5 % durante el primer trimestre del año, impulsadas por la reapertura de fronteras, mejoras en conectividad aérea y procesos migratorios más ágiles. Aunque factores como la inflación o los altos costos energéticos afectan algunas decisiones de viaje, la preferencia por destinos cercanos, sostenibles y culturalmente auténticos se mantiene.

En América Latina, Colombia se ha posicionado como uno de los países con mejor desempeño. Según el MinCIT, entre enero y mayo de 2025 ingresaron 1,9 millones de visitantes internacionales, una señal del crecimiento sostenido del país como destino emergente. El impulso al turismo de naturaleza, el ecoturismo y las experiencias culturales ha sido clave tanto para el mercado interno como para el internacional. En este contexto, Santander se destaca como un territorio con identidad y proyección. Su riqueza natural, su diversidad de actividades de aventura y su patrimonio histórico lo convierten en un referente del turismo sostenible. Municipios como San Gil, Barichara y El Socorro integran deporte, cultura e historia en experiencias que conectan con las nuevas tendencias del turismo responsable y

¹¹ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT). Tourism and Sustainability Outlook 2025. 2025. [En línea]. Consulta: 16 de octubre de 2025. <https://www.unwto.org>

¹² DELOITTE. Travel Industry Outlook 2024. 2024. [En línea]. Consulta: 17 de octubre de 2025. <https://www2.deloitte.com>

experiencial. Estas condiciones generan un escenario favorable para que proyectos como DINAMIX se consoliden dentro del mercado regional.

1.4.1. Colombia y el departamento de Santander

Colombia está viviendo un buen momento en turismo. No es solo por los paisajes o la cultura, sino porque la gente volvió a viajar dentro del país. En ese ambiente, Santander ha sabido mantenerse firme: aventura, historia, naturaleza... todo mezclado de una forma muy propia de la región. Sus pueblos patrimoniales y la forma de ser de la gente crean un ambiente que se siente cercano, interesante. Y ahí, El Socorro tiene un lugar especial.

Es un municipio donde se pueden unir deporte, memoria histórica y bienestar sin forzar nada. Por eso el biciturismo patrimonial encaja tan bien con lo que ofrece el territorio y con la visión de DINAMIX. En cuanto al movimiento del turismo nacional, las cifras han sido positivas. Colombia superó los 6,7 millones de visitantes no residentes en 2024,¹³ lo que marca una continuidad en el crecimiento de los últimos años. Además, el transporte aéreo interno se ha ido recuperando, lo que muestra que la gente sigue moviéndose por el país. Ese comportamiento favorece mucho a los destinos que ofrecen experiencias diferentes, no solo los planes tradicionales.

Santander, como destino de aventura y naturaleza, se mantiene fuerte. Las actividades al aire libre ya forman parte de su identidad y eso lo saben las agencias que operan allí. Por eso han creado rutas y paquetes que resaltan la esencia del departamento: caminatas, ríos, montañas, patrimonio. Es un turismo activo que atrae a un perfil de viajero que quiere vivir el destino, no solo visitarlo. A la par de esto, el tema de la sostenibilidad ya no es opcional. Tanto en lo nacional como en lo local, las agencias están metiéndose en prácticas más responsables: cuidar el

¹³ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (MinCIT). Reporte de Visitantes Internacionales 2024. 2024. [En línea]. Consulta: 14 de noviembre de 2025. <https://www.mincit.gov.co>

entorno, trabajar con comunidades, resaltar la cultura del lugar. No es solo moda; es una exigencia del mercado y también un camino para diferenciarse.

Por otra parte, el país cerró 2023 con cifras altas en turismo internacional.¹⁴ Ese rendimiento ha ayudado a posicionar a Colombia como un destino que está creciendo en América Latina. La mezcla entre cultura, gastronomía, naturaleza y experiencias comunitarias ha llamado la atención de viajeros de todas partes. Finalmente, la tecnología sigue teniendo un papel importante. Las agencias, tanto en el país como en Santander, están adoptando herramientas digitales para reservas, comunicación y promoción. Hoy, la mayoría de viajeros planifica desde su celular, y quien no se adapte se queda atrás.

1.4.2. Inversiones

El modelo de negocio de DINAMIX S.A.S. requiere una estructura de inversión que garantice una operación sostenible y competitiva desde su lanzamiento. Con base en los requerimientos técnicos y logísticos del proyecto, la inversión inicial se estima en \$45.200.000, distribuida de la siguiente manera:

Tabla 1 lista de inversiones iniciales

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	VALOR
Sistema CRM / Plataforma digital	Software de reservas, hosting y panel administrativo (primer año)	\$ 3,200,000
Elementos institucionales	Uniformes básicos, señalética, branding, material para guías	\$ 5,500,000
Kits de primeros auxilios y seguridad	Botiquines, radios, hidratación básica, linternas, chalecos	\$ 4,200,000

¹⁴ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (MinCIT). Cifras del Sector Turismo 2023. 2023. [En línea]. Consulta: 14 de noviembre de 2025. <https://www.mincit.gov.co>

Equipos menores	Herramientas pequeñas, infladores, kits de revisión ligera	\$ 3,500,000
Adecuación operativa inicial	Espacio tercerizado para almacenar kits, material y radios	\$ 4,000,000
Tecnología	Computador + Celular	\$ 4,675,500
Souvenirs iniciales	Primer lote para entregas de bienvenida	\$ 3,000,000
Legalización y trámites	Registros, permisos, pólizas iniciales, constitución	\$ 2,124,500
Marketing de lanzamiento	Campañas de preapertura por 3 meses	\$ 7,000,000
Capital de trabajo	Liquidez para gastos menores y operación inicial	\$ 8,000,000
TOTAL, INVERSIÓN INICIAL	—	45.200.000

Nota: Elaboración propia.

Para poner en marcha la agencia, es necesario cubrir varios elementos básicos que aseguran un inicio sólido y una operación estable desde el primer día. Estos requerimientos permiten que DINAMIX funcione con orden, cumpla la normatividad y ofrezca un servicio profesional desde el comienzo.

- **Registro y Licencias:** Es necesario registrar legalmente la agencia de viajes y obtener las licencias y permisos requeridos por las autoridades locales y nacionales. Esto puede incluir el registro mercantil, la obtención de una licencia de funcionamiento y la afiliación a entidades reguladoras del turismo en Colombia.
- **Local Comercial:** Se debe invertir en un local comercial adecuado para la agencia, que esté ubicado en una zona accesible y visible para los clientes

potenciales. El costo del arriendo o compra del local dependerá de la ubicación y el tamaño del mismo.

- Equipamiento y Mobiliario: Se necesitará equipamiento de oficina básico, como escritorios, sillas, computadoras, impresoras, teléfonos, y otros dispositivos necesarios para la operación diaria de la agencia.
- Software y Tecnología: Se requerirá la adquisición de software especializado para la gestión de reservas, contabilidad, atención al cliente y otras funciones administrativas. Además, se pueden necesitar inversiones en tecnología como equipos de comunicación y sistemas de seguridad.
- Marketing y Publicidad: Es importante invertir en estrategias de marketing y publicidad para promocionar la agencia y atraer clientes. Esto puede incluir la creación de un sitio web, publicidad en medios digitales, impresión de folletos y participación en ferias y eventos turísticos.
- Capacitación y Personal: Se deben destinar recursos para la capacitación del personal en aspectos relacionados con el turismo, la atención al cliente, el uso de sistemas de reserva y otros conocimientos necesarios para el buen funcionamiento de la agencia.
- Capital de Trabajo: Es importante contar con un capital inicial suficiente para cubrir los gastos operativos durante los primeros meses de operación, antes de que la agencia comience a generar ingresos de manera consistente.

1.4.3. Fondos de financiación para la creación de la agencia de viajes Dinamix.

Para sostener la viabilidad financiera del proyecto, DINAMIX plantea un modelo de financiación diversificado que combine capital propio, créditos blandos y programas institucionales diseñados para fortalecer el turismo en Colombia. Este enfoque permite iniciar operaciones con respaldo económico, condiciones favorables y un nivel de riesgo controlado.

- Bancóldex: Como banco de desarrollo empresarial, Bancóldex ofrece líneas de crédito dirigidas a proyectos turísticos que impulsan la innovación, la

sostenibilidad y la formalización del sector. Estas líneas permiten financiar montos que pueden llegar hasta COP \$700 millones bajo condiciones preferenciales, con tasas que se ajustan sobre la DTF y facilitan el acceso de empresas nuevas y en crecimiento.¹⁵

- Fondo Nacional de Turismo (FONTUR): Esta entidad, adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, brinda recursos económicos y apoyo técnico para iniciativas relacionadas con infraestructura turística, promoción territorial y fortalecimiento de capacidades.¹⁶

El Fondo Nacional de Garantías (FNG) facilita la obtención de crédito al ofrecer garantías que reducen la exigencia de respaldos patrimoniales de alto valor, algo especialmente útil para una empresa en fase inicial como DINAMIX. Aunque ProColombia no ofrece financiación directa, sí cumple una función estratégica al orientar a las empresas, conectarlas con aliados y facilitar la participación en programas institucionales.

Según la información más reciente de Bancóldex, las líneas para empresas turísticas ofrecen tasas basadas en la DTF, con plazos entre 36 y 48 meses y periodos de gracia de hasta seis meses, condiciones que se ajustan a las necesidades de una operación en etapa temprana. Para 2025, el Banco de la República proyecta una DTF efectiva anual entre el 8,4 % y el 9,1 %, lo que situaría las tasas finales de los créditos empresariales preferenciales entre el 8,9 % y el 10,1 % efectivo anual, niveles más favorables que los ofrecidos por la banca comercial.¹⁷

En conjunto, este esquema de financiación integra liquidez, respaldo institucional y apalancamiento responsable. Esto le da a DINAMIX una base financiera sólida para

¹⁵ BANCÓLDEX. Líneas de crédito para el sector turismo. 2024. [En línea]. Consulta: 10 de octubre de 2025. Disponible en: <https://www.bancoldex.com>

¹⁶ FONDO NACIONAL DE TURISMO (FONTUR). Programas estratégicos para el desarrollo turístico. 2024. [En línea]. Consulta: 26 de octubre de 2025. Disponible en: <https://www.fontur.gov.co>

¹⁷ BANCO DE LA REPÚBLICA. Informe de proyección macroeconómica 2025. 2025. [En línea]. Consulta: 12 de noviembre de 2025. Disponible en: <https://www.banrep.gov.co>

consolidarse en el mercado regional y avanzar progresivamente hacia una proyección nacional.

1.4.4. Capital inicial de inversión

Es importante conocer que la creación de una agencia de viajes interviene factores claves para el funcionamiento de esta tales como lo son:

- Registro y licencias.
- Local comercial.
- Equipo y mobiliario.
- Tecnología y software.
- Marketing y publicidad.
- Capacitación del personal.

Con el propósito de mantener liquidez y sostenibilidad, la estructura financiera del proyecto se distribuye así:

Tabla 2. Fuentes de financiación

FUENTE	%	VALOR	DESCRIPCIÓN
Capital propio	10 %	4.520.000	Aporte de los socios fundadores.
Preventas y alianzas	5 %	2.260.000	Preventa de rutas y contribución de aliados territoriales.
Fondos sectoriales (FONTUR / MinCIT)	85 %	38.420.000	Cofinanciación para infraestructura blanda y digital.
Total	100 %	45.200.000	

Nota: Elaboración propia.

Esta estructura garantiza que el proyecto mantenga solvencia durante los primeros meses, con una estrategia de amortización flexible y ajustada al ritmo de crecimiento del negocio.

1.5. PROYECCIONES DE VENTAS Y RENTABILIDAD

Nuestra investigación de campo reveló que el 72% de estos turistas muestra interés por el biciturismo. Sin embargo, tomando como referencia los informes de la OMT y el MinCIT que indican que solo entre el 25% y el 30% de los viajeros se decantan realmente por experiencias de turismo activo aplicamos un criterio conservador. Cruzando estos datos: de los 1.033 visitantes, 744 estarían interesados, y de ellos, un 30% representa el público realmente accesible. Esto nos da un total de 223 clientes potenciales al mes y un total de 2676 clientes potenciales anuales, una cifra que consideramos sólida y alineada con la realidad del mercado.

Con esta base, hemos construido un modelo de ingresos que incluye no solo recorridos guiados, sino también alquiler de bicicletas, venta de experiencias complementarias y merchandising. Se proyecta un crecimiento anual del 8%, coherente con la expansión del turismo de naturaleza en Santander.

Estas proyecciones no son especulativas; surgen de cruzar datos propios con fuentes sectoriales confiables, lo que nos permite contar con una base realista para la toma de decisiones.

Tabla 3 Cruce de datos para proyección de clientes potenciales

CONCEPTO	VALOR	FUENTE
Capacidad hotelera	1,033 camas	Capacidad instalada de El Socorro
Interés en biciturismo	72%	Encuesta local aplicada
Tasa de mercado accesible	30%	OMT y MinCIT (turismo de naturaleza)
CÁLCULO PASO A PASO	RESULTADO	EXPLICACIÓN
Clientes interesados	$1,033 \times 72\% = 744$	Base de demanda potencial

Mercado objetivo real	$744 \times 30\% = 223$ clientes	Cruce de datos local + tendencias sectoriales
-----------------------	-------------------------------------	---

Nota: Elaboración propia.

1.5.1. Análisis general

Las proyecciones financieras de DINAMIX S.A.S. confirman la viabilidad técnica y económica del proyecto. La evolución de las ventas a cinco años, junto con una estructura de costos estable, permite mantener un margen operativo positivo desde el inicio. Este comportamiento está alineado con el crecimiento reciente del turismo de naturaleza y patrimonio en Colombia, sectores que han mostrado un aumento sostenido en la demanda y en la formalización empresarial.

1.6. CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

Las conclusiones se sustentan en el análisis de estados financieros proyectados y flujos de caja mensuales y anuales, que incorporan todos los gastos operativos, administrativos e inversiones de la empresa bajo principios contables y criterios de prudencia financiera.

2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

El proyecto DINAMIX S.A.S. nace como respuesta a una necesidad evidente en Santander: renovar la forma en que se vive el turismo, integrando deporte, cultura y sostenibilidad dentro de una experiencia única y conectada con el territorio. Su origen se vincula al interés de un grupo de estudiantes y emprendedores locales por dinamizar la oferta turística regional mediante actividades que promueven el bienestar, el uso activo del espacio natural y la apropiación del patrimonio cultural.

Aunque comenzó como un ejercicio académico, el proyecto evolucionó a partir de un proceso de investigación aplicada que permitió identificar tendencias actuales del mercado, validar el interés por el biciturismo patrimonial y establecer contactos preliminares con actores locales del sector turístico. Estos avances facilitaron la

construcción de una propuesta de valor sólida y coherente con las dinámicas del turismo responsable. En la actualidad, DINAMIX cuenta con un estudio de mercado respaldado por cifras oficiales que confirman el crecimiento del turismo de naturaleza y las actividades recreativas sostenibles en Colombia.¹⁸ Asimismo, integra un modelo financiero realista que demuestra su viabilidad operativa y económica. Su avance hasta la etapa de plan de negocios representa un logro académico y profesional, al consolidarse como un proyecto innovador, sostenible y alineado con los objetivos de desarrollo turístico del país.

EQUIPO DE TRABAJO, PERFIL DE INVERSIONISTAS Y REDES DE APOYO

2.1.1. Equipo de trabajo

El equipo de DINAMIX está conformado por profesionales y técnicos del área de turismo, administración y comunicación, que comparten una visión común: posicionar a Santander como un destino de turismo patrimonial y de aventura. Cada integrante aporta competencias complementarias: desde el diseño de rutas y gestión de experiencias turísticas, hasta el mantenimiento técnico de bicicletas, la atención al cliente y el marketing digital. Este equilibrio de perfiles permite abordar los distintos componentes del negocio con una mirada integral.

Entre las fortalezas del equipo se destacan la formación académica en turismo, el conocimiento territorial y la capacidad de innovación en experiencias sostenibles. Como debilidades, se reconoce la falta de experiencia en la gestión de créditos de inversión y la necesidad de fortalecer procesos administrativos, áreas en las que se planea apoyo externo a través de asesorías técnicas del SENA y programas de iNNpulsa Colombia.

¹⁸ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (MinCIT). Informe sobre turismo de naturaleza y actividades sostenibles en Colombia 2024. 2024. [En línea]. Consulta: 27 de octubre de 2025. Disponible en: <https://www.mincit.gov.co>

2.1.2. Perfil de inversionista

El perfil de inversionista ideal para DINAMIX se orienta hacia personas y entidades que valoran los emprendimientos sostenibles con impacto directo en el desarrollo regional. Se busca atraer aliados que entiendan el potencial del turismo cultural y ecológico como motor de crecimiento social y económico, y que estén dispuestos a respaldar un modelo financiero basado en la combinación de capital propio y líneas de crédito con condiciones favorables.

Este tipo de inversionista reconoce que los retornos del proyecto son progresivos, sostenidos en el tiempo y respaldados por una tendencia creciente del turismo de naturaleza y actividades responsables en el país. En esta línea, las alternativas de financiamiento ofrecidas por Bancóldex representan una oportunidad viable para iniciativas como DINAMIX, especialmente a través de sus líneas especiales para turismo, que incluyen tasas referenciadas a la DTF y condiciones flexibles en plazos y garantías.

El perfil de inversionista esperado es aquel que no solo busca rentabilidad financiera, sino que también comprende el valor estratégico del turismo sostenible como herramienta de transformación territorial.

3. ALIANZAS Y REDES DE TRABAJO

DINAMIX prevé alianzas estratégicas con actores públicos y privados que fortalecen su ejecución operativa:

- Gobernación de Santander y FONTUR: apoyo en programas de desarrollo turístico sostenible y promoción regional.
- Hoteles, restaurantes y operadores locales: integración de paquetes turísticos de valor agregado.

- SENA y Colombia Productiva: asistencia técnica y capacitación en gestión empresarial, innovación y sostenibilidad.
- Universidades y cámaras de comercio: acompañamiento en procesos de incubación, acceso a convocatorias y fortalecimiento empresarial.
- Comunidades locales: participación activa en la operación turística, fortaleciendo el componente social y cultural del proyecto.

Estas redes constituyen la base para consolidar un modelo participativo, donde el turismo se convierte en una herramienta de desarrollo territorial y generación de empleo digno en El Socorro y sus alrededores.

3.1. ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO EN COLOMBIA Y SANTANDER (2025)

El turismo en Colombia está viviendo un momento determinante. En los últimos años el sector se ha movido hacia experiencias más auténticas, sostenibles y centradas en la conexión con el territorio. Hoy viajar ya no es solamente desplazarse: es vivir algo que tenga sentido y que deje una marca personal. Esa lógica encaja por completo con la esencia de DINAMIX S.A.S., un proyecto que combina deporte, cultura y sostenibilidad para crear experiencias reales y coherentes con lo que busca el viajero actual.

A nivel nacional, el turismo ha venido creciendo de manera constante, impulsado por actividades de naturaleza, bienestar y cultura. Este avance no solo se refleja en cifras económicas, sino también en la transformación del comportamiento del viajero, que ahora prioriza personalización, responsabilidad ambiental y contacto directo con las comunidades. Diversos reportes coinciden en que el turismo

experiencial y sostenible se posiciona como uno de los motores del crecimiento turístico en Colombia y la región.¹⁹ En Santander estas tendencias se sienten con

Aunque el panorama es positivo, aún existen barreras para los nuevos emprendimientos: costos iniciales, acceso a financiación y procesos de digitalización. Sin embargo, varios programas nacionales y regionales están diseñados precisamente para apoyar iniciativas sostenibles que tengan impacto territorial. Este tipo de mecanismos que incluyen líneas de crédito especiales, convocatorias de cofinanciación y fondos para innovación turística facilitan el desarrollo de proyectos como DINAMIX, siempre que cuenten con una estructura clara y una propuesta de valor bien definida.²⁰ El comportamiento del sector confirma que Colombia se está moviendo hacia modelos de turismo más conscientes, conectados y orientados a la experiencia. Y es en ese escenario donde DINAMIX tiene un espacio real: ofrecer rutas y actividades que aporten al viajero, que fortalezcan la identidad del territorio y que generen beneficios para las comunidades locales.

3.2. ANALISIS DEL MERCADO

El mercado turístico colombiano está moviéndose hacia experiencias más activas y responsables con el territorio. En los últimos años, los viajeros vienen mostrando un interés mayor por actividades que combinen naturaleza, deporte y cultura, lo que ha cambiado la forma en que se consumen los servicios turísticos. Esta tendencia se siente con fuerza en los destinos emergentes y confirma que hay un público que busca vivir el país desde adentro, con propuestas más auténticas y cercanas al territorio.

¹⁹ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT). Tendencias del turismo sostenible en América Latina 2024–2025. 2025. [En línea]. Consulta: 4 de noviembre de 2025. Disponible en: <https://www.unwto.org>

²⁰ PROCOLOMBIA. Programas y recursos para proyectos de turismo sostenible 2025. 2025. [En línea]. Consulta: 10 de noviembre de 2025. Disponible en: <https://www.procolombia.co>

En el funcionamiento del sector conviven grandes agencias ya reconocidas con pequeñas empresas locales que trabajan nichos específicos. Estas microempresas, a pesar de tener menos recursos, han logrado competir gracias al uso de redes sociales, la venta directa y los sistemas de reservas digitales. Ese comportamiento demuestra que los modelos de negocio flexibles y conectados con la realidad local sí tienen espacio siempre que presenten claridad, servicio y coherencia con lo que busca el viajero actual.²¹ En Santander, el movimiento turístico gira alrededor de tres zonas claras: San Gil con su enfoque de aventura, Barichara como referencia cultural y El Socorro con su valor patrimonial. Este último territorio está en un proceso de fortalecimiento como destino alternativo y eso abre una oportunidad directa para proyectos estructurados como DINAMIX. En el segmento de biciturismo la competencia es baja y el interés por actividades al aire libre va en aumento, lo que permite pensar en una entrada estratégica al mercado.²²

3.2.1. Mercado objetivo

El mercado objetivo de DINAMIX está conformado por viajeros nacionales y extranjeros entre 20 y 45 años, pertenecientes a estratos socioeconómicos medios y medio-altos, que buscan actividades activas, sostenibles y con significado cultural. Este público se siente atraído por experiencias al aire libre, rutas en bicicleta, contacto con la naturaleza y propuestas que conecten con la historia local. Según el World Travel & Tourism Council (WTTC, 2025), el 52 % de los viajeros latinoamericanos prioriza actividades al aire libre, mientras que el 48 % manifiesta interés en productos turísticos con narrativa patrimonial.²³

A nivel Colombia, este perfil coincide con el auge del ciclismo recreativo, la tendencia hacia estilos de vida saludables y el aumento en la demanda de

²¹ CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Comportamiento empresarial del sector turismo en Santander 2024. 2024. [En línea]. Consulta: 3 de noviembre de 2025. Disponible en: <https://www.camaradirecta.com>

²² ALCALDÍA DE EL SOCORRO. Diagnóstico turístico municipal 2024. 2024. [En línea]. Consulta: 15 de noviembre de 2025. Disponible en: <https://www.elsocorro-santander.gov.co>

²³ WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC). Tendencias del turismo postpandemia en América Latina. Londres, 2025. Consulta: 2 noviembre 2025. Disponible en: <https://wtcc.org>

experiencias responsables con el entorno. Este comportamiento valida el enfoque de DINAMIX en rutas patrimoniales guiadas, movilidad activa y sostenibilidad como esencia del servicio.

3.2.2. Justificación mercado objetivo

La elección de este mercado se fundamenta en tres razones estratégicas:

- El Socorro como destino diferenciado: El municipio ofrece una combinación única de paisajes naturales, arquitectura histórica, rutas religiosas y relatos culturales. Este tipo de escenarios atrae a viajeros que buscan autenticidad y experiencias con sentido.²⁴
- Tendencia al turismo sostenible y deportivo: La preferencia por viajes responsables y actividades físicas como el cicloturismo ha crecido en los últimos cinco años. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2025) indica que el turismo de aventura en América Latina crece a un ritmo cercano al 8 % anual, impulsado por el interés en el bienestar y la conexión emocional con el territorio.²⁵
- Valor agregado cultural: Las festividades religiosas, la gastronomía, la historia libertaria y los recorridos patrimoniales del municipio aumentan el atractivo para visitantes que buscan aprender, explorar y vivir experiencias que trascienden el viaje convencional.

3.2.3. Segmentación del mercado

La segmentación permite identificar y priorizar los grupos con mayor afinidad hacia la propuesta de valor. El cliente tipo de DINAMIX se caracteriza por:

- Edad: 25 - 45 años

²⁴ ALCALDÍA MUNICIPAL DE EL SOCORRO. Inventario de atractivos turísticos y patrimoniales 2024. El Socorro, 2024. Consulta: 7 noviembre 2025. Disponible en: <https://elsocorro-santander.gov.co>

²⁵ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT). Turismo de aventura en regiones emergentes 2025. Madrid, 2025. Consulta: 10 noviembre 2025. Disponible en: <https://www.unwto.org>

- Nivel educativo: técnico o universitario
- Procedencia: Bogotá, Medellín y Bucaramanga
- Intereses: deporte, historia, bienestar y turismo sostenible
- Motivaciones: conexión con la naturaleza, aprendizaje cultural, escapadas cortas y experiencias diferentes
- Canales de decisión: redes sociales, recomendaciones personales y plataformas de experiencias como Airbnb Experiences o Booking Activities

Este consumidor busca seguridad, autenticidad, acompañamiento experto y una narrativa que le permita sentirse parte del territorio que visita. Además, valora empresas con responsabilidad social y propuestas que generen impacto local positivo.

3.2.4. Posicionamiento

DINAMIX aspira a consolidarse como una marca auténtica, sostenible y culturalmente conectada. Su posicionamiento se apoya en tres pilares:

- Sostenibilidad: prácticas responsables, rutas de bajo impacto ambiental y educación al visitante.
- Autenticidad: experiencias que rescatan la memoria histórica, el patrimonio y las voces locales.
- Innovación: uso de herramientas tecnológicas, marketing digital emocional y sistemas de reservas intuitivos.

Desde esta perspectiva, DINAMIX no solo comercializa viajes; construye comunidad, inspira conciencia y aporta a la transformación del turismo experiencial en el país. El sitio web de DINAMIX funcionará como una plataforma intuitiva donde el usuario puede consultar itinerarios, testimonios, precios, rutas y servicios adicionales. El contenido digital se orientará a:

- Aumentar la visibilidad de la marca

- Atraer tráfico a través de marketing de contenidos
- Fortalecer la comunicación con los usuarios
- Facilitar procesos de reserva y resolución de dudas

Redes sociales como Instagram, TikTok y Facebook serán esenciales para mostrar experiencias reales, crear comunidad y posicionar el biciturismo como una alternativa fresca y accesible.

La presencia en eventos regionales, ferias y espacios culturales del municipio permitirá conectar con negocios locales, generar confianza y posicionar a DINAMIX como aliado estratégico del territorio. Esta promoción territorial es clave para fortalecer la identidad de la marca y construir relaciones duraderas. Se plantearán paquetes diferenciados con descuentos por grupos, rutas temáticas, experiencias de temporada y promociones exclusivas para incentivar la fidelización y atraer nuevos clientes. La difusión de testimonios reales reforzará la credibilidad de la marca. Asimismo, se incluirán mensajes sobre turismo responsable, protección del patrimonio y buenas prácticas ambientales, elementos coherentes con la identidad de DINAMIX.

3.2.5. Análisis de demanda - diseño muestral

Para determinar la viabilidad del proyecto se someterá la población del municipio de El Socorro, turistas y sector turístico para confirmar la aceptación de esta empresa y de sus diferentes productos. La población del municipio de El Socorro está calculada aproximadamente en 31000 personas; para calcular el tamaño de la muestra es necesario el utilizar una formula estadística que será la siguiente:

Figura1. fórmula para encuesta



Fuente: QUESTIONPRO

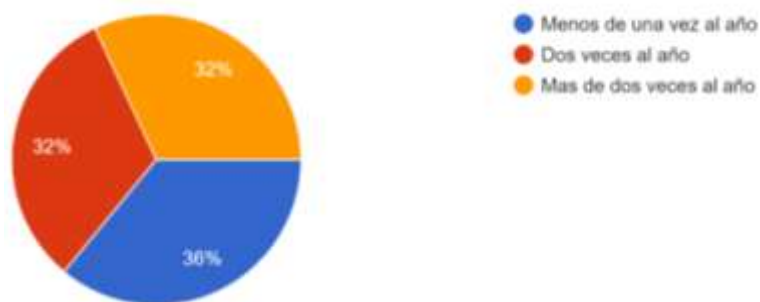
Tomando como referencia los resultados obtenidos en el cálculo del tamaño de la muestra se deben realizar un total de 302 encuestas a las personas del municipio de El Socorro, tomando como margen de error 5.62. Una vez obtenidos los resultados se permitirá tabular el gusto y preferencias del mercado.

3.2.6. Validación del instrumento

Una vez validada la información de las encuestas se le presenta dicha información para que el director de grado de aval y se proceda al diligenciamiento de estas con diferentes fuentes confiables y que la información brindada sea concisa y clara.

- ¿Con que frecuencia viajas al año?

Figura2. Frecuencia de Viajes al año -

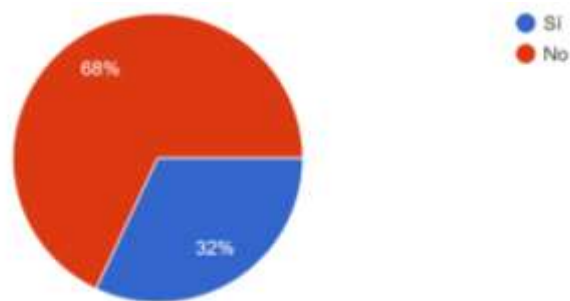


Fuente: Encuesta

ANALISIS: A lo largo del año, se presentan diversas temporadas que permiten salir de la zona de confort ya sea en familia, en pareja o por solitario, como se refleja en el resultado de la encuesta permitiendo a las personas de disfrutar en lugares de donde no son procedentes.

- ¿Has utilizado alguna vez los servicios de una agencia de viajes para planificar tus vacaciones?

Figura3. Servicios de Agencias de Viajes

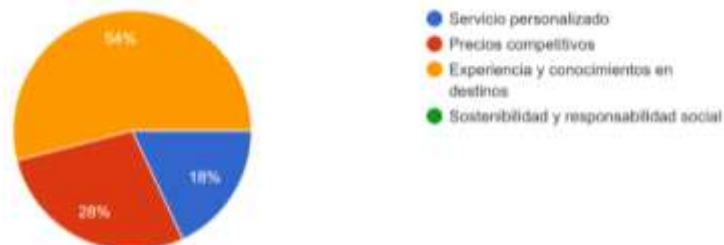


Fuente: Encuesta

ANALISIS: a lo largo de los análisis las personas o viajeros prefieren viajar y conocer diferentes destinos por sus propios medios, siendo esto un factor clave ya que los pensamientos de las personas están en que muchas agencias de viajes manejan costos altos o no se sienten atraídos por sus paquetes.

- ¿Qué es lo más importante para ti al seleccionar una agencia de viajes?

Figura4. Importancia para el encuestado de Agencias de Viajes

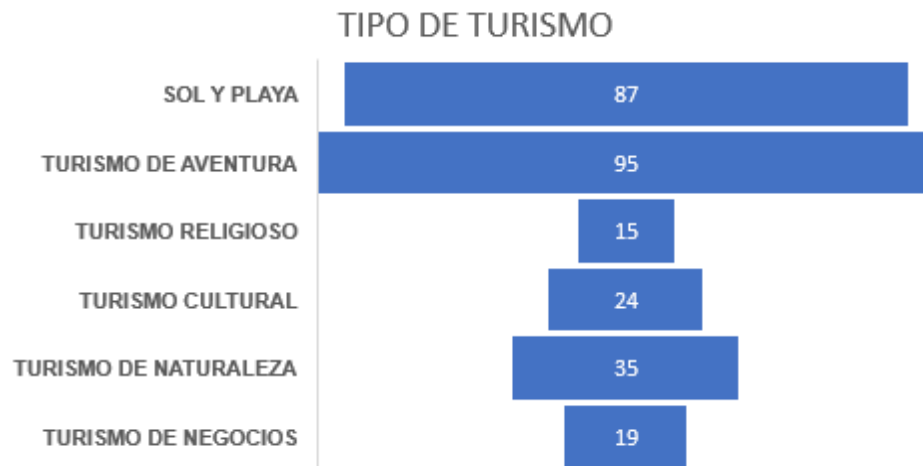


Fuente: Encuesta

ANALISIS: Dinamix busca satisfacer una experiencia única a cada de nuestros clientes brindando precios accesibles y brindando la opción de personalizar su viaje.

- ¿Cuál es el tipo de turismo preferido por usted?

Figura5. Tipo de turismo preferido

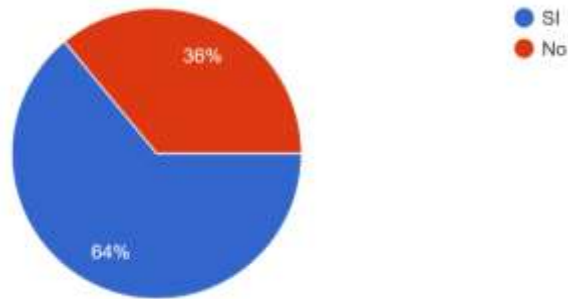


Fuente: Encuesta

ANALISIS: con el transcurso de los años aparecen nuevas tendencias de turismo, a partir del 2020 se optó por un turismo que sea sostenible donde la persona pueda interactuar con la naturaleza buscando un entorno de paz, en estos resultados dirigidos a un grupo específico de personas entre los 20 a 50 años se destaca el turismo de aventura con 95 puntos a favor, el turismo de sol y playa destacándose siempre en cada temporada del año con 87 puntos a favor y el turismo de naturaleza con 35 puntos a favor mostrando el interés de la persona por salir de su zona de confort.

- Conoce atractivos naturales del municipio de El Socorro Santander como lo son: cascadas, senderos, ¿entre otros?

Figura6. Conocimiento de atractivos turísticos

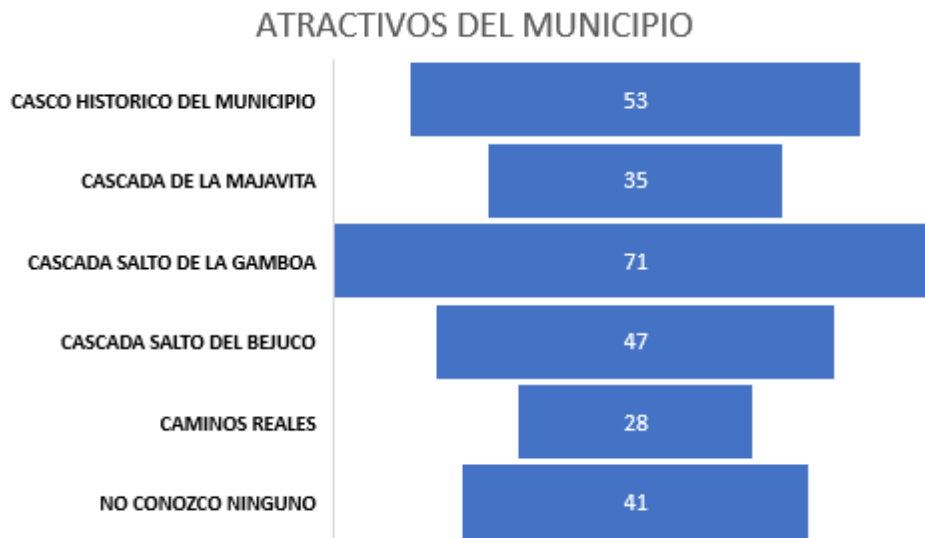


Fuente: Encuesta

ANALISIS: el modelo de encuesta se aplicó principalmente en el municipio de El Socorro Santander y a turistas que se tomaron su tiempo para contestar el formato; se resalta que una parte de la población desconoce el patrimonio que se encuentra en el municipio o solo tienen el conocimiento de los mismos escenarios.

- Seleccione algunos de los atractivos que le gustaría visitar o conocer del municipio de El Socorro Santander

Figura7. Atractivos del municipio

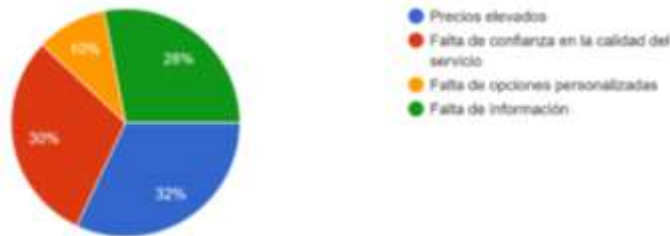


Fuente: Encuesta

ANALISIS: se demuestra un gran desconocimiento al entorno natural del municipio.

- ¿Cuáles son las principales barreras que te impiden utilizar los servicios de una agencia de viajes?

Figura8. Barreras que impiden el uso de servicios de Agencias de viaje-

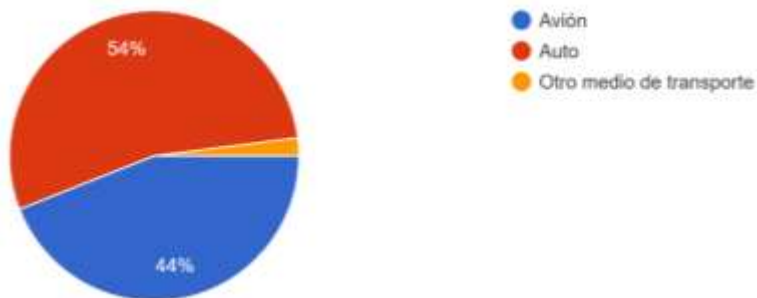


Fuente: Encuesta

ANALISIS: la creación de la agencia Dinamix buscara romper los diferentes tabús que tienen las personas acerca de adquirir los servicios de estas. El llegar y brindar un acompañamiento personalizado a la persona es lo que distinguirá nuestra marca para abarcar los diferentes dilemas de nuestros clientes.

- ¿Qué medio de transporte prefieres para tus viajes?

Figura9. Medio de transporte preferido -



Fuente: Encuesta

ANALISIS: satisfacer las necesidades de los clientes y cumplir las expectativas es lo que marcará nuestra agencia, brindando precios a una tasa accesible para que nuestro cliente pueda escoger como desea viajar al momento de adquirir nuestros servicios.

- ¿Consideras importante que la agencia de viajes ofrezca seguro de viaje?

Figura10. Seguro de viaje -

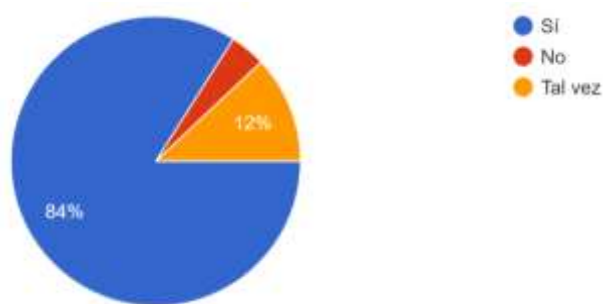


Fuente: Encuesta

ANALISIS: cuando el turista viaja por sí mismo está un porcentaje de que pueda presentar un percance en cualquier momento, como agencia de viajes debemos garantizar la seguridad de cada una de las personas que adquieren nuestros servicios.

- ¿Te gustaría tener la opción de personalizar tu itinerario de viaje?

Figura11. Personalizar itinerario de viaje



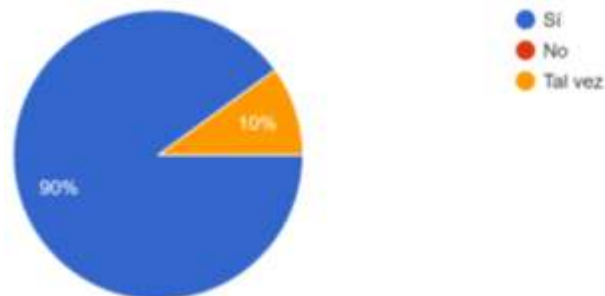
Fuente: Encuesta

ANALISIS: en ocasiones al turista le gusta ir más allá del paquete o quedarse en una sola estación hay que tener en cuenta la necesidad del cliente sin que afecte el recorrido o esto produzca gastos negativos a la agencia, es necesario determinar

un itinerario detallado según las sugerencias del cliente sin que ninguna parte salgan afectada.

- ¿Te gustaría que la agencia de viajes ofreciera excursiones y actividades adicionales en tu destino?

Figura12. Oferta de excursiones y actividades adicionales



Fuente: Encuesta

ANALISIS: al plantear un itinerario se reduce el tiempo y la calidad del servicio de la zona donde se está llevando a cabo la actividad; servicios adicionales sin afectación de las actividades se evaluarán y se determinara la viabilidad de la actividad sin afectar los servicios ya contratados.

- ¿En qué canales te gustaría recibir información sobre los servicios de una agencia de viajes?

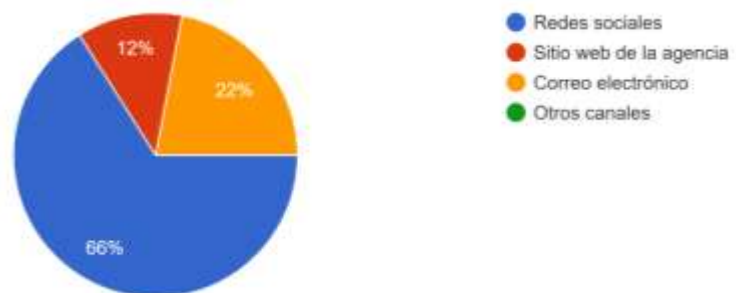


Figura13. Recepción de información - Fuente: Encuesta

ANALISIS: la falta de información concisa y de calidad afecta la imagen de los servicios de una agencia de viajes, como resultado las ventas de paquetes turísticos

son muy reducidos debido a que el turista decide viajar por su cuenta al no contar con una imagen positiva de estas empresas.

- ¿Qué destino a nivel nacional le gustaría conocer?

Figura14. Destino nacional de preferencia



Fuente: Encuesta

ANALISIS: el interés del turista por conocer el territorio nacional coloca la región de la amazonia con el primer puesto, demostrando el interés de las personas por interactuar con la zona natural, de la misma manera, se destaca Guatapé, el eje cafetero, los llanos orientales, Cali como destinos de interés ya que los otros destinos como bien se conocen son destinos de sol y playa, en otros resultados aparece el interés por conocer ya sea paramos, ciudades religiosas entre otras zonas del país.

- ¿Qué destino a nivel internacional le gustaría conocer?

Figura15. Destino internacional

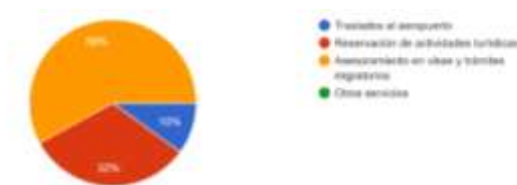


Fuente: Encuesta

ANALISIS: el conocer nuevas culturas y estilos de vida de marca una necesidad de salir de nuestra zona confort, siendo un principal destino el continente europeo como se demuestra el interés de conocer países como lo son Italia, Francia, España, Finlandia entre otros, a nivel de Latinoamérica, México se destaca como un país necesario de conocer seguido de Argentina y Republica Dominicana. América del Norte destaca países como lo son EE. UU, Canadá y tenemos el continente asiático con China y Japón como destinos preferidos de los encuestados por tener la oportunidad de conocer.

- ¿Qué servicios adicionales te gustaría que ofreciera una agencia de viajes?

Figura16. Servicios adicionales -

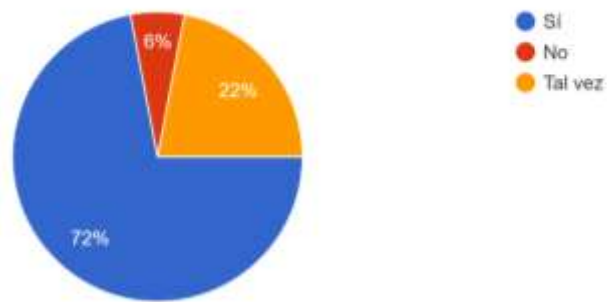


Fuente: Encuesta

ANALISIS: Dinamix buscara tener variedad de servicios para que las personas puedan adquirir siempre brindando seguridad confianza en cada uno de nuestros canales de activación de las necesidades del cliente.

- ¿estarías dispuesto a participar en una nueva tendencia de turismo como lo es la bici turismo para conocer y llegar a cada uno de los lugares?

Figura16. Tendencia Bici-Turismo

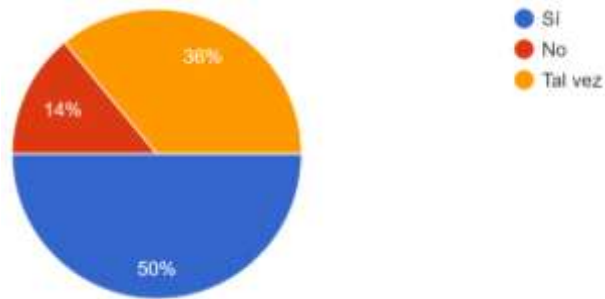


Fuente: Encuesta

ANALISIS: Dinamix emprenderá una nueva tendencia en el municipio de El Socorro Santander como un método de diversificación en el medio, partiendo como punto sostenible y beneficiando la salud de nuestros clientes, siendo esta actividad acta para todas las edades.

- ¿Estarías dispuesto a pagar más por un servicio personalizado de una agencia de viajes?

Figura17. Valor Agregado

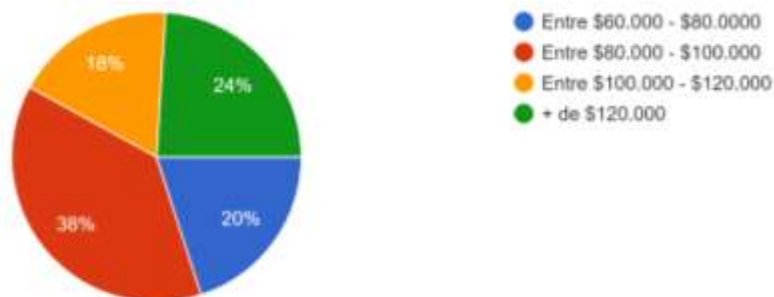


Fuente: Encuesta

ANALISIS: Cumpliendo con las expectativas de los clientes nuestra marca ira creciendo, de este modo las personas se interesarán por tener un viaje más a su medida siendo nosotros un medio para cumplir con sus necesidades.

- ¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por un servicio completo de una agencia de viajes a la hora de adquirir un paquete?

Figura18. Promedio de pago



Fuente: Encuesta

ANALISIS: Manejando un precio estable y competitivo, nuestra marca será reconocida por su compromiso con las políticas internas y la garantía de un servicio al cliente de alta calidad. Al respetar estas políticas y asegurar que nuestras ofertas cumplan con las expectativas de nuestros clientes en relación con el precio, lograremos adquirir y mantener su confianza.

¿Cuál es tu opinión sobre la necesidad de utilizar una agencia de viajes?

- Servicio de calidad y cumplimiento con las expectativas del precio
- No las he usado mucho, pero considero que en lugares donde no se tiene el conocimiento de lo que puede ofrecer, las agencias tienen un gran punto a favor por qué pueden mostrar todo el potencial turístico de la zona
- Es importante por el seguro, también por el acompañamiento de una persona especializada.
- Seguridad Garantizada en los sitios visitados.
- Opino que la agencia de viajes no es muy necesaria después de todo en muchas ocasiones si tú organizas el viaje sale más económico y adicional realizas actividades de tu interés, ya en caso de que no quieras hacer nada solo hacer la maleta y viajar, contratas la agencia de viajes
- El utilizar una agencia de viajes, nos facilita el traslado de un lugar a otro y precios mucho más accesibles, esto hace parte de viajar con más seguridad.
- Necesaria, principalmente en los destinos que tienen atractivos que no se tiene información de acceso y servicios complementarios; es importante ir con la seguridad de que no habrá percances en el viaje.
- Es más favorable a la hora de viajar ya que brindan asistencia y apoyo durante todo el viaje.
- Realmente nunca he utilizado una agencia de viajes, pero si se cuenta con un servicio personalizado y bien asistido estaría a gusto completamente y dispuesto a recomendarla, viendo por encima la propuesta de Dinamix sin conocerla muy a fondo pienso que es una muy buena opción para viajar y organizar mis paseos.

- Te ayudan a aprovechar de la mejor manera el tiempo, creando una ruta, ofreciéndote lugares que te ofrecen una buena experiencia, y al encargarse de toda la agencia, uno puede disfrutar sus vacaciones sin la preocupación de dónde se va a alojar, ni que hay que buscar dónde ir a comer, etc.
- Acompañamiento de un experto que permita disfrutar totalmente todo lo que brinda el lugar a donde se viaja.

3.3. ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL

El mercado potencial de DINAMIX se proyecta a partir de la población urbana de Bogotá, Medellín y Bucaramanga, que en conjunto suma 11,1 millones de habitantes según las proyecciones recientes del DANE.²⁶ De ellos, aproximadamente el 11,3 % realiza turismo interno, lo que define un mercado direccionable (TAM) cercano a 1,25 millones de viajeros. Dentro de este universo, el 30 % tiene afinidad con actividades de naturaleza, aventura y experiencias activas, lo que reduce el mercado accesible (SAM) a 375.000 personas.

3.3.1. Consumo aparente, per cápita y magnitud de la necesidad

El consumo aparente del turismo de aventura en Colombia supera los USD 450 millones anuales, impulsado por actividades físicas, experiencias guiadas y productos de naturaleza.²⁷ A nivel nacional, el viajero interno destina en promedio COP 1,6 millones por viaje, de los cuales cerca del 20 % corresponde a actividades deportivas y de experiencia. Esto equivale a un consumo per cápita cercano a COP 220.000 destinado exclusivamente a experiencias activas, valor que se alinea con

²⁶ DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (DANE). Proyecciones demográficas urbanas 2025. Bogotá, 2025. Consulta: 9 noviembre 2025. Disponible en: <https://www.dane.gov.co>

²⁷ ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE TURISMO ACTIVO (ALTA). Comportamiento económico del turismo de aventura en Colombia 2024–2025. Lima, 2025. Consulta: 9 noviembre 2025. Disponible en: <https://www.alta-turismo.org>

la tarifa promedio de COP 123.104 planteada por DINAMIX para sus rutas patrimoniales en bicicleta.

La magnitud de la necesidad se evidencia en la brecha del mercado regional: en Santander, menos del 10 % de las agencias locales ofrece productos sostenibles o actividades estructuradas con narrativa histórica. Ninguna combina ciclismo guiado + patrimonio, lo que confirma un vacío directo para justificar la captación estimada.

3.3.2. Estimación del segmento

El segmento específico es el biciturismo patrimonial, categoría que reúne movilidad activa, interpretación cultural y sostenibilidad. Este nicho mantiene un crecimiento cercano al 8 % anual en América Latina, debido al aumento del ciclismo recreativo, la búsqueda de bienestar y la demanda por experiencias más auténticas.²⁸

3.4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El mercado turístico de El Socorro está en un punto de transición. Muchos prestadores siguen operando con esquemas tradicionales: recorridos rápidos, actividades repetitivas y poca diferenciación real. Al mismo tiempo, viene creciendo un interés por experiencias sostenibles y con sentido, en línea con la tendencia nacional de turismo que conecta naturaleza, cultura y raíces territoriales.²⁹ En ese vacío es donde DINAMIX S.A.S. se posiciona: no como una agencia más de paseos, sino como un operador de biciturismo patrimonial que une deporte, historia y sostenibilidad.

En el municipio destacan operadores como El Socorro Es, Socorro Tours y el Hotel Colonial del Socorro, que ofrecen recorridos urbanos, visitas a iglesias y planes tradicionales con transporte y alojamiento. Están formalizados, aparecen en el RNT

²⁸ OBSERVATORIO REGIONAL DE TURISMO DE SUDAMÉRICA (ORT). Informe anual de cicloturismo y movilidad turística 2025. Buenos Aires, 2025. Consulta: 12 noviembre 2025. Disponible en: <https://www.obstur.org>

²⁹ UNIVERSIDAD EAN. Semana Santa 2025: El boom del turismo sostenible que reconecta a Colombia con sus raíces. Bogotá, 2025. Consulta: 22 octubre 2025. Disponible en: <https://universidadean.edu.co/blog/semana-santa-2025-el-boom-del-turismo-sostenible-que-reconecta-colombia-con-sus-raices> Universidad EAN

y tienen trayectoria, pero su propuesta sigue siendo generalista. No integran una narrativa histórica sólida ni una experiencia en bicicleta diseñada como producto principal. Esto los pone en ventaja para volumen, pero no para especialización. Frente a ese esquema, DINAMIX entra con un enfoque claro: rutas en bicicleta con guías formados, relato patrimonial estructurado y articulación con la economía local.

En el corredor regional, operadores como Regiones Bike y San Gil Extremo concentran buena parte del turismo de aventura con rafting, parapente, senderismo y ciclismo recreativo. Responden a una demanda fuerte por adrenalina, coherente con el crecimiento del turismo de aventura en América Latina que ha destacado la ATTA como uno de los segmentos más dinámicos de la región.³⁰

Sin embargo, la mayoría de estas propuestas no profundiza en el contenido cultural ni en la sostenibilidad del territorio. Su fortaleza está en la emoción del momento, no en la construcción de significado. En términos de precios, la zona maneja rangos que encajan con los valores observados en el turismo de naturaleza y ecoturismo en Colombia. Los paquetes de aventura de un día en distintos destinos del país se ubican generalmente entre los COP 150.000 y COP 600.000, mientras que experiencias culturales y de ciudad suelen moverse entre COP 100.000 y COP 450.000, de acuerdo con estimaciones recientes sobre presupuestos diarios y niveles de servicio para viajes de naturaleza en Colombia.³¹

Las encuestas realizadas a potenciales demandantes muestran que el turista que llega a la región no solo busca “hacer algo diferente”, sino que valora la gastronomía local, la tranquilidad del destino y la variedad de actividades disponibles. Estos resultados son coherentes con estudios recientes sobre viajeros colombianos, donde más de la mitad prioriza la comida local, los lugares tranquilos y la diversidad

³⁰ REPORT NEWS – COLOMBIA. ATTA: Latinoamérica lidera en turismo de aventura. Bogotá, 2025. Consulta: 25 octubre 2025. Disponible en: <https://colombia.reportnews.la/blog/2025/05/13/atta-latinoamerica-lidera-en-turismo-de-aventura/> Report News Colombia

³¹ ECONEXA TRAVEL. ¿Cuánto cuesta un viaje a Colombia para hacer ecoturismo? Precios 2025. Bogotá, 2025. Consulta: 30 octubre 2025. Disponible en: <https://www.econexatravel.com/post/cuanto-cuesta-un-viaje-de-eco-turismo-en-colombia>

de experiencias al momento de elegir un destino. Para este perfil, un producto como el biciturismo patrimonial que combina esfuerzo físico moderado, interpretación histórica y contacto con la comunidad resulta más atractivo que una sola actividad de riesgo aislada.

Por otro lado, el componente de sostenibilidad ya no es un “plus”, sino un criterio de decisión. Informes recientes muestran que una mayoría de viajeros colombianos quiere que el dinero que gasta llegue directamente a las comunidades locales y que las experiencias sean auténticas, vinculadas a la cultura del lugar. DINAMIX responde a esto integrando restaurantes de comida tradicional, hospedajes rurales y talleres artesanales como parte de la ruta, no como un añadido opcional. Así, la agencia no compite solo por quién ofrece la aventura más barata, sino por quién construye mejor significado alrededor del territorio.

La competencia actual en El Socorro y su entorno se estructura alrededor de dos lógicas: operadores generalistas de ciudad y operadores de aventura enfocados en adrenalina. DINAMIX se ubica en un tercer espacio: el de las experiencias patrimoniales sobre bicicleta, dirigidas a un viajero consciente que valora bienestar, cultura y sostenibilidad, y que está dispuesto a pagar un precio justo por una experiencia bien diseñada. Esto le permite entrar al mercado con un posicionamiento claro, coherente con las tendencias actuales y difícil de imitar a corto plazo.

3.5. CADENA PRODUCTIVA

La agencia de viajes se centrará en la fomentación del turismo en bicicleta en el municipio de El Socorro Santander, promoviendo el turismo sostenible en la región. La agencia estará vinculada principalmente en la comercialización y distribución de servicios turísticos; la función será el promover, vender y distribuir experiencias en bicicleta por la región, además ofrecerá los servicios de planificación de viajes, reservas y atención al cliente. La agencia de viajes Dinamix también ofrecerá la

organización de tours y excursiones facilitando la operación y prestación de servicios turísticos.

Figura19. mapa de relaciones institucionales y sectoriales



Fuente: Elaboración propia

4. CONCEPTO DEL PRODUCTO

DINAMIX S.A.S. nace como una agencia de viajes especializada en biciturismo patrimonial, que combina deporte, historia y sostenibilidad en experiencias diseñadas para conectar a las personas con el territorio santandereano de una forma distinta. El producto integra componentes de turismo de naturaleza, aventura y cultura, adaptándose a los nuevos estilos de vida. Cada experiencia está diseñada para atender necesidades clave del consumidor moderno:

- Conectar con la identidad local y el patrimonio histórico.
- Vivir experiencias sostenibles y responsables con el entorno.
- Realizar actividades físicas en escenarios naturales seguros.

- Acceder a planes personalizados según el nivel de esfuerzo y preferencia.
- Disfrutar de un servicio integral con acompañamiento técnico, comodidad y bienestar.

El valor diferencial de DINAMIX radica en su enfoque humano y territorial: no se trata solo de vender recorridos en bicicleta, sino de crear comunidad y experiencias significativas. El cliente no compra un paquete, compra una historia que pedalea

4.1. RUTAS E INTINERARIO A IMPLEMENTAR EN EL MUNICIPIO DE EL SOCORRO SANTANDER EN REFERENCIA AL TURISMO EN BICICLETA

Tabla 4. Desglose de Costos

RUTA	ALIMENTACIÓN	BICICLETA	SEGURO	LOGÍSTICA	MATERIAL	KIT DE RUTA	TOTAL
Ruta Mariana	\$28.000	\$12.000	\$5.000	\$14.000	\$3.000	\$2.500	\$64.500
Ruta Colonial	\$28.000	\$12.000	\$5.000	\$14.000	\$3.000	\$2.500	\$64.500
Ruta Cuchicute	\$30.000	\$13.000	\$5.000	\$22.000	\$3.600	\$3.000	\$76.600
Ruta del Cacique	\$32.000	\$14.000	\$5.500	\$24.000	\$5.500	\$3.500	\$84.500
Ruta Cinco Mil	\$38.000	\$15.000	\$6.000	\$24.000	\$6.600	\$5.000	\$94.600

Nota: Elaboración propia

4.1.1. Ruta mariana

Locación: Basílica Nuestra Señora del Socorro – Parroquia de la Santa Barbara – Iglesia María Auxiliadora – Iglesia de la Chiquinquirá.

Dificultad: media.

Resumen: una vez concretado los datos de los clientes se procede a designar la hora según el interés de la persona. Se realizará el registro pertinente con los

participantes, se brindará el espacio de información del recorrido y respectivo calentamiento antes de iniciar el recorrido.

Rutas: el recorrido iniciara en la basílica Nuestra Señora del Socorro, tomaremos la cll 14 donde llegaremos a nuestro segundo destino que es la Parroquia de la Santa Barbara. Continuamos el recorrido por la cra 8ª hasta llegar a la capilla de San Rafael donde se hará un break. Seguimos por la cll 4ª donde se realizarán las desviaciones correspondientes para llegar a la iglesia de María Auxiliadora donde podrán disfrutar de una bella construcción y de una vista panorámica del municipio. Reanudamos el recorrido hasta tomar la cra 12 la cual nos llevará a diferentes desvíos para llegar al parque del intra donde se tomará un break. Descenderemos por la cll 8 hasta tomar la cra 13 donde culminaremos el recorrido en la iglesia Nuestra Señora de Chiquinquirá.

Información: en cada una de las locaciones se realizará una reseña de cada uno de estos sitios de interés, de igual manera en la capilla de San Rafael se realizará un momento de integración para la motivación de nuestros clientes. Al finalizar el recorrido se les entregara el souvenir de la marca Dinamix en agradecimiento por adquirir los servicios. Culminado todo el proceso se realizará el traslado de los clientes a su respectivo lugar de alojamiento.

Servicios: La agencia de viajes Dinamix para el recorrido dispondrá:

- Alquiler de bicicletas.
- Seguro.
- Guía capacitado y personal de acompañamiento.
- Hidratación y snack.
- Refrigerio.
- Break de integración.
- Traslado de ser solicitado.
- Recordatorio de parte de la agencia a cada uno de los participantes de la ruta.

4.1.2. Ruta colonial

Locación: Parque principal – Casa de la Cultura Horacio Rodríguez Plata – Paseo de la Insurrección – Parque de la Chiquinquirá – Muros del Capitolio y Casa de la Logia masónica Estrella del Saravita No. 5

Dificultad: Baja.

Resumen: una vez concretado los datos de los clientes se procede a designar la hora según el interés de la persona. Se realizará el registro pertinente con los participantes, se brindará el espacio de información del recorrido y respectivo calentamiento antes de iniciar el recorrido.

Rutas: el recorrido iniciara en el parque principal de El Socorro, tomaremos la cll 14 donde llegaremos a nuestro segundo destino que es la casa de la cultura Horacio Rodríguez Plata. Continuamos el recorrido por la cra 12 donde descenderemos una cuadra para tomar la cll del paseo de la insurrección hasta llegar al parque de la Chiquinquirá donde se hará un break. Seguimos por la cra 15 hasta llegar a la capilla de la inmaculada; se avanzará una cuadra para culminar con los sitios de interés faltantes.

Información: en cada una de las locaciones se realizará una reseña de cada uno de estos sitios de interés, de igual se realizará un momento de integración en el parque de la Chiquinquirá para la motivación de nuestros clientes. Al finalizar el recorrido se les entregara el souvenir de la marca Dinamix en agradecimiento por adquirir los servicios. Culminado todo el proceso se realizará el traslado de los clientes a su respectivo lugar de alojamiento.

Servicios: La agencia de viajes Dinamix para el recorrido dispondrá:

- Alquiler de bicicletas.
- Seguro.
- Guía capacitado y personal de acompañamiento.

- Hidratación y snack.
- Refrigerio.
- Break de integración.
- Traslado de ser solicitado.
- Recordatorio de parte de la agencia a cada uno de los participantes de la ruta.

4.1.3. Ruta Cuchicute

Locación: Hacienda Majavita – Cascada Majavita

Dificultad: Media.

Resumen: una vez concretado los datos de los clientes se procede a designar la hora según el interés de la persona. Se realizará el registro pertinente con los participantes, se brindará el espacio de información del recorrido y respectivo calentamiento antes de iniciar el recorrido.

Rutas: el recorrido iniciara en el parque principal de El Socorro, tomaremos la cll 14 donde llegaremos al corredor vial de las universidades Libre y UIS. Ascenderemos hasta llegar al monumento del conde de Cuchicute, seguiremos con el recorrido donde llegaremos a la hacienda Majavita. Culminada las actividades en la hacienda, continuamos con el recorrido a la cascada a pie.

Información: en cada una de las locaciones se realizará una reseña de cada uno de estos sitios de interés, de igual se realizará una actividad en la hacienda Majavita donde conoceremos más a fondo sobre el proceso de elaboración de café. En el recorrido a la cascada podrán conocer diversas especies de fauna y flora que se encuentran en el sitio hasta llegar a nuestro destino donde dispondrán de una vista privilegiada a la serranía de los Yaguiries. Al finalizar el recorrido se les entregara el souvenir de la marca Dinamix en agradecimiento por adquirir los servicios. Culminado todo el proceso se realizará el traslado de los clientes a su respectivo lugar de alojamiento.

Servicios: La agencia de viajes Dinamix para el recorrido dispondrá:

- Alquiler de bicicletas.
- Seguro.
- Guía capacitado y personal de acompañamiento.
- Hidratación y snack.
- Refrigerio.
- Break de integración.
- Traslado de ser solicitado.
- Recordatorio de parte de la agencia a cada uno de los participantes de la ruta.

4.1.4. Ruta del cacique

Locación: Capilla Guane – Salto de la Gamboa.

Dificultad: Media.

Resumen: una vez concretado los datos de los clientes se procede a designar la hora según el interés de la persona. Se realizará el registro pertinente con los participantes, se brindará el espacio de información del recorrido y respectivo calentamiento antes de iniciar el recorrido.

Rutas: el recorrido iniciara en el parque principal de El Socorro, tomaremos la cra 14 donde llegaremos al parque de la Chiquinquirá. Descenderemos hasta llegar al barrio comuneros donde tomaremos el camino que conduce a la vereda Chanchon. Se realizará una parada en la capilla Guane y culminaremos las actividades en la hacienda Chanchon, con el recorrido a la cascada a pie.

Información: en cada una de las locaciones se realizará una reseña de cada uno de estos sitios de interés, En el recorrido a la cascada podrán conocer diversas especies de fauna y flora que se encuentran en el sitio hasta llegar a nuestro destino donde dispondrán de una vista privilegiada a la serranía de los Yaguiries. Al finalizar el recorrido se les entregara el souvenir de la marca Dinamix en agradecimiento por

adquirir los servicios. Culminado todo el proceso se realizará el traslado de los clientes a su respectivo lugar de alojamiento.

Servicios: La agencia de viajes Dinamix para el recorrido dispondrá:

- Alquiler de bicicletas.
- Seguro.
- Guía capacitado y personal de acompañamiento.
- Hidratación y snack.
- Refrigerio.
- Break de integración.
- Almuerzo.
- Traslado de ser solicitado.
- Recordatorio de parte de la agencia a cada uno de los participantes de la ruta.

4.1.5. Ruta cinco mil

Locación: Capilla Guane – Salto de la Gamboa.

Dificultad: Media.

Resumen: una vez concretado los datos de los clientes se procede a designar la hora según el interés de la persona. Se realizará el registro pertinente con los participantes, se brindará el espacio de información del recorrido y respectivo calentamiento antes de iniciar el recorrido.

Rutas: el recorrido iniciara en el parque principal de El Socorro, tomaremos la cll 14 donde llegaremos al barrio naranjito. Descenderemos hasta tomar la vía que conduce al municipio del Palmar. Se realizará una parada en la cascada del Bejuco y culminaremos las actividades en el centro recreacional la cinco mil.

Información: en cada una de las locaciones se realizará una reseña de cada uno de estos sitios de interés, En el recorrido a la cascada podrán conocer diversas

especies de fauna y flora que se encuentran en el sitio hasta llegar a nuestro destino donde dispondrán de una vista privilegiada a la serranía de los Yaguiries y una vista al imponente río Suárez. Se continuará el recorrido hasta el centro recreacional vereda la Cinco Mil donde se realizará un almuerzo típico de la región y un momento de esparcimiento. Al finalizar el recorrido se les entregará el souvenir de la marca Dinamix en agradecimiento por adquirir los servicios. Culminado todo el proceso se realizará el traslado de los clientes a su respectivo lugar de alojamiento.

Servicios: La agencia de viajes Dinamix para el recorrido dispondrá:

- Alquiler de bicicletas.
- Seguro.
- Guía capacitado y personal de acompañamiento.
- Hidratación y snack.
- Refrigerio.
- Break de integración.
- Almuerzo.
- Traslado de ser solicitado.
- Recordatorio de parte de la agencia a cada uno de los participantes.

4.2. PRESENTACION DE LA EMPRESA

Nos complace presentarle Dinamix, su nueva agencia de viajes especializada en cicloturismo en el municipio de El Socorro, Santander, con alcance a destinos nacionales e internacionales. En Dinamix, creemos en la emoción de descubrir el mundo. Nuestro enfoque único combina la pasión por el ciclismo con la exploración de paisajes naturales, culturales e históricos de El Socorro y más allá. Con rutas emocionantes, atención personalizada y una amplia gama de destinos, estamos comprometidos a ofrecer experiencias inolvidables para todos los amantes del ciclismo y los viajes. ¡Únete a nosotros y descubre el mundo junto a Dinamix!

4.2.1. MISIÓN

AGENCIA DE VIAJES DINAMIX S.A.S. es una empresa dedicada a la prestación de servicios turísticos con sede en el municipio de El Socorro Santander. Su centro de operación será los departamentos de Santander, Antioquia y Boyacá; nos encargaremos de brindar la mejor satisfacción a nuestros clientes que adquieran nuestros servicios, facilitaremos servicios complementarios de calidad como lo son diferentes tipos de alojamiento, restaurantes, transportes entre otros, cumpliendo con las expectativas de nuestro cliente y brindando reconocimiento a la zona, generando empleo y estimulando el turismo en los departamentos y sus municipios.

4.2.2. VISIÓN

AGENCIA DE VIAJES DINAMIX S.A.S En un horizonte de diez años, se proyecta como una empresa líder en experiencias de cicloturismo patrimonial en Colombia, reconocida por integrar movilidad activa, relatos culturales y gestión sostenible del territorio. La operación consolidará presencia en los principales corredores turísticos del país, ampliando la oferta hacia destinos de naturaleza y rutas interpretativas de alto valor simbólico. La marca será referente nacional por su estándar de servicio, su capacidad de innovación y su contribución al posicionamiento de El Socorro como destino patrimonial. DINAMIX aspirará a operar con plataformas tecnológicas robustas, alianzas estratégicas estables y un modelo de expansión replicable en escenarios nacionales e internacionales.

4.2.3. Imagen de la empresa

Figura20. Logo de la empresa



Fuente: elaboración propia.

4.2.4. Sitios de interés que la agencia va referenciar

DE INTERES RELIGIOSO

1. Basílica Nuestra Señora del Socorro.
2. Iglesia Nuestra Señora de Chiquinquirá.
3. Iglesia de la Santa Barbara.
4. Iglesia María Auxiliadora.
5. Oratorio Alto de la Cruz.

DE INTERES CULTURAL

1. Centro histórico municipio de El Socorro Santander.
2. Plazoleta José A. Morales.
3. Hacienda Majavita.

DE INTERES NATURAL

1. Cascada de la Majavita.
2. Cascada Salto de la Gamboa.
3. Cascada Salto del Bejuco.

4.2.5. Política de calidad de servicio

En Dinamix Agencia de Viajes, nos comprometemos a ofrecer un servicio de alta calidad que supere las expectativas de nuestros clientes en cada interacción.

- **Estándares de Excelencia:** Nos esforzamos por mantener estándares de excelencia en todos los aspectos de nuestro servicio, desde la atención al cliente hasta la entrega de servicios turísticos.
- **Capacitación y Desarrollo del Personal:** Proporcionamos capacitación continua y oportunidades de desarrollo profesional a nuestro equipo para garantizar que estén bien equipados para brindar un servicio excepcional.

- Escucha Activa: Valoramos las opiniones de nuestros clientes y practicamos la escucha activa para comprender sus necesidades y preocupaciones, y responder de manera efectiva a sus solicitudes.
- Resolución de Problemas: Nos comprometemos a abordar cualquier problema o queja de manera rápida, justa y efectiva, buscando siempre soluciones que satisfagan las necesidades del cliente.
- Mejora Continua: Buscamos constantemente oportunidades para mejorar nuestros procesos y procedimientos con el objetivo de ofrecer un servicio aún mejor a nuestros clientes en el futuro.
- En Dinamix Agencia de Viajes, la calidad del servicio es nuestra prioridad número uno, y nos esforzamos por superar las expectativas de nuestros clientes en cada interacción.

4.2.6. Política de cancelación y reembolso

En Dinamix Agencia de Viajes, entendemos que pueden surgir circunstancias imprevistas que requieran la cancelación de reservas por parte de nuestros clientes. Por ello, hemos establecido la siguiente política de cancelación y reembolso:

- Condiciones de Cancelación: Las cancelaciones deben notificarse a Dinamix Agencia de Viajes con la mayor antelación posible. Las condiciones de cancelación pueden variar según el tipo de servicio reservado y serán especificadas al momento de la reserva.
- Reembolsos: Los reembolsos por cancelaciones se procesarán de acuerdo con las condiciones de cancelación establecidas. Los reembolsos pueden estar sujetos a cargos por cancelación o a retenciones, dependiendo de la política de cancelación aplicable.
- Plazos de Reembolso: Los reembolsos se procesarán en un plazo razonable después de recibir la notificación de cancelación y cualquier documentación requerida. Los plazos de reembolso pueden variar según el método de pago utilizado y las políticas de procesamiento de pagos de terceros.

- Cancelaciones por Parte de Dinamix Agencia de Viajes: En caso de cancelación de servicios por parte de Dinamix Agencia de Viajes debido a circunstancias imprevistas o fuerza mayor, se ofrecerán alternativas adecuadas al cliente, como la reprogramación del servicio o un reembolso completo.

En Dinamix Agencia de Viajes, nos comprometemos a garantizar un proceso de cancelación y reembolso justo y transparente para nuestros clientes, manteniendo siempre su satisfacción como nuestra prioridad.

4.2.7. Política de sostenibilidad

Dinamix Agencia de Viajes reconoce la importancia de promover prácticas sostenibles y responsables en todas nuestras operaciones. Nos comprometemos a contribuir activamente a la conservación del medio ambiente, la protección de la biodiversidad y el desarrollo sostenible de las comunidades locales. Por ello, hemos establecido la siguiente política de sostenibilidad:

- Conservación del Medio Ambiente: Nos comprometemos a minimizar nuestro impacto ambiental mediante la adopción de prácticas de gestión de residuos, reducción del consumo de energía y agua, y la promoción del uso de transporte sostenible siempre que sea posible.
- Promoción del Turismo Sostenible: Fomentamos el turismo sostenible promoviendo actividades que respeten la cultura local, protejan los ecosistemas naturales y apoyen el desarrollo económico de las comunidades locales.
- Educación y Sensibilización: Nos comprometemos a educar y sensibilizar a nuestros clientes, empleados y socios comerciales sobre la importancia de la sostenibilidad y las formas en que pueden contribuir a la protección del medio ambiente y la preservación de la cultura local.
- Colaboración con la Comunidad: Establecemos relaciones sólidas con las comunidades locales en las que operamos, apoyando iniciativas de

desarrollo comunitario, promoviendo el comercio justo y respetando los derechos de los pueblos indígenas y las minorías étnicas.

- **Mejora Continua:** Nos comprometemos a monitorear y evaluar regularmente nuestro desempeño en sostenibilidad, estableciendo objetivos claros y medidas concretas para mejorar continuamente nuestras prácticas y reducir nuestro impacto ambiental y social.

En Dinamix Agencia de Viajes, consideramos la sostenibilidad como un valor fundamental en todas nuestras operaciones y nos esforzamos por ser líderes en la promoción de un turismo responsable y sostenible en todas nuestras actividades.

4.2.8. Política de privacidad de datos

Dinamix Agencia de Viajes valora la privacidad y la seguridad de la información personal de sus clientes. Nos comprometemos a proteger y respetar la privacidad de los datos personales que recopilamos y procesamos en el curso de nuestras operaciones. Por ello, hemos establecido la siguiente política de privacidad de datos:

- **Recopilación de Datos:** Recopilamos y procesamos datos personales de nuestros clientes solo cuando sea necesario para brindar nuestros servicios turísticos y cumplir con nuestras obligaciones legales y contractuales. Solicitamos el consentimiento del cliente antes de recopilar cualquier dato personal y explicamos claramente cómo se utilizará la información.
- **Uso de Datos:** Utilizamos los datos personales recopilados para proporcionar servicios turísticos, administrar reservas, procesar pagos y comunicarnos con los clientes sobre sus viajes. No compartimos ni vendemos datos personales a terceros para fines de marketing sin el consentimiento expreso del cliente.
- **Seguridad de Datos:** Implementamos medidas de seguridad técnicas y organizativas para proteger los datos personales contra el acceso no autorizado, la divulgación, la alteración o la destrucción. Nos

comprometemos a mantener la confidencialidad y la integridad de los datos personales en todo momento.

- **Revisión y Actualización:** Esta política de privacidad de datos se revisa periódicamente para garantizar su efectividad y cumplimiento con los cambios en las leyes y regulaciones de protección de datos.

En Dinamix Agencia de Viajes, nos comprometemos a proteger la privacidad y la seguridad de los datos personales de nuestros clientes y a cumplir con los más altos estándares de protección de datos en todas nuestras operaciones.

4.2.9. Política de reservas

Dinamix Agencia de Viajes se compromete a ofrecer un proceso de reservas claro, transparente y eficiente para garantizar una experiencia satisfactoria para nuestros clientes. Hemos establecido la siguiente política de reservas:

- **Proceso de Reserva:** Nuestro proceso de reserva es fácil y conveniente. Los clientes pueden realizar reservas a través de nuestro sitio web, por teléfono, correo electrónico o en persona en nuestras oficinas.
- **Confirmación de Reservas:** Todas las reservas están sujetas a disponibilidad y serán confirmadas una vez que se haya recibido el pago o depósito correspondiente. Los detalles de la reserva, incluidos los servicios contratados y los términos y condiciones, se proporcionarán por escrito al cliente.
- **Depósitos y Pagos:** Para asegurar la reserva, se puede requerir un depósito inicial o pago completo según las condiciones de reserva específicas. Los métodos de pago aceptados incluyen efectivo, tarjeta de crédito o transferencia bancaria.
- **Política de Cancelación:** Se aplican condiciones de cancelación a todas las reservas. Los clientes deben revisar y aceptar estas condiciones al realizar la reserva. Las cancelaciones deben ser notificadas con la mayor antelación

posible y pueden estar sujetas a cargos según lo estipulado en la política de cancelación.

- **Modificaciones de Reservas:** Se pueden aceptar modificaciones en las reservas según la disponibilidad y las condiciones de reserva. Cualquier cambio en la reserva debe ser solicitado y confirmado por escrito.
- **Plazos de Pago:** Los pagos finales deben realizarse antes de la fecha de inicio del servicio, según lo especificado en la confirmación de la reserva. Se pueden aplicar cargos por pagos tardíos.

Dinamix Agencia de Viajes se compromete a proporcionar un proceso de reservas eficiente y transparente, garantizando la satisfacción y tranquilidad de nuestros clientes en todo momento.

4.3. Estrategias de distribución

Para garantizar una presencia sólida y sostenible en el mercado, DINAMIX combina estrategias omnicanal, integrando herramientas digitales y presenciales que facilitan el acceso a los clientes y aumentan la visibilidad de la marca.

4.4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

4.4.1. Canales digitales propios

- Página web con motor de reservas y pagos en línea.
- Aplicación móvil (fase 2) con seguimiento de rutas y recompensas sostenibles.
- Blog y redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook) enfocados en storytelling de viajes y contenido educativo sobre turismo responsable.

4.4.2. Canales indirectos

- Alianzas con hoteles, restaurantes y operadores locales.
- Integración con plataformas de turismo nacional como TripAdvisor, Civitatis y Colombia.Travel.

- Convenios con universidades y empresas para programas de bienestar y recreación corporativa.

4.4.3. Puntos físicos estratégicos

- Oficinas en El Socorro y puntos de contacto en San Gil y Bucaramanga.

4.4.4. Estrategias de penetración y ventas

- Marketing relacional y comunitario: fidelización a través de experiencias compartidas y embajadores locales.
- Campañas digitales segmentadas: uso de inteligencia artificial y analítica de datos para identificar perfiles de turistas y ajustar la comunicación.
- Estrategia de referidos: descuentos o beneficios para clientes que recomienden nuevos usuarios.
- Comercialización híbrida: venta directa en eventos turísticos, ferias regionales y participación activa en ruedas de negocio del sector.

4.4.5. Estrategias de precio

La estrategia de precios de DINAMIX se construyó a partir del comportamiento real del turismo de naturaleza en el corredor San Gil – Barichara, donde las experiencias de un día oscilan entre \$150.000 y \$380.000, dependiendo del nivel de interpretación cultural, la logística requerida y la especialización del guía. Este entorno competitivo permite posicionar un portafolio accesible y técnicamente sustentado, sin sacrificar la percepción de valor ni la sostenibilidad financiera del proyecto.

DINAMIX integra cinco rutas de un día, con tarifas estimadas entre \$103,200 y \$151,360, calculadas a partir del costo operativo real por persona y un margen de contribución del 60 %. Esta metodología evita la fijación de precios especulativa y garantiza que cada producto contribuya al punto de equilibrio y a la estabilidad del modelo operativo sin depender de subsidios.

Tabla 5. Precios comerciales del portafolio DINAMIX

RUTA	COSTO OPERATIVO POR PERSONA	FÓRMULA	PRECIO FINAL COMERCIAL	MARGEN (60 %)
Ruta Mariana	\$64.500	64.500*1.6	\$103.200	\$38.700
Ruta Colonial	\$64.500	64.500*1.6	\$103.200	\$38.700
Ruta Cuchicute	\$76.600	76.600*1.6	\$122.560	\$45.960
Ruta del Cacique	\$84.500	84.500*1.6	\$135.200	\$50.700
Ruta Cinco Mil	\$94.600	94.600*1.6	\$151.360	\$56.760

Nota: Elaboración propia.

4.5. CONDICIONES DE PAGO, SEGUROS E IMPUESTOS

- Anticipo del 30 % al momento de reserva para asegurar logística.
- Pago completo 48 h antes del servicio.
- Formas de pago: tarjeta, transferencia, pago móvil.
- Seguro incluido en tarifa: responsabilidad civil + accidente (valor agregado).
- Impuestos: tarifa incluye el IVA aplicable al turismo en Colombia; en caso de importar bicicletas o repuestos se considera variación de coste por tipo de cambio (+3-5 %) y posibles aranceles de importación.
- Transporte: tarifas incluyen traslado interno en destino; se documenta gasto para transparencia del cliente.

4.5.1. Medios de pago de la empresa

Agencia de viajes Dinamix, dispondrá en sus servicios los siguientes medios de pagos autorizados para asegurar sus transacciones y brindar la transparencia de los servicios adquiridos:

- BANCOLOMBIA
- CODIGO QR
- PAYPAL
- PAGOS PSE
- DATAFONO VIRTUAL WOMPI
- EFECTY

4.6. TÁCTICAS DE PRECIO Y RESISTENCIA AL ENTORNO COMPETITIVO

El precio se definió considerando el costo operativo por persona, la comparación con operadores regionales y la disposición de pago del turista interesado en actividades culturales y de naturaleza.

La tarifa incorpora ajustes moderados según temporada: un descuento del 10 % en periodos de baja demanda, mantenimiento del precio base en temporada media y un incremento de \$30.000 en temporada alta, cuando la demanda crece y la capacidad operativa se utiliza por completo. Se complementa con una estrategia de fidelización a través del “Club Biciturismo DINAMIX”, que ofrece dos rutas al año por una tarifa fija y acceso anticipado a actividades. De manera paralela, el esquema de referidos permite que un cliente invite a otro y reciba un beneficio del 5 %, con un obsequio local para el invitado, lo que contribuye a reducir el costo de adquisición por recomendación directa.

En entornos competitivos, la estrategia no se orienta a competir por precio, sino a fortalecer el valor percibido mediante mejoras en el acompañamiento profesional, la calidad del equipo, la interpretación patrimonial y la sostenibilidad de las actividades. Este enfoque permite preservar la identidad del producto y asegurar márgenes adecuados. Finalmente, se establece una revisión trimestral del comportamiento del

mercado para ajustar precios cuando sea necesario, manteniendo coherencia con los costos reales de operación y con la demanda observada.

4.6.1. Estrategia de promoción

La estrategia de promoción se orienta a captar clientes mediante una combinación de comunicación digital, presencia territorial y acciones dirigidas a mercados con afinidad por experiencias culturales y de naturaleza. El plan incorpora un precio de lanzamiento, con descuentos por volumen para grupos y tarifas preferenciales para agencias, instituciones educativas y empresas de turismo corporativo. Para clientes especiales se contemplan beneficios como acceso prioritario, contenidos exclusivos y material audiovisual personalizado.

El cubrimiento inicial se concentra en Bucaramanga y el corredor turístico de Santander y Boyacá, con expansión progresiva hacia Bogotá y Medellín mediante campañas segmentadas y alianzas con operadores regionales. La motivación de compra se apoya en contenido audiovisual constante, relatos del territorio y demostraciones del valor diferencial de cada ruta.

4.6.2. Estrategia de comunicación

DINAMIX S.A.S. implementará una comunicación digital integral enfocada en conectar emocionalmente con los viajeros mediante experiencias reales y sostenibles. Su página web será el eje central de difusión, permitiendo reservas, envío de boletines informativos y contacto directo con el cliente. Las redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook y YouTube) se emplearán como canales narrativos para mostrar vivencias auténticas, rutas y testimonios, apoyadas por campañas segmentadas en Meta Ads y Google Ads.

Esta estrategia busca fortalecer la identidad de marca, aumentar la recordación y generar una comunidad digital activa.

TikTok e Instagram Reels son esenciales para el storytelling visual, posicionando la experiencia a través de contenido emotivo y viral. Esta triangulación entre plataformas construye autoridad, optimiza el ROI de marketing y transforma el engagement en reservas directas, siendo indispensable para alcanzar los objetivos de captación y fidelización.

4.6.3. Estrategias de servicios

La agencia de viajes Dinamix, colabora estrechamente con entidades locales para preservar y mantener el patrimonio del municipio de El Socorro Santander, promoviendo el respeto, responsabilidad al momento de adquirir nuestros servicios. En el portafolio de servicios se puede encontrar:

- Alquiler de bicicletas.
- Rutas seguras implementadas a la medida del cliente.
- Opción de remarcar una nueva ruta según el interés del cliente.
- Paquetes turísticos a nivel nacional e internacional.
- Seguros de viajes.
- Asistencia en documentos de viajes (pasaporte, visa, entre otros).
- Asesoramiento personalizado.
- Gestión de grupos.
- Atención al cliente y asistencia durante el viaje.

4.7. ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO

El aprovisionamiento de DINAMIX se organiza mediante categorías claras que integran transporte, alojamiento, gastronomía, guianza y aliados territoriales, garantizando eficiencia operativa, coherencia cultural y calidad homogénea en todas las rutas ofrecidas.

4.7.1. Proceso de prestación de Servicios

- **INGRESO FISICO O VIRTUAL:** los clientes que deseen conocer nuestros diferentes productos y prestaciones podrán acceder de forma física y virtual en nuestra oficina del municipio de El Socorro Santander, en la forma virtual se dispondrá de la línea telefónica y atención a través de las páginas de Facebook, Instagram y WhatsApp.
- **ATENCION AL CLIENTE:** Nuestro equipo de trabajo como se encuentra descrito en el organigrama se encargará del asesoramiento e información pertinente al producto que está adquiriendo y los diferentes servicios complementarios.
- **OFERTA DEL SERVICIO:** La publicidad será punto clave en nuestra oferta del producto turístico, mediante fotos, videos, convenios y publicidad a través de diferentes medios como lo son influencers, permitirán llegar a más gente y posicionar nuestra marca DINAMIX.
- **DEMANDA DEL SERVICIO:** El cliente conocerá nuestro portafolio de la zona en la cual desea conocer, se especifican las diferentes prestaciones: tipo de recorrido, servicios complementarios y se determina el valor final del producto adquirido.
- **SATISFACCION:** Culminado los diferentes servicios que fueron contratados por medio de nuestra empresa se realizará una encuesta de satisfacción, la cual permitirá conocer el nivel de agrado y como se puede mejorar a futuro para brindar un mejor servicio a nuestra clientela.

4.8. ALIANZAS

ASOCAMINEMOS MUNICIPIO DE EL SOCORRO SANTANDER

La asociación CAMINEMOS es una entidad sin ánimo de lucro que promueve la salud integral de cada participante por medio del ejercicio del caminar. Para ello contamos con un amplio inventario de rutas clasificadas según el nivel de dificultad (bajo, medio, alto), buscando satisfacer las necesidades, preferencias y condiciones

físicas, de cada persona, dando lugar a la participación de nuestros asociados y comunidad en general.³²

SANTANDER AL EXTREMO AGENCIA DE VIAJES

Santander al Extremo es una Agencia de Viajes que ofrece experiencias históricas, patrimoniales, culturales, de aventura, naturaleza y agroturísticas a nacionales y extranjeros. Nos encargamos que los visitantes vivan experiencias únicas e inolvidables en el destino de su elección, atendidos por un equipo humano especializado, profesional y comprometido en el servicio.³³

- RNT: 10058 - agencia de viajes operadora – Santander al extremo sas.
- NIT: 900340357-7

AGENCIA DE VIAJES GM GROUP

GM Group es una empresa líder en la industria de viajes en Colombia, y actualmente cuenta con más de 10 años de experiencia en el mercado, entregamos garantía de calidad por cada uno de los programas vacacionales adquiridos.

Nuestra operación se ve reflejada en Colombia y en Latinoamérica donde tenemos como foco brindarle unas vacaciones ideales teniendo en cuenta la relación costo/beneficio.³⁴

- RNT: 103984
- NIT: 900880236-0

³² ASOCIACIÓN CAMINEMOS. Quiénes somos. Socorro, 2024. Consulta: 20 noviembre 2025. Disponible en: <https://www.facebook.com/asociacioncaminemos>

³³ SANTANDER AL EXTREMO SAS. Agencia de Viajes Operadora – RNT 10058. San Gil, 2024. Consulta: 20 noviembre 2025. Disponible en: <https://santanderalextremo.com>

³⁴ GM GROUP. Servicios turísticos y experiencias nacionales e internacionales – RNT 103984. Bogotá, 2024. Consulta: 20 noviembre 2025.

HOTEL MANUELA BELTRÁN: El Hotel Manuela Beltrán, situado en la localidad colombiana de Socorro, cuenta con 22 habitaciones con capacidad para 58 personas, además cuenta con servicio de restaurante y café-bar. Se alquila el salón para eventos empresariales y fechas especiales.³⁵

HOTEL VILLA DEL SOCORRO: El Hotel Villa del Socorro posee una encantadora arquitectura de origen colonial que se integra con el entorno del centro histórico del Socorro cuna de la libertad de América. El hotel ofrece 15 habitaciones cómodas con TV por cable de pantalla plana, baño privado y ventilador, conexión Wi-Fi gratuita, espacios confortables, piscina con hidromasajes y excelentes servicios como un desayuno típico Santandereano en cortesía todas las mañanas. Se cuida cada detalle para que su estadía sea placentera y reconfortarle.³⁶

HOTEL SANTA LUCIA: El Hotel Santa Lucia brinda una arquitectura moderna que se integra con la naturaleza haciendo de este un sitio perfecto para el descanso; el hotel ofrece 30 habitaciones de diferentes ambientes cada una con aire acondicionado, baño privado, tv por cable. En sus servicios se encuentra incluido: piscina, desayuno, bar, spa, WI-FI y salón de eventos.

RESTAURANTE EL SAMÁN: En El Samán vives una experiencia donde el aire fresco y un clima cálido, nos invita a relajarnos y compartir con otros un momento especial y vivir de la ganadería colombiana. Toda una historia por contar.

RESTAURANTE RANCHO COMUNERO: restaurante tipo santandereano con sus comidas netamente al carbón. Disfruta de la mejor comida santandereana.

RESTAURANTE EL PATIO: Este restaurante santandereano ha sido reconocido por tener una de las mejores parrillas del país. Sus asiduos visitantes extrañan el ambiente de música jazz y bossa nova, y la calidad de sus carnes.

³⁵ HOTEL MANUELA BELTRÁN. Servicios de alojamiento. Socorro, 2024. Consulta: 20 noviembre 2025. Disponible en: <https://www.hotelmanuelabeltran.com>

³⁶ HOTEL VILLA DEL SOCORRO. Alojamiento en el centro histórico del municipio. Socorro, 2024. Consulta: 20 noviembre 2025. Disponible en: <https://hotelvilladelsocorro.com>

RESTAURANTE JUAN MAR: restaurante especializado en comida de mar, su ambiente colonial y familiar hacen de un sitio agradable al momento de compartir en familia.

TRANSPORTE COOTRASARAVITA LTDA.: Somos una cooperativa insigne del transporte público terrestre en todas sus modalidades, que ofrece los servicios complementarios de mensajería especializada, agencia de turismo, venta de combustibles, repuestos y mantenimiento de vehículos, que con el apoyo de un experimentado equipo humano, brinda comodidad, seguridad, puntualidad y garantía en los servicios que comercializamos, respondiendo con calidad a las necesidades de un mercado competitivo y satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes en forma efectiva.³⁷

4.8.1. JUSTIFICACIÓN PROYECCIÓN DE VENTAS

Tabla 6 Proyección de ventas

RUTA	COSTO	MENSUAL	ANUAL	2	3	4	5
Ruta Mariana	\$64,500	\$2,876,700	\$34,520,400	\$37,282,032	\$40,264,595	\$43,485,762	\$46,964,623
Ruta Colonial	\$64,500	\$2,876,700	\$34,520,400	\$37,282,032	\$40,264,595	\$43,485,762	\$46,964,623
Ruta Cuchicute	\$76,600	\$3,416,360	\$40,996,320	\$44,276,026	\$47,818,108	\$51,643,556	\$55,775,041
Ruta del Cacique	\$84,500	\$3,768,700	\$45,224,400	\$48,842,352	\$52,749,740	\$56,969,719	\$61,527,297
Ruta Cinco Mil	\$94,600	\$4,219,160	\$50,629,920	\$54,680,314	\$59,054,739	\$63,779,118	\$68,881,447

³⁷ COOTRASARAVITA LTDA. Servicios de transporte público, mensajería y turismo. Socorro, 2024. Consulta: 20 noviembre 2025. Disponible en: <https://cootrasaravita.com>

\$17,157,620	\$205,891,440	\$222,362,755	\$240,151,776	\$259,363,918	\$280,113,031
--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Nota: Elaboración propia.

4.8.2. POLITICA DE CARTERA AGENCIA DE VIAJES DINAMIX

Dinamix Agencia de Viajes se compromete a mantener una política de cartera transparente y eficiente para garantizar la satisfacción del cliente y la estabilidad financiera de la empresa.

- Condiciones de Pago Claras: Se establecen condiciones de pago transparentes para todos los servicios ofrecidos por la agencia.
- Plazos de Pago Flexibles: Se ofrecen opciones de pago flexibles adaptadas a las necesidades financieras de los clientes.
- Evaluación de Crédito Rigurosa: Se lleva a cabo una evaluación de crédito antes de ofrecer crédito a los clientes, basada en su capacidad de pago y su historial crediticio.
- Gestión Proactiva de Cartera: Se implementan políticas de seguimiento proactivo para gestionar los pagos atrasados y resolver problemas financieros de manera rápida y efectiva.
- Protección de Datos Financieros: Se garantiza la privacidad y confidencialidad de la información financiera de los clientes, cumpliendo con las leyes y regulaciones aplicables.
- Revisión Periódica: Esta política de cartera se revisa periódicamente para mantener su efectividad y cumplir con los cambios en el mercado y las regulaciones financieras.

Dinamix Agencia de Viajes está comprometida con la excelencia en el servicio al cliente y la gestión financiera responsable.

5. OPERACIÓN

5.1. FICHA TECNICA AGENCIA DE VIAJES DINAMI

Tabla 7. Ficha técnica del producto/Servicio

ITEM	DESCRIPCIÓN
Nombre del producto/servicio	DINAMIX S.A.S.
Categoría	Agencia operadora turística Biciturismo patrimonial, naturaleza y bienestar
Ubicación	El Socorro Santander Colombia
Descripción general	Empresa dedicada a diseñar y operar rutas de biciturismo con enfoque patrimonial, histórico, ambiental y de bienestar, integrando movilidad activa e interpretación cultural.
Capacidad operativa	5 rutas comerciales
Tecnología aplicada	CRM para reservas, seguimiento de clientes y automatización de comunicaciones. Bicicletas MTB, cascos certificados y kit de mantenimiento.
Diseño del servicio	Experiencias guiadas con narrativa histórica, pausas interpretativas, actividades de bienestar y souvenirs institucionales.
Características ambientales	Bajo impacto, movilidad activa, manejo de residuos, sensibilización ambiental en ruta.
Condiciones climáticas de operación	18 °C a 32 °C; rutas aptas para clima seco y lluvias leves.

Empaque y embalaje	Souvenir institucional entregado en empaque ecológico.
Almacenaje	Bicicletas y equipos en bodega ventilada con racks de seguridad.
Aliados estratégicos	Hoteles, restaurantes, Cootrasaravita, operadores turísticos, sector cultural.
Estado actual	En operación.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 8. Ruta Mariana

ITEM	DESCRIPCIÓN
Nombre	Ruta Mariana
Categoría	Biciturismo patrimonial urbano
Ubicación	El Socorro Santander
Descripción general	Recorrido por templos y sitios históricos del casco urbano, con enfoque en narrativa religiosa e interpretación arquitectónica.
Distancia	8 a 10 km
Duración	2.5 a 3 horas
Nivel de dificultad	Medio
Tecnología y equipo	Bicicleta MTB, casco certificado, kit de hidratación.
Condiciones climáticas	Operable en clima seco o lluvias leves.
Servicios incluidos	Bicicleta, seguro, guía certificado, hidratación, snack, refrigerio, break de integración, souvenir.
Capacidad	15 viajeros por salida
Particularidades	Ruta patrimonial con paradas interpretativas y actividades de integración.

Estado	En operación.
--------	---------------

Nota: Elaboración propia.

Tabla 9. Ruta Colonial

ITEM	DESCRIPCIÓN
Nombre	Ruta Colonial
Categoría	Biciturismo interpretativo, arquitectura y memoria
Descripción general	Recorrido urbano-cultural por hitos coloniales del municipio con énfasis en arquitectura, historia y caminabilidad urbana.
Distancia	6 a 8 km
Duración	2 horas
Dificultad	Baja
Tecnología/equipo	Bicicleta MTB, casco certificado
Servicios incluidos	Bicicleta, seguro, guía, refrigerio, snack, souvenir institucional
Clima operativo	Templado y húmedo
Capacidad	15 viajeros
Particularidades	Ideal para familias y adultos mayores; menor exigencia física.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 10 . Ruta Cuchicute

ITEM	DESCRIPCIÓN
Nombre	Ruta Cuchicute
Categoría	Bici turismo, Naturaleza y Agro experiencias
Descripción	Bicicleta hasta Hacienda Majavita con actividad de taller de café; caminata hacia cascada Cuchicute.

Distancia	14 km bicicleta + 1 km sendero
Duración	4 a 5 horas
Dificultad	Media
Servicios incluidos	Bicicleta, seguro, guía, refrigerio, taller de café, hidratación, souvenir
Clima operativo	Húmedo templado
Capacidad	15 viajeros
Particularidades	Componente agroturístico certificado con interpretación del proceso del café.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 11. Ruta del Cacique

Ítem	Descripción
Nombre	Ruta del Cacique
Categoría	Naturaleza y patrimonio ancestral
Descripción	Recorrido hacia la Capilla Guane y sendero a la cascada La Gamboa, con almuerzo típico.
Distancia	16 km
Duración	5 horas
Dificultad	Media
Servicios incluidos	Bicicleta, guía, seguro, snack, refrigerio, almuerzo, souvenir
Condiciones climáticas	Entre 15 y 30°C
Capacidad	15 viajeros
Particularidades	Ruta con paisaje de serranía e interpretación indígena.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 12. Ruta Cinco Mil

Ítem	Descripción
Nombre	Ruta Cinco Mil
Categoría	Bici turismo, Recreación y naturaleza
Descripción	Ruta hacia la cascada El Bejuco y visita al centro recreacional La Cinco Mil. Incluye almuerzo y acceso completo.
Distancia	18 km
Duración	5 a 6 horas
Dificultad	Media
Servicios incluidos	Bicicleta, seguro, guía, hidratación, refrigerio, almuerzo, entrada al centro recreativo, souvenir
Clima operativo	Cálido y seco
Capacidad	15 viajeros
Particularidades	Ruta más recreativa, ideal para grupos y familias.

Nota: *Elaboración propia*

5.2. ESTADO DE DESARROLLO

El desarrollo actual de DINAMIX S.A.S. refleja el avance técnico y operativo logrado durante la fase de diseño, validación y estructuración del modelo turístico. El proyecto ha superado la etapa conceptual y hoy cuenta con un portafolio definido de cinco rutas de biciturismo patrimonial, todas con guiones interpretativos, pruebas de campo, protocolos de seguridad y costos operativos completamente estructurados. Este nivel de definición permite afirmar que el producto turístico se encuentra en un estado funcional apto para su comercialización. El proyecto opera bajo tendencias contemporáneas del turismo sostenible, la movilidad activa y la demanda de experiencias basadas en bienestar, cultura y naturaleza. ONU Turismo señala que los destinos que integran productos de bajo impacto, uso responsable del territorio y participación comunitaria están posicionándose de manera acelerada

en el mercado global, debido al tránsito hacia modelos regenerativos y a la preferencia creciente por actividades no motorizadas³⁸. DINAMIX se alinea plenamente con estas tendencias.

En su componente operativo, la empresa cuenta con alianzas locales para transporte, gastronomía y alojamiento; un CRM funcional para reservas, pagos y seguimiento al cliente; y un manual de operación que define roles, estándares de calidad y procedimientos de atención. Estas herramientas consolidan un sistema de gestión coherente con la operación de una agencia de viajes operadora.

El avance alcanzado en sostenibilidad ambiental y social también es significativo: manejo responsable de residuos, uso de insumos biodegradables, fortalecimiento de proveedores locales y participación de guías rurales certificados. Todo esto demuestra que el servicio ha superado la etapa inicial de formulación y se encuentra en fase de consolidación técnica, listo para su implementación comercial en el corredor San Gil, El Socorro y Barichara.

5.3. DESCRIPCION DE PROCESO

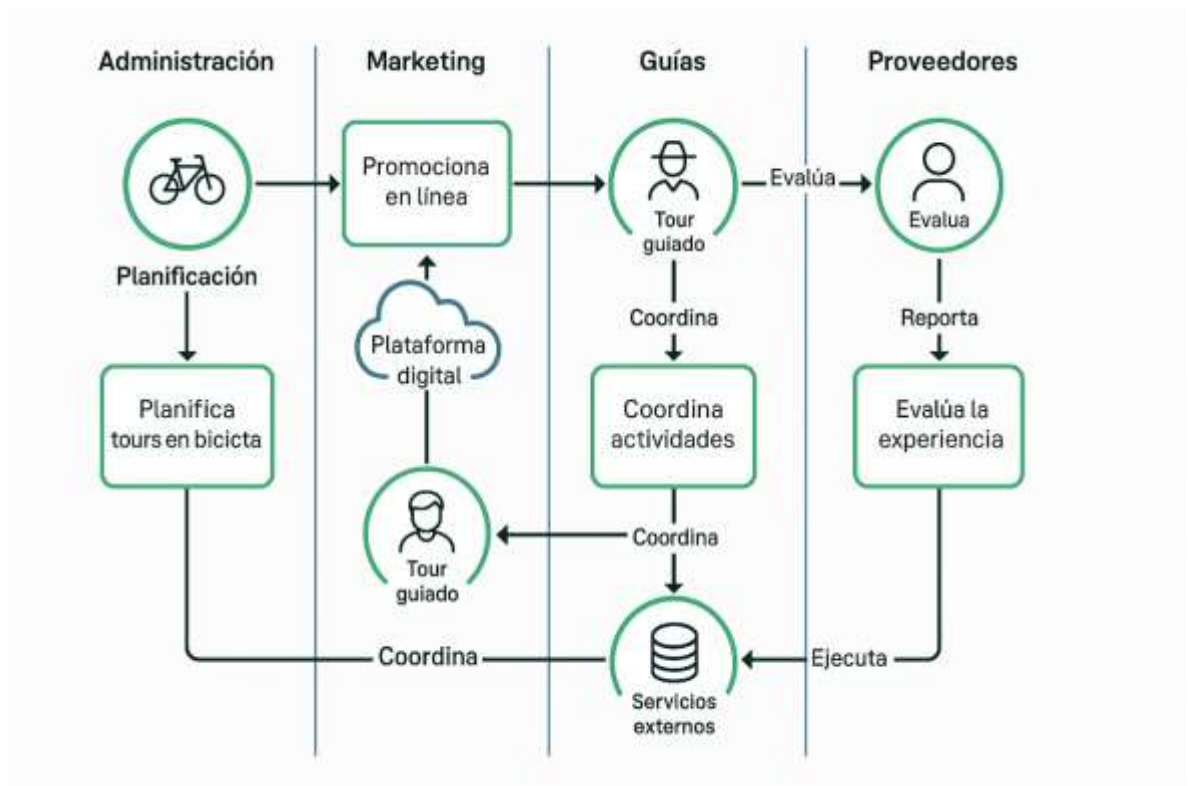
El proceso operativo de DINAMIX S.A.S. se desarrolla bajo un enfoque circular y controlado, que garantiza la calidad, seguridad y satisfacción del cliente. Se compone de seis fases secuenciales, articuladas con el ciclo de servicio turístico sostenible:

- Planeación de la experiencia: Diseño de la ruta, definición del itinerario, revisión del clima, permisos y coordinación con aliados estratégicos.
- Aprovechamiento logístico: Contratación y confirmación de servicios de transporte, alimentación, hospedaje y seguros de viaje.

³⁸ ONU TURISMO. Tourism Doing Business. Madrid, 2024. Consulta: 18 de diciembre de 2024. Disponible en: <https://www.unwto.org/tourism-doing-business>

- Promoción y venta: Activación de la estrategia digital (web, redes sociales, CRM y WhatsApp Business) para la venta directa de paquetes.
- Ejecución del recorrido: Desarrollo del tour con guías certificados, acompañamiento médico, puntos de hidratación y pausas interpretativas.
- Evaluación post-servicio: Aplicación de encuestas digitales de satisfacción y análisis de indicadores de calidad (tiempo, confort, percepción del servicio).
- Cierre y mejora continua: Mantenimiento preventivo del equipo, gestión administrativa, análisis financiero y retroalimentación para la próxima jornada.

Figura21. Descripción de proceso



Fuente: Elaboración propia

6. ORGANIZACIÓN

6.1. FODA

Los colores en el FODA organizan visualmente la información para una rápida comprensión y acción.

Tabla 13 Matriz FODA

FORTALEZAS (S)	OPORTUNIDADES (O)
<p>● S1 ESPECIALIZACIÓN EN NICHO ÚNICO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biciturismo patrimonial sin competencia directa • Fusión deporte, cultura e historia en un producto • Diferenciación clara vs turismo masivo 	<p>● O1 TENDENCIAS GLOBALES FAVORABLES</p> <ul style="list-style-type: none"> • 70% turistas pagan más por sostenibilidad • 5 millones de ciclistas recreativos en Colombia • Demanda creciente de experiencias auténticas
<p>● S2 PROYECCIÓN FINANCIERA SÓLIDA</p> <ul style="list-style-type: none"> • TIR: 159.32% • Payback: Año 1 • Crecimiento: 8% anual • Margen contribución: 60.54% 	<p>● O2 APOYO INSTITUCIONAL DISPONIBLE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fondos FONTUR para turismo sostenible • Créditos Bancóldex (8.9%-10.1% EA) • Programas MinCIT de formalización
<p>● S3 ESTRUCTURA OPERATIVA ROBUSTA</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5 rutas diseñadas con protocolos • Kits seguridad y seguros incluidos • Proveedores locales identificados • Proceso de servicio circular definido 	<p>● O3 POSICIONAMIENTO TERRITORIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Socorro: Patrimonio Histórico • Corredor San Gil Barichara consolidado • Crecimiento 8.5% turismo internacional
<p>● S4 ALIANZAS ESTRATÉGICAS ESTABLECIDAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cootrasaravita (transporte) • Hoteles: Manuela Beltrán, Villa del Socorro • Restaurantes: El Samán, Rancho Comunero 	<p>● O4. VACÍO DE MERCADO EVIDENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cero competencias en biciturismo patrimonial • Solo 30% agencias ofrecen sostenibilidad • Demanda insatisfecha de turismo activo cultural

<ul style="list-style-type: none"> Asociación Caminemos (rutas naturales) 	
DEBILIDADES (W)	AMENAZAS (T)
<p>● W1 DEPENDENCIA FINANCIERA CRÍTICA</p> <ul style="list-style-type: none"> 85% financiación externa (FONTUR/MincIT) Solo 10% capital propio Alto apalancamiento inicial 	<p>● T1 COMPETENCIA ESTABLECIDA</p> <ul style="list-style-type: none"> Operadores San Gil con mayor capital Agencias Barichara posicionadas Riesgo de imitación por competidores
<p>● W2 FALTA DE EXPERIENCIA COMPROBADA</p> <ul style="list-style-type: none"> Equipo sin historial crediticio Limitada experiencia operativa Necesidad capacitación externa 	<p>● T2. VULNERABILIDAD CLIMÁTICA</p> <ul style="list-style-type: none"> Lluvias inhabilitan rutas exteriores Temporada seca afecta cascadas Cambios climáticos impredecibles
<p>● W3. INFRAESTRUCTURA DIGITAL BÁSICA</p> <ul style="list-style-type: none"> CRM en fase inicial Dependencia de terceros tecnológicos Posibles brechas ciberseguridad 	<p>● T3. FACTORES MACROECONÓMICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Inflación reduce poder adquisitivo Variación tasa cambio afecta costos Cambios políticos tributarias
<p>● W4. CAPACIDAD OPERATIVA LIMITADA</p> <ul style="list-style-type: none"> Máximo 15 personas por ruta Dependencia condiciones climáticas Alta rotación estacional no mitigada 	<p>● T4. DEPENDENCIA DE ACTORES EXTERNOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Proveedores únicos servicios críticos Cambios administración municipal Modificación regulaciones ambientales

Nota: Elaboración propia.

6.1.1. Matriz de estrategias FODA

Tabla 14 Matriz estrategias FODA

ESTRATEGIAS FO (AGRESIVAS)	ESTRATEGIAS DO (DE SUPERVIVENCIA)
<p>FO1: CAPITALIZAR ESPECIALIZACIÓN + TENDENCIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campañas digitales enfocadas en turismo sostenible • Marketing emocional con storytelling patrimonial • Posicionamiento como líder en biciturismo cultural 	<p>DO1: MITIGAR DEPENDENCIA FINANCIERA + FONDOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diversificar fuentes de ingreso (merchandising) • Buscar fondos no reembolsables ProColombia • Crear productos de menor inversión inicial
<p>FO2: USAR PROYECCIONES SÓLIDAS + FONDOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expansión acelerada a corredores turísticos vecinos • Inversión en flota propia de bicicletas • Desarrollo de app móvil con realidad aumentada 	<p>DO2: SUPERAR FALTA DE EXPERIENCIA + APOYO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alianzas con universidades para pasantes • Capacitación SENA en gestión empresarial • Mentoría de empresarios turísticos exitosos
<p>FO3: APROVECHAR ALIANZAS + APOYO INSTITUCIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear paquetes con sello oficial de calidad • Participación en ferias turísticas institucionales • Convenios con entidades gubernamentales 	<p>DO3: MEJORAR INFRAESTRUCTURA DIGITAL + TENDENCIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inversión prioritaria en plataforma online • Alianzas con startups tecnológicas turísticas • Sistema de reservas en tiempo real
ESTRATEGIAS FA (DEFENSIVAS)	ESTRATEGIAS DA (DE CONTINGENCIA)
<p>FA1: FORTALECER PROPUESTA ÚNICA VS COMPETENCIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Protección intelectual de rutas y metodologías • Registro de marca y lemas comerciales 	<p>DA1: REDUCIR DEPENDENCIA FINANCIERA VS COMPETENCIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fondo de reserva 6 meses de operación

<ul style="list-style-type: none"> • Contratos de exclusividad con guías especializados 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de austeridad en temporada baja • Revisión trimestral de estructura de costos
<p>■ FA2: USAR ESTRUCTURA OPERATIVA VS CLIMA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rutas alternativas indoor para días lluviosos • Alianzas con museos y espacios culturales cubiertos • Seguros de cancelación por condiciones climáticas 	<p>■ DA2: FORTALECER CAPACIDAD OPERATIVA VS CLIMA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Protocolos de actuación por condiciones extremas • Inversión en equipamiento para lluvia • Comunicación proactiva con clientes
<p>■ FA3: APROVECHAR PROYECCIONES VS ECONOMÍA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan de precios escalonados por segmentos • Paquetes promocionales para temporada baja • Programas de fidelización con descuentos 	<p>■ DA3: MITIGAR FALTA DE EXPERIENCIA VS CAMBIOS REGULATORIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesoría legal especializada en turismo • Suscripción a boletines normativos del sector • Participación en gremios turísticos

Nota: Elaboración propia.

6.2. ORGANISMOS DE APOYO

El proyecto Dinamix cuenta con el respaldo potencial de entidades públicas y privadas comprometidas con el desarrollo turístico sostenible. En la fase de operación, instituciones como FONTUR, ProColombia y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) pueden brindar apoyo técnico y de promoción. Asimismo, Bancóldex e INNp+ulsa Colombia facilitan líneas de crédito para emprendimientos sostenibles, mientras que la Cámara de Comercio de Bucaramanga y la Universidad Industrial de Santander (UIS) fortalecen la capacitación, la asesoría empresarial y la generación de redes estratégicas locales.

6.3. ORGANIZACIÓN AGENCIA DE VIAJES DINAMIX

La organización de la empresa prestaría sus servicios todos los días de la semana para la atención al cliente, con un horario de 08:00 am a 12 del mediodía y de 02:00 pm a 06:00 pm. Su centro de operación tendrá como sede el Municipio de El Socorro Santander.

Se implementará en la constitución de la empresa las Normas Técnicas Sectoriales:

Guía De Implementación De La NTS – TS 003 Agencias De Viajes.

AGENCIA DE VIAJES

- NTS – AV 001: Reservas en Agencias de Viajes.
- NTS – AV 002: Atención al Cliente en Agencias de Viajes.
- NTS – AV 003: Infraestructura en Agencias de Viajes.

6.4. ORGANIGRAMA

Figura22.Organigrama



Fuente: Elaboración propia

6.5. FUNCIONAMIENTO PERSONAL

Tabla 15 . Administrador

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	ADMINISTRADOR
DEPENDENCIA	ÁREA ADMINISTRATIVA
NÚMERO DE CARGOS	1
REPORTA A	ACCIONISTAS
REQUISITOS	
EDUCACIÓN	Administrador de empresas o relacionado a estas con especialización en alta gerencia.
EXPERIENCIA	2 años o más.
OBJETIVO PRINCIPAL	
Planificar, organizar, trabajo en equipo para cumplir con los objetivos de la empresa a corto y largo plazo.	
FUNCIONES DEL CARGO	
1. Planear, organizar, dirigir, controlar y ejecutar las diferentes acciones de la empresa.	
2. Capacidad de innovación y proyección.	
3. Organizar la estructura de la empresa.	

4. Seguimiento a cada uno de los procesos y servicios que presta la agencia de viajes.
5. Generar capacitaciones constantes y actividades con los colaboradores de la agencia.
6. Crear encuesta de satisfacción con la finalidad de mejorar el servicio prestado.
7. Hacer un seguimiento constante a cada uno de los empleados como de los clientes para elaborar planes de contingencia y de mejoramiento.
8. Informar constantemente a los accionistas sobre el cambio de mercado, inconvenientes en la empresa y acciones tomadas en esta.
9. Crear salarios y garantizar las prestaciones de cada uno de sus empleados, así como sus bonificaciones.
10. Encargarse del reclutamiento del personal idóneo para cada uno de los puestos de la empresa.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 16.Cargo RRHH

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	RRHH
DEPENDENCIA	ÁREA ADMINISTRATIVA
NÚMERO DE CARGOS	1
REPORTA A	ADMINISTRADOR
REQUISITOS	
EDUCACIÓN	Estudios relacionados a aéreas administrativas.
EXPERIENCIA	2 años o más.
OBJETIVO PRINCIPAL	
Diseñar los puestos de trabajo, definiendo sus funciones, responsabilidades y habilidades y organización de la empresa.	
FUNCIONES DEL CARGO	
1. Organización y planificación del personal a cargo.	
2. Reclutamiento y selección del personal idóneo para la empresa.	
3. Administración del personal.	
4. Planes de formación para promover el desarrollo profesional.	
5. Evaluación y control del personal.	

6. Innovación constante de productos turísticos y servicios.
7. Prevención de riesgos laborales.
8. Generación de reportes con las novedades de la empresa.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 17. Cargo contador

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	CONTADOR
DEPENDENCIA	ÁREA ADMINISTRATIVA
NÚMERO DE CARGOS	1
REPORTA A	ADMINISTRADOR
REQUISITOS	
EDUCACIÓN	Estudios de educación superior, Técnicos o Tecnólogos afines a esta.
EXPERIENCIA	2 años o más.
OBJETIVO PRINCIPAL	
Llevar el registro de activos y pasivos de la agencia de viajes.	
FUNCIONES DEL CARGO	
1. Efectuar pagos correspondientes relacionados a la empresa.	

2. Manejo de libros contables de las operaciones de la agencia de viajes.
3. Control de estados financieros.
4. Cumplimiento de obligaciones fiscales.
5. Elaboración de informes financieros y tributarios.
6. Generar los informes para la auditoria de la agencia de viajes.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 18. Cargo comercial y ventas

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	COMERCIAL Y VENTAS
DEPENDENCIA	ÁREA ADMINISTRATIVA
NÚMERO DE CARGOS	1
REPORTA A	RRHH
REQUISITOS	
EDUCACIÓN	Estudios de educación superior, Técnicos o Tecnólogos afines a áreas de marketing y ventas
EXPERIENCIA	2 años o más.
OBJETIVO PRINCIPAL	
Cerrar los diferentes convenios con los prestadores de servicios turísticos dependiendo de las necesidades del cliente.	

FUNCIONES DEL CARGO
1. Seguimiento constante a los paquetes turísticos adquiridos por los clientes.
2. Velar por la información correcta del cliente.
3. Tener al día todos los convenios con los que cuenta la agencia de viajes.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 19 . Jefe de Oficina

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	JEFE DE OFICINA
DEPENDENCIA	ÁREA ADMINISTRATIVA
NÚMERO DE CARGOS	1
REPORTA A	RRHH
REQUISITOS	
EDUCACIÓN	Técnicos o Tecnólogos afines a áreas de marketing y ventas
EXPERIENCIA	2 años o más.
OBJETIVO PRINCIPAL	
Planear, organizar, dirigir y organizar las diferentes actividades que se generan en la agencia de viajes y en el área de ventas	
FUNCIONES DEL CARGO	

1. Verificar y hacer seguimiento a las diferentes demandas que tienen los clientes.
2. Velar por la excelente atención al cliente.
3. Coordinar al equipo de trabajo y definir objetivos.
4. Toma de decisiones y comunicación en el equipo.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 20. colaboradores

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	COLABORADORES
DEPENDENCIA	ÁREA ADMINISTRATIVA
NÚMERO DE CARGOS	2
REPORTA A	JEFE DE OFICINA
REQUISITOS	
EDUCACIÓN	Técnicos, Tecnólogos o experiencia afines a áreas de marketing y ventas
EXPERIENCIA	1 años o más.
OBJETIVO PRINCIPAL	
Atención y asesoramiento al cliente	
FUNCIONES DEL CARGO	

1. Asesorar y brindar de manera adecuada la información al cliente.
2. Planificar y organizar los requerimientos necesarios para la adquisición del producto.
3. Recibir y contestar llamadas de los clientes.
4. Manejo de redes sociales y plataformas virtuales.
5. Apoyar al jefe de oficina y el encargado de ventas en la reserva de vuelos, hoteles, etc.
6. Apoyar en labores secundarias cuando sea requerido.

Nota: Elaboración propia.

7. ASPECTOS LEGALES

7.1. CONSTITUCION DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES

La creación de la empresa se llevará a cabo por una sociedad de inversionistas, se registrará bajo el nombre de AGENCIA DE VIAJES DINAMIX S.A.S mediante la sociedad de acciones simplificadas. Se entiende como persona jurídica a una persona ficticia, capaz de ejercer derechos, contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente. La figura **S.A.S.** (regulada por la Ley 1258 de 2008 en Colombia) es **la más adecuada para proyectos turísticos emergentes como DINAMIX**, por razones estructurales, financieras y operativas:

- **Flexibilidad en la conformación del capital:** La S.A.S. permite constituirse con uno o varios socios, sin exigir capital mínimo, lo que se ajusta al modelo de **emprendimiento progresivo** de DINAMIX, que prevé la participación de inversionistas locales o aliados estratégicos a medida que el proyecto crece.
- **Responsabilidad limitada:** Los socios solo responden hasta el monto de sus aportes. Esto protege el patrimonio personal frente a riesgos propios del

sector turístico, como accidentes, incumplimientos de terceros o fluctuaciones en la demanda.

- **Facilidad de constitución y trámites:** Su creación puede hacerse mediante documento privado inscrito en la Cámara de Comercio, sin necesidad de escritura pública, reduciendo costos legales y tiempos de apertura.
- **Atracción de inversión y escalabilidad:** Permite emitir acciones y otorgar participación a nuevos inversionistas sin modificar la naturaleza jurídica de la empresa, lo que favorece la expansión futura o alianzas con fondos del sector turismo.
- **Adecuación al sector turístico:** El **MinCIT** y **FONTUR** recomiendan este tipo de sociedad para proyectos turísticos que buscan operar bajo el **Registro Nacional de Turismo (RNT)**, por su facilidad para cumplir requisitos de formalización y control tributario.

7.2. DOCUMENTOS REQUERIDOS PARA EL REGISTRO COMO PERSONA JURIDICA

- Formularios RUES (Registro Único Empresarial y Social).
- PRE-RUT.
- Guía para determinar responsabilidades RUT- Persona Jurídica.
- Copia del documento de constitución.
- Medio digital del documento de constitución en formato WORD (CD o USB).
- Copia del documento de identificación del Representante Legal y el formato Anexo para Nombramientos cuando se nombran más cargos.
- Boleta del pago de impuesto de registro.

7.3. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS

Se constituye mediante documento privado ante Cámara de Comercio o Escritura Pública ante Notario con uno o más accionistas quienes responden hasta por el monto del capital que han suministrado a la sociedad. Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas, el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse. La estructura orgánica de la sociedad, su administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía. Su razón social será la denominación que definan sus accionistas, pero seguido de las siglas sociedad por acciones simplificada” o de las letras S.A.S.

- **Registro mercantil:** Toda agencia de viajes debe estar registrada como una persona jurídica ante la Cámara de Comercio correspondiente. Esto implica la constitución de la empresa, obtención del NIT (Número de Identificación Tributaria) y cumplimiento de los requisitos legales para su funcionamiento.
- **Licencia de funcionamiento:** Es necesario obtener una licencia de funcionamiento otorgada por la autoridad municipal correspondiente para operar como agencia de viajes.
- **Registro Nacional de Turismo:** De acuerdo con la Ley 1558 de 2012, todas las agencias de viajes deben estar inscritas en el Registro Nacional de Turismo (RNT), administrado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Este registro garantiza el cumplimiento de los estándares de calidad y seguridad en la prestación de servicios turísticos.
- **Contratos y acuerdos:** Las agencias de viajes deben contar con contratos claros y transparentes con sus clientes y proveedores de servicios turísticos. Estos contratos deben especificar los términos y condiciones de los servicios ofrecidos, así como los derechos y obligaciones de las partes involucradas.

- **Normativa tributaria:** Las agencias de viajes están sujetas a las obligaciones fiscales establecidas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), incluyendo la declaración y pago de impuestos como el IVA y el impuesto de renta.
- **Numero de clasificación de agencias de viajes CIUU:** 7911 actividad de agencias de viajes.

7.4. COSTO ADMINISTRATIVO

7.4.1. Gatos del personal

Se realizarán los pagos mensuales con todas las prestaciones para el ADMINISTRADOR Y RRHH, que incluye el contrato establecido de los cargos de gerente y secretaria a tiempo parcial, de acuerdo con el salario mínimo legal vigente (SMMLV \$1.423.500) en Colombia año 2025. Los demás colaboradores serán pagados por honorarios

Tabla 21. Gastos de Personal

GASTOS DE PERSONAL		
CARGO	ANUAL	MENSUAL
Administrador	\$29,187,494	\$2,432,291
RRHH	\$29,187,494	\$2,432,291
Contable Freelance	\$4,800,000	\$ 400,000
Jefe de Oficina	\$4,800,000	\$400,000
Comercial	\$8,400,000	\$700,000
Colaborador 1	\$8,400,000	\$700,000
Colaborador 2	\$8,400,000	\$700,000
TOTAL	\$93,174,988	\$7,764,582

Nota: Elaboración propia.

7.4.2. Gastos de puesta en marcha

Estos gastos corresponden a la inversión en la constitución de la empresa

Tabla 22. Gastos puesta en Marcha

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA		
CONCEPTO	VALOR PROYECTADO	JUSTIFICACIÓN TÉCNICA RESUMIDA
Registro de marca y lema	\$1,674,500	Tarifas SIC: clase Niza básica (\$1.288.000) + clase adicional (\$644.000). Se adopta valor promedio considerando posible tarifa PYME y estudio de viabilidad.
Constitución legal (Cámara de Comercio)	\$450,000	Rangos según activos iniciales: \$46.000 \$120.000, más asesoría legal y trámites RUES/NIT. Valor estimado conservador para microempresa en turismo.
Registro Nacional de Turismo (RNT)	-	Inscripción y actualización gratuitas para prestadores de servicios turísticos (MinCIT, 2024). Solo hay costos si no se renueva a tiempo.
TOTAL, puesta en marcha	\$2,124,500	

Nota: Elaboración propia.

7.4.3. Gastos Anuales de Administración

Estos gastos cubren servicios básicos esenciales para el funcionamiento operativo continuo de la empresa, calculados según consumo real. Para el proyecto de grado, se justifican como necesarios.

Tabla 23. Gastos Anuales Administrativos

GASTOS ANUALES ADMINISTRATIVOS		
CONCEPTO	ANUAL	MENSUAL
Internet	\$ 1,200,000	\$100,000
Luz	\$1,020,000	\$85,000
Plan Mobile	\$479,880	\$39,990
Agua	\$480,000	\$40,000
TOTAL	\$3,179,880	\$264,990

Nota: Elaboración propia.

8. FINANZAS.

8.1. INVERSIÓN TOTAL

Tabla 24. inversión total

INVERSIÓN TOTAL		
Concepto	Descripción	Valor (COP)
Sistema CRM / Plataforma digital	Software de reservas, hosting y panel administrativo (primer año)	\$3,200,000
Elementos institucionales	Uniformes básicos, señalética, branding, material para guías	\$5,500,000
Kits de primeros auxilios y seguridad	Botiquines, radios, hidratación básica, linternas, chalecos	\$4,200,000
Equipos menores	Herramientas pequeñas, infladores, kits de revisión ligera	\$3,500,000
Adecuación operativa inicial	Espacio tercerizado para almacenar kits, material y radios	\$4,000,000
Tecnología	Computador + Celular	\$4,675,500

Souvenirs iniciales	Primer lote para entregas de bienvenida	\$3,000,000
Legalización y trámites	Registros, permisos, pólizas iniciales, constitución	\$2,124,500
Marketing de lanzamiento	Campañas de preapertura por 3 meses	\$7,000,000
Capital de trabajo (3 meses)	Liquidez para gastos menores y operación inicial	\$8,000,000
TOTAL, INVERSIÓN INICIAL	\$45,200,000	

Nota: Elaboración propia.

8.2. DIFERIDA/FIJA

Tabla 25. Diferida/Fija

CONCEPTO	CLASIFICACIÓN
Sistema CRM / Plataforma digital	Diferida
Elementos institucionales	Fija
Kits de primeros auxilios y seguridad	Fija
Equipos menores	Fija
Tecnología	Fija
Adecuación operativa inicial	Diferida
Legalización y trámites	Diferida
Marketing de lanzamiento	Diferida
Souvenirs iniciales	Diferida
Capital de trabajo	NO es inversión – es gasto operativo

Nota: Elaboración propia.

8.3. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 26. Inversión de capital de trabajo

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO
--

FUENTE	%	VALOR	DESCRIPCIÓN
Capital propio	10%	\$ 4,520,000	Aporte de los socios fundadores.
Preventas y alianzas	5%	\$ 2,260,000	Preventa de rutas y contribución de aliados territoriales.
Fondos sectoriales (FONTUR / MinCIT)	85%	\$ 38,420,000	Cofinanciación para infraestructura blanda y digital.
TOTAL		\$ 45,200,000	

Nota: Elaboración propia.

8.4. COSTOS DEL PRODUCTO Y UTILIDAD.

Tabla 27. Costos del producto

RUTA	COSTO	UNIDADES VENDIDAS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Ruta Mariana	\$64,500	44.6	\$2,876,700	\$34,520,400
Ruta Colonial	\$64,500	44.6	\$2,876,700	\$34,520,400
Ruta Cuchicute	\$76,600	44.6	\$3,416,360	\$40,996,320
Ruta del Cacique	\$84,500	44.6	\$3,768,700	\$45,224,400
Ruta Cinco Mil	\$94,600	44.6	\$4,219,160	\$50,629,920
			\$17,157,620	\$205,891,440

RUTA	COSTO	UNIDADES VENDIDAS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Ruta Mariana	\$103,200	44.6	\$4,602,720	\$55,232,640
Ruta Colonial	\$103,200	44.6	\$4,602,720	\$55,232,640
Ruta Cuchicute	\$122,560	44.6	\$5,466,176	\$65,594,112
Ruta del Cacique	\$135,200	44.6	\$6,029,920	\$72,359,040
Ruta Cinco Mil	\$151,360	44.6	\$6,750,656	\$81,007,872
			\$27,452,192	\$329,426,304

8.5. COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Tabla 28. Costos fijos y variables

COSTOS	
FIJO	VARIABLE
\$82,754,868	\$42,400,000

Nota: Elaboración propia.

8.6. DEPRECIACIÓN

Tabla 29. Depreciación

DEPRECIACION (Gasto)		
Tecnología	Computador + Celular	\$4,675,500
	Valor a depreciar mensual	\$129,875
	Valor a depreciar anual	\$1,558,500

Nota: Elaboración propia.

8.7. AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS

Tabla 30. Amortización de diferidos

AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS	
CRM	\$3,200,000
1	\$266,666.67
2	\$266,666.67
3	\$266,666.67
4	\$266,666.67
5	\$266,666.67
6	\$266,666.67
7	\$266,666.67
8	\$266,666.67
9	\$266,666.67
10	\$266,666.67
11	\$266,666.67
12	\$266,666.67

Nota: Elaboración propia.

8.8. COSTOS INDIRECTOS

Tabla 31. Costos indirectos

COSTOS INDIRECTOS		
COSTOS INDIRECTOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SEGUROS, DEPRECIACIÓN, GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$6,541.67	\$6,438,500

Nota: Elaboración propia.

8.9. AMORTIZACIÓN

Tabla 32. Amortización de la deuda

AMORTIZACIÓN DEUDA					
Cuota	Capital Pendiente Inicial	Intereses	Amortización (Capital)	Cuota Fija (R)	Capital Pendiente Final
0	38,420,000	\$-\$	\$-\$	\$-\$	38,420,000
1	38,420,000	364,529	907,864	1,272,393	37,512,136
2	37,512,136	355,915	916,478	1,272,393	36,595,658
3	36,595,658	347,220	925,173	1,272,393	35,670,485
4	35,670,485	338,442	933,951	1,272,393	34,736,533
5	34,736,533	329,580	942,813	1,272,393	33,793,720
6	33,793,720	320,635	951,758	1,272,393	32,841,962
7	32,841,962	311,605	960,788	1,272,393	31,881,174
8	31,881,174	302,489	969,904	1,272,393	30,911,269
9	30,911,269	293,286	979,107	1,272,393	29,932,163
10	29,932,163	283,996	988,397	1,272,393	28,943,766
11	28,943,766	274,618	997,775	1,272,393	27,945,991
12	27,945,991	265,152	1,007,241	1,272,393	26,938,750
13	26,938,750	255,595	1,016,798	1,272,393	25,921,952
14	25,921,952	245,947	1,026,446	1,272,393	24,895,506
15	24,895,506	236,209	1,036,184	1,272,393	23,859,322
16	23,859,322	226,377	1,046,016	1,272,393	22,813,306
17	22,813,306	216,453	1,055,940	1,272,393	21,757,366
18	21,757,366	206,434	1,065,959	1,272,393	20,691,407
19	20,691,407	196,320	1,076,073	1,272,393	19,615,334
20	19,615,334	186,110	1,086,283	1,272,393	18,529,051
21	18,529,051	175,804	1,096,589	1,272,393	17,432,462
22	17,432,462	165,399	1,106,994	1,272,393	16,325,468
23	16,325,468	154,896	1,117,497	1,272,393	15,207,971
24	15,207,971	144,293	1,128,100	1,272,393	14,079,871
25	14,079,871	133,590	1,138,803	1,272,393	12,941,068

26	12,941,068	122,785	1,149,608	1,272,393	11,791,460
27	11,791,460	111,877	1,160,516	1,272,393	10,630,944
28	10,630,944	100,866	1,171,527	1,272,393	9,459,417
29	9,459,417	89,751	1,182,642	1,272,393	8,276,775
30	8,276,775	78,530	1,193,863	1,272,393	7,082,912
31	7,082,912	67,203	1,205,190	1,272,393	5,877,722
32	5,877,722	55,768	1,216,625	1,272,393	4,661,097
33	4,661,097	44,224	1,228,169	1,272,393	3,432,928
34	3,432,928	32,572	1,239,821	1,272,393	2,193,107
35	2,193,107	20,808	1,251,585	1,272,393	941,522
36	941,522	8,933	941,522	950,455	0

Nota: Elaboración propia.

8.10. RESUMEN DEL CREDITO

Tabla 33. Resumen del crédito

RESUMEN DEL CREDITO				
AÑO	CUOTA POR PAGAR	INTERES	CAPITAL AMORTIZADO	SALDO
1	15,268,716	3,787,466	11,481,250	26,938,750
2	15,268,716	2,409,837	12,858,879	14,079,871
3	15,268,716	866,907	14,079,871	0

Nota: Elaboración propia.

8.11. PROYECCIONES FINANCIERAS

Tabla 34. Proyecciones financieras

PROYECCIONES FINANCIERAS					
		5.51	5.51	5.51	5.51
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES POR VENDER	2676	2823	2979	3143	3316

Nota: Elaboración propia

8.12. FLUJO DE CAJA

Tabla 35. Flujo de caja

Nota: Elaboración propia.

FLUJO DE CAJA					
	ANO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	\$329,426,304	\$355,780,408	\$384,242,841	\$414,982,268	\$448,180,850
TOTAL, DE INGRESOS OPERACIONALES	\$329,426,304	\$355,780,408	\$384,242,841	\$414,982,268	\$448,180,850

	ANO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAGO DE COSTOS INDIRECTOS FIJOS	\$82,754,868	\$87,314,661.23	\$92,125,699.06	\$97,201,825.08	\$102,557,645.64
DEPRECIACION	\$1,558,500	\$1,558,500	\$1,558,500		
PAGOS DE COSTOS INDIRECTOS VARIABLES	\$42,400,000	\$44,736,240.00	\$47,201,206.82	\$49,801,993.32	\$52,546,083.15

	ANO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PROVISIÓN DE IMPUESTOS	\$112,004,943	\$120,965,338	\$130,642,565	\$141,093,971	\$152,381,488
AMORTIZACIONES	\$3,200,000	0	0	0	0
AMORTIZACIÓN DE CRÉDITO	\$15,268,716	\$15,268,716	\$15,268,716		

FLUJO DE CAJA OPERACIONAL NETO	\$72,239,277	\$85,936,952	\$97,446,153	\$126,884,479	\$140,695,632
--------------------------------	--------------	--------------	--------------	---------------	---------------

8.13. VALOR PRESENTE NETO

Tabla 36. Valor presente neto

VPN			
Año (t)	FCL	Factor de Descuento (10%)	Valor Actual
1	\$72,239,277	0.9091	\$65,672,000
2	\$85,936,952	0.8264	\$71,018,477
3	\$97,446,153	0.7513	\$73,222,096
4	\$126,884,479	0.6830	\$86,698,074
5	\$140,695,632	0.6209	\$87,363,225
Suma de Valores Actuales			\$383,973,872

Nota: Elaboración propia.

8.14. TASA INTERNA DE RETORNO

Tabla 37. Tasa interna de retorno

TIR					
Año	Flujo de Caja (FCL)	Factor de Descuento @ 10%	Valor Actual 10%	Factor de Descuento	Valor Actual @ 159.32% (VPN ≈ 0)
0	-45,200,000	1.0000	-45,200,000	1.0000	-45,200,000
1	72,239,277	0.9091	65,672,727	0.3856	27,858,034
2	85,936,952	0.8264	71,018,297	0.1487	12,790,094
3	97,446,153	0.7513	73,211,295	0.0573	5,586,831
4	126,884,479	0.6830	86,662,099	0.0221	2,800,285
5	140,695,632	0.6209	87,357,918	0.0085	1,190,051

Suma de Valores Actuales			383,973,872		50,225,295
VPN (Fila 0 + Suma)			338,773,872		-4,974,705
TIR (Tasa que hace VPN \$approx\$ 0)					159.32%

Indicador	Resultado Final
TIR	159.32%

Nota: Elaboración propia.

8.15. PERIODO DE RECUREACIÓN DE LA INVERSIÓN

Tabla 38. Payback

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (Payback)			
Año	FCL	FCL Acumulado	Inversión Pendiente
0	-45,200,000	-45,200,000	45,200,000
1	72,239,277	27,039,277	\$0 (Recuperado)

Nota: Elaboración propia.

8.16. MARGEN NETO

Tabla 39. Margen Neto

MARGEN NETO		
Indicador	Cálculo	Resultado Final
Margen Neto	92.390.490/386.522.534	23.90%

Nota: Elaboración propia.

8.17. MARGEN DE CONTRIBUCIÓN




Tabla 40. Margen de contribución

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		
Indicador	Cálculo	Resultado Final
Margen de Contribución	$\frac{329,426,304 - \$130,000,000}{\$329,426,304} = \frac{\$199,426,304}{\$329,426,304}$	60.54%

Nota: Elaboración propia.

9. CRONOGRAMA

Tabla 41. Cronograma de actividades

COLOR / ESTADO	SIGNIFICADO					
 Planificación	Diseño, estructuración o preparación					
 Ejecución	Implementación directa					
 Revisión / Ajustes	Corrección, control o seguimiento					
 Hito clave	Evento o cierre de etapa					
ACTIVIDAD	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA · Borrador estatutos · Apertura RUT y NIT						
SOLICITUD DEL PRÉSTAMO · Preparación documentos · Presentación ante entidad financiera						
TRÁMITES LEGALES Y LICENCIAS · Registro Cámara de Comercio · Certificaciones sector turismo						
CONTRATACIÓN DE PERSONAL · Perfiles y vacantes · Selección y capacitación						
ALIANZAS ESTRATÉGICAS · Proveedores, comercios, territorios · Convenios de cooperación						
PUBLICIDAD DE LANZAMIENTO · Diseño branding · Campaña en redes y medios						
PRUEBA PILOTO DE RUTA · Test en campo · Retroalimentación y ajustes						
INAUGURACIÓN OFICIAL · Evento de lanzamiento · Activación comercial						
SEGUIMIENTO POST-LANZAMIENTO · Indicadores de servicio · Ajustes operativos						
IMPLEMENTACIÓN CRM · Diseño de base de datos · Seguimiento a clientes						

Nota: Elaboración propia.

10. CONCLUSIONES

- El proyecto es viable técnica, operativa y financieramente. Las proyecciones, la estructura de costos y el análisis de rentabilidad demuestran un margen suficiente para operar sin riesgo financiero crítico durante los primeros meses de funcionamiento.
- Existe un nicho de mercado claro. Las agencias actuales del municipio trabajan con modelos tradicionales; ninguna integra movilidad activa, narrativa patrimonial y sostenibilidad como producto central. DINAMIX entra en un espacio estratégico difícil de imitar a corto plazo.
- El biciturismo patrimonial responde a tendencias internacionales del turismo responsable. La investigación evidencia que el viajero actual busca experiencias auténticas, actividad física moderada y conexión cultural con el territorio, alineándose con normativas del sector y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- La sostenibilidad no es un eslogan, sino un eje estructural. DINAMIX articula actores locales, fomenta la economía circular, promueve restaurantes de kilómetro cero y reduce impactos ambientales. Esta coherencia ética fortalece la reputación y abre puertas a programas institucionales.
- El modelo financiero es sostenible en el tiempo. Considerando amortización, costos indirectos y capital de trabajo, el proyecto presenta indicadores favorables: margen neto positivo, flujo de caja estable y capacidad de crecimiento gradual.
- El proyecto fortalece la identidad territorial. DINAMIX no solo vende recorridos en bicicleta: posiciona el patrimonio cultural del municipio, crea comunidad y contribuye al desarrollo económico local.

BIBLIOGRAFIA

- Adventure Travel Trade Association (ATTA). Adventure Travel Trends 2023. <https://www.adventuretravel.biz>
- Alcaldía Municipal de El Socorro. Diagnóstico turístico municipal 2024. <https://www.elsocorro-santander.gov.co>
- Alcaldía Municipal de El Socorro. Inventario de atractivos turísticos y patrimoniales 2024. <https://www.elsocorro-santander.gov.co>
- Asociación Caminemos. Quiénes somos. <https://www.facebook.com/asociacioncaminemos>
- Bancóldex. Líneas de crédito para el sector turismo. <https://www.bancoldex.com>
- Banco de la República. Informe de proyección macroeconómica 2025. <https://www.banrep.gov.co>
- Booking.com. Travel Predictions Report 2024. <https://www.booking.com>
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. Comportamiento empresarial del sector turismo en Santander 2024. <https://www.camaradirecta.com>
- Colombia. Congreso de la República. Ley 300 de 1996. Diario Oficial No. 42.820.
- Colombia. Congreso de la República. Ley 2068 de 2020. Diario Oficial No. 51.483.
- Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). Cifras del Sector Turismo 2023. <https://www.mincit.gov.co>
- Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). Estadísticas de Turismo Cultural 2024. <https://www.mincit.gov.co>
- Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). Reporte de Visitantes Internacionales 2024. <https://www.mincit.gov.co>
- Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). *Reporte de Visitantes Internacionales Enero-mayo 2025*. <https://www.mincit.gov.co>

- Colombia. Presidencia de la República. Turismo internacional julio 2025. <https://www.presidencia.gov.co>
- Cootrasaravita Ltda. Servicios de transporte público, mensajería y turismo. <https://cootrasaravita.com>
- Deloitte. Travel Industry Outlook 2024. <https://www2.deloitte.com>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). *Encuesta de Gasto Interno en Turismo - EGIT 2024*. <https://www.dane.gov.co>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Proyecciones demográficas urbanas 2025. <https://www.dane.gov.co>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Turismo: Caracterización de Viajeros Internacionales 2025. <https://www.dane.gov.co>
- Federación Colombiana de Ciclismo. Informe Anual del Ciclismo Recreativo 2024. <https://www.fedeciclismo.com.co>
- Fondo Nacional de Turismo (FONTUR). Programas estratégicos para el desarrollo turístico. <https://www.fontur.gov.co>
- Hotel Manuela Beltrán. Servicios de alojamiento. <https://www.hotelmanuelabeltran.com>
- Hotel Villa del Socorro. Alojamiento en el centro histórico del municipio. <https://hotelvilladelsocorro.com>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). Adventure Travel Trends 2023. <https://www.unwto.org>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). Tourism and Sustainability Outlook 2025. <https://www.unwto.org>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). Turismo de aventura en regiones emergentes 2025. <https://www.unwto.org>
- ProColombia. Programas y recursos para proyectos de turismo sostenible 2025. <https://www.procolombia.co>

- Santander al Extremo SAS. *Agencia de Viajes Operadora - RNT 10058*. <https://santanderalextremo.com>
- Statista. Online Travel Agency Market 2023. <https://www.statista.com>
- World Travel & Tourism Council (WTTC). Economic Impact Colombia 2024. <https://wttc.org>
- World Travel & Tourism Council (WTTC). Tendencias del turismo postpandemia en América Latina. <https://wttc.org>