

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE
RECREACIÓN Y DIVERSIÓN NÁUTICA EN EL MUNICIPIO DE
BARRANCABERMEJA.**

**KATHERINE ESTUPIÑAN ESPINOSA
ELSA DIAZ RUEDA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2015**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE
RECREACIÓN Y DIVERSIÓN NÁUTICA EN EL MUNICIPIO DE
BARRANCABERMEJA.**

**KATHERINE ESTUPIÑAN ESPINOSA
ELSA DIAZ RUEDA**

Proyecto para optar al título de Profesional en Gestión Empresarial

**Directora:
MARIA EUGENIA MARIN ANGULO
Ingeniera Industrial**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2015**

DEDICATORIA

A Dios por darme la existencia, la sabiduría, el ánimo pero sobre todo la fe para no decaer en los momentos difíciles, y ser mi bastón para acompañarme todos los días de mi vida.

A mi esposo que siempre me apoyo en todas mis decisiones, por sus enseñanzas, comprensión pero lo más importante es que a él y a mi amado hijo va dedicado este nuevo triunfo de mi vida.

Katherine Estupiñan Espinosa

Dedico este trabajo a Dios, y en especial a mi familia, por apoyarme en cada momento de nuestra vida, a ellos que me enseñaron que el éxito sólo se logra cuando me esfuerzo y persevero con el fin de ser mejor cada día.

Elsa Díaz Rueda

AGRADECIMIENTOS

Por el logro de la sistematización de este documento, las autoras dan los agradecimientos a las siguientes personas:

A la Universidad.

A la Directora del Proyecto Ing. Maria Eugenia Marin Angulo, por sus aportes, dedicación y recomendaciones a la idea empresarial que se convierte hoy en un documento técnico.

Y en especial, al Señor Jesucristo quien permitió el desarrollo de esta investigación y da el entendimiento para comprender todas las cosas.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	21
1. GENERALIDADES	23
1.1 PANORAMA DEL SECTOR.....	23
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO.....	31
1.3 ASPECTOS LEGALES	37
2. ESTUDIO DE MERCADOS	41
2.1 OBJETIVOS.....	41
2.1.1 Objetivo general.....	41
2.1.2 Objetivos Específicos.....	41
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	42
2.2.1 Definición, Usos y Especificaciones del Producto/Servicio.....	42
2.2.2 Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia.....	44
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	45
2.3.1 Mercado potencial.....	45
2.3.2 Mercado Objetivo.....	45
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	46
2.4.1 La demanda.....	46
2.4.2 Tabulación y presentación y análisis de resultados.....	50
2.4.3 Estimación de la demanda.....	67
2.4.4 Proyección de la demanda.....	68
2.5 LA OFERTA O COMPETENCIA.....	69
2.5.1 Necesidades de información.....	69
2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia	70
2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	72
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	72
2.7.1 Estructura de los canales actuales	72
2.7.2 Ventajas y desventajas del canal actual	72
2.8 PRECIO	73
2.8.1 Análisis de precios	73
2.8.2 Estrategias de fijación de precios	74
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	74
2.9.1 Objetivos.....	74
2.9.2 Logotipo.....	75
2.9.3 Slogan.....	75
2.9.4 Análisis de medios	75
2.9.5 Selección de medios.....	76

2.9.6 Estrategias Publicitarias.....	76
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.	77
3. ESTUDIO TÉCNICO.....	79
3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO.....	79
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	79
3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto.	79
3.1.3 Capacidad del proyecto	80
3.2 LOCALIZACIÓN.....	83
3.2.1 Macro localización	83
3.2.2 Micro localización.....	84
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	87
3.3.1 Ficha técnica del servicio	87
3.3.2 Descripción técnica del proceso	89
3.3.3 Diagrama del servicio	92
3.3.4 Control de calidad	93
3.3.5 Recursos.....	94
3.3.6 Análisis de Proveedores	98
3.3.7 Distribución de planta	99
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	102
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN.....	102
4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL	104
4.2.1 Visión	104
4.2.2 Misión.....	104
4.2.3 Objetivos.....	104
4.2.4 Políticas	105
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	106
4.3.1 Organigrama	106
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	107
4.3.3 Asignación salarial	111
5. ESTUDIO FINANCIERO	112
5.1 INVERSIONES	112
5.1.1 Inversión Fija.....	112
5.1.2 Inversión diferida.....	114
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	114
5.1.4 Inversión total.....	120
5.1.5 Fuentes de financiación	120
5.2 COSTOS Y GASTOS	121
5.2.1 Costos y gastos fijos	121
5.2.2 Costos y gastos variables	121
5.2.3 Costo y gasto total unitario.....	122
5.3 PRECIO DE VENTA	123
5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS	123

5.4.1 Ingresos	123
5.4.2 Egresos.....	124
5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS	125
5.5.1 Estado de resultados proyectados.....	125
5.5.2 Flujo de caja proyectado	126
5.5.3 Balance general inicial y proyectado.....	128
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	130
6.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	130
6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	131
6.2.1 Matriz de evaluación de impactos.....	131
6.2.2 Plan de mitigación.....	131
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	132
6.3.1 Valor presente neto.....	132
6.3.2 Tasa interna de retorno TIR	134
6.3.3 Periodo de recuperación	135
6.3.4 Análisis de las razones financieras	135
6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	137
7. CONCLUSIONES	139
8. RECOMENDACIONES.....	141
BIBLIOGRAFIA.....	142
ANEXOS.....	144

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Comparativo fuentes de valor agregado	34
Figura 2. Canal de comercialización seleccionado	73
Figura 3. Canal de comercialización indirecto	73
Figura 4. Logotipo de la empresa	75
Figura 5. Mapa del municipio de Barrancabermeja.....	83
Figura 6. Diagrama del servicio.	92
Figura 7. Distribución local comercial	99
Figura 8. Distribucion instalaciones empresa	100
Figura 9 Organigrama de la Empresa.....	107
Figura 10. Punto de equilibrio.	138

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Llegadas de viajeros extranjeros a Colombia por año 2004-2012.....	27
Gráfico 2. Relación de dependencia (por mil). Barrancabermeja 1985-2011	32
Gráfico 3. Núcleos familiares que realizan actividades de recreación.	50
Gráfico 4. Periodicidad de la recreación de los núcleos familiares	51
Gráfico 5. Motivos principales para realizar actividades de recreación.....	52
Gráfico 6. Tipo de influencia para la recreación.....	53
Gráfico 7. Alternativa náutica como actividad de recreación	54
Gráfico 8. Tipo de recreación náutica y recreativa	55
Gráfico 9. Criterio de decisión para tomar el servicio de recreación náutica	56
Gráfico 10. Sitios de preferencia para la recreación náutica.....	57
Gráfico 11. Paseo en chiva turística.....	58
Gráfico 12. Paseo en bote	59
Gráfico 13. Diversión en Jets Sky	60
Gráfico 14. Diversión en Banana Board.....	61
Gráfico 15. Diversión en esferas acuáticas.....	62
Gráfico 16. Monto destinado a invertir mensualmente en Recreación.....	63
Gráfico 17. Medio de pago por el servicio de recreación	64
Gráfico 18. Interés en utilizar Empresas de Servicios Náuticos Recreativos.	65
Gráfica 19. Servicios de recreación náutica que le llama la atención	66
Gráfico 20. Empresas donde solicitan los servicios náuticos.....	67

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Cantidad de turistas en el país.....	27
Tabla 2. Información de hogares usuarios de servicios públicos, en los hogares de estratos 3, 4 y 5.	45
Tabla 3. Núcleos familiares que realizan actividades de recreación.....	50
Tabla 4. Periodicidad en que los núcleos familiares realizan la recreación	51
Tabla 5. Motivos principales para realizar actividades de recreación	52
Tabla 6. Tipo de influencia al tomar una decisión de recreación	53
Tabla 7. Alternativa náutica como actividad de recreación	54
Tabla 8. Tipo de recreación náutica y recreativa.....	55
Tabla 9. Criterio de decisión para tomar el servicio de recreación náutica	56
Tabla 10. Lugares de preferencias para los servicios de recreación	57
Tabla 11. Paseo en chiva turística	58
Tabla 12. Paseo en bote	59
Tabla 13. Diversión en Jets Sky	60
Tabla 14. Diversión en Banana Board	61
Tabla 15. Diversión en esferas acuáticas	62
Tabla 16. Montos destinados para la recreación	63
Tabla 17. Medio de pago por el servicio de recreación.....	64
Tabla 18. Interés en utilizar los servicios de una empresa prestadora de servicios recreativos náuticos	65
Tabla 19. Servicios de recreación náutica que le llama la atención.....	66
Tabla 20. Empresas donde solicitan los servicios náuticos.	67
Tabla 21. Hogares con alternativa de recreación náutica.	68
Tabla 22. Cantidad de servicios de recreación náuticos demandados al año.	68
Tabla 23. Proyección de la demanda.....	69
Tabla 24. Demanda insatisfecha.....	72
Tabla 25. Valoración por zonas	86
Tabla 26. Perfil del cargo: Secretaria.....	108
Tabla 27. Perfil del cargo: Recreacionista	109

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1 . Objetivos necesidad de información.....	48
Cuadro 2. Ficha técnica de la demanda	49
Cuadro 3. Situación de la competencia	70
Cuadro 4. Análisis competencia.....	71
Cuadro 5. Precio de empresas de turismo.....	73
Cuadro 6. Presupuesto de lanzamiento.....	77
Cuadro 7. Presupuesto de publicidad de operación y mantenimiento	78
Cuadro 8. Disponibilidad de tiempo en horas del personal de ventas en la jornada de 16 horas.	81
Cuadro 9 Clientes a atender con la disponibilidad de horas hombres.	81
Cuadro 10. Capacidad diseñada.....	81
Cuadro 11. Disponibilidad de tiempo en horas del recurso humano jornada de 8 horas.....	82
Cuadro 12. Clientes a atender con la disponibilidad de horas hombres jornada de 8 horas.....	82
Cuadro 13. Capacidad instalada de los planes turísticos que incluye el proceso de venta.	82
Cuadro 14. Capacidad utilizada y proyectada	83
Cuadro 15. Factores de ponderación.....	85
Cuadro 16. Grados de ponderación.....	85
Cuadro 17. División de grados de los factores	85
Cuadro 18. Grados de cada factor.....	85
Cuadro 19. Total puntos por zonas.....	86
Cuadro 20. Zonas de ubicación	86
Cuadro 21. Plan I Aventura Sol y Agua	87
Cuadro 22. Plan II Aventura Náutica.....	88
Cuadro 23. Plan III Paquete turístico Personal.....	89
Cuadro 24. Formato control de calidad.....	93
Cuadro 25. Formato seguimiento a tareas de riesgo a la calidad	94
Cuadro 26. Formato programa de inspecciones	94
Cuadro 27. Formato seguimiento actividades del servicio	94
Cuadro 28. Personal administrativo	95
Cuadro 29. Personal operativo	95
Cuadro 30. Maquinaria y equipos	95
Cuadro 31. Muebles y enseres	95
Cuadro 32. Recursos físicos (seguridad).....	96
Cuadro 33. Equipos de oficina.....	96
Cuadro 34. Insumos requeridos para el Plan I Aventura, sol y agua para dos personas.	96

Cuadro 35. Insumos requeridos para el Plan II Aventura Nautica para dos personas.....	96
Cuadro 36. Insumos requeridos para el Plan III Paquete Turistico Personal para dos personas.	97
Cuadro 37. Insumos para el área adminsitrativa y de ventas	97
Cuadro 38. Recursos elementos primeros auxilios y protección.....	98
Cuadro 39. Proveedores.....	98
Cuadro 40. Perfil del cargo: Gerente	108
Cuadro 41. Perfil de cargo: Operador logístico	109
Cuadro 42. Perfil de cargo: Contador Público.....	110
Cuadro 43. Perfil de cargo: vendedor	110
Cuadro 44. Asignación salarial	111
Cuadro 45. Prestaciones sociales.....	111
Cuadro 46. Seguridad Social.	111
Cuadro 47. Maquinaria y equipos	112
Cuadro 48. Muebles y enseres	112
Cuadro 49. Equipos de oficina.....	113
Cuadro 50. Elementos de seguridad.....	113
Cuadro 51. Total Inversión Fija	113
Cuadro 52. Inversión Diferida	114
Cuadro 53. Costo materias primas para el Plan I. Aventura Sol y Agua.....	114
Cuadro 54. Costo materias primas para el Plan II. Aventura Náutica	115
Cuadro 55. Costo materias primas para el Plan III. Paquete turístico personal ...	115
Cuadro 56. Costo materias primas para un mes y el primer año de operaciones	115
Cuadro 57. Mano de Obra Directa salario básico y factor prestacional.	115
Cuadro 58. Mano de Obra Directa valor mes y año.....	116
Cuadro 59. Porcentaje de Prorrato de costos y gastos, de las áreas administrativas, ventas y operativa.	116
Cuadro 60. Costos y gastos del área operativa y administrativa de servicios públicos y arriendos.....	116
Cuadro 61. Estimación del valor a depreciar y valor de salvamento de las inversiones fijas	117
Cuadro 62. Porcentaje de Prorrato, para aplicar el valor de depreciaciones de las inversiones fijas a las áreas operativa y administrativa.	117
Cuadro 63. Prorrato del valor de las inversiones fijas a las áreas operativa y administrativa, para la asignación de las depreciaciones.	117
Cuadro 64. Costos indirectos del servicio.....	117
Cuadro 65. Total Costos del servicio	118
Cuadro 66. Gastos de personal administrativo, salarios y factor prestacional....	118
Cuadro 67. Gastos de personal administrativo mensual y anual	118
Cuadro 68. Gastos administrativos	119
Cuadro 69. Gastos de personal de ventas.....	119
Cuadro 70. Gastos de ventas	119
Cuadro 71. Total Capital de Trabajo	120
Cuadro 72. Inversión Total del Proyecto.....	120

Cuadro 73. Fuentes de financiación	120
Cuadro 74. Resumen crédito	121
Cuadro 75. Costos Fijos	121
Cuadro 76. Costos Fijos proyectados	121
Cuadro 77. Costos Variables	122
Cuadro 78. Costos Variables proyectados.....	122
Cuadro 79. Costos fijos unitarios	122
Cuadro 80. Costos variables unitarios	122
Cuadro 81. Costos totales unitarios	123
Cuadro 82. Precio de venta	123
Cuadro 83. Presupuesto de ingresos año 1.....	123
Cuadro 84. Presupuesto de ingresos año 2.....	124
Cuadro 85. Presupuesto de ingresos año 3.....	124
Cuadro 86. Presupuesto de ingresos año 4.....	124
Cuadro 87. Presupuesto de ingresos año 5.....	124
Cuadro 88. Egresos proyectados a cinco años.....	125
Cuadro 89. Estado de Resultados proyectado	125
Cuadro 90. Flujo de Caja año 0 al 3	126
Cuadro 91. Flujo de Caja año 4 al 6	127
Cuadro 92. Balance General Proyectado	129
Cuadro 93. Matriz de Evaluación de Impactos.	131
Cuadro 94. Valor presente Neto	134
Cuadro 95. Tasa Interna de Retorno	135
Cuadro 96. Recuperación de la inversión	135
Cuadro 97. Punto de equilibrio.....	138

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. Encuesta	144

GLOSARIO

TOURS HISTÓRICOS. El turismo se deleita con la nostalgia y la tranquilidad de pueblos coloniales que evocan la vida de los antepasados de Santander.

ECOTURISMO. Esta actividad de descanso y recreación, puede disfrutarse ampliamente y sin ningún tipo de restricción, facilita la práctica de actividades como el senderismo, las cabalgatas a través de los caminos de herradura, los campamentos ecológicos a orillas de las quebradas y la exploración de los parques naturales.

TURISMO DE AVENTURA. En los últimos años se han venido desarrollando nuevas alternativas de turismo como lo son el rafting o canotaje, utilizando las ventajas de los abundantes y rápidos ríos, comercializando este servicio como una aventura excitante.

CANOTAJE Y CAYAQUISMO. Se practica navegando botes inflables o Kayacs por los rápidos de algunos ríos que tienen características y condiciones para este tipo de deportes.

TENDENCIA. Fuerza por la cual un cuerpo se inclina hacia otro o hacia alguna cosa. Se refiere a acontecimientos o hechos de tipo socio - económico que reflejan una orientación característica en unas condiciones de tiempo y espacio.

DINÁMICA ECONÓMICA. Teoría que se ocupa del proceso de cambio y analiza las variaciones inter temporales de las variables.

EMPRESA. Según el Código de Comercio, Artículo 25: “se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes o para la prestación de servicios.

RESUMEN

TÍTULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE RECREACIÓN Y DIVERSIÓN NÁUTICA EN EL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA.

AUTORES. ELSA DIAZ RUEDA**
KATHERINE ESTUPIÑAN ESPINOSA.

PALABRAS CLAVES: Náutico, Servicio, Ecoturismo, Medio Ambiente, Recreación.

DESCRIPCIÓN:

El servicio náutico recreativo es la diversión y sano esparcimiento para satisfacer las necesidades de recreación, aprovechamiento del tiempo libre en lugares ambientalmente aprovechables, por cuanto el ser humano esta en la búsqueda de nuevas alternativas en este tema, incorporando a la naturaleza y al paisaje, por lo tanto se considera pertinente contar con una empresa que ofrezca este servicios para la atención de las familias, donde exista trabajo en equipo y la conexión con el medio ambiente.

Se establece la estructura orgánica posible que sea requerida para el normal funcionamiento de la Empresa para que sea sostenible en el futuro y que pueda garantizar una efectiva gestión administrativa en el comercio de la región. Se determina mediante un estudio financiero la viabilidad económica que tendrá la empresa, definiendo los costos de funcionamiento, estableciendo un balance general hacia futuro, estados de pérdidas y ganancias en el largo plazo, la tasa interna de retorno de la inversión y otros indicadores financieros que den dicha viabilidad.

La inversión para la puesta en marcha del proyecto es de \$118.436.968, de los cuales, los aportes sociales son de \$78.436.968 y recursos de crédito el valor de \$40.000.000. El valor presente neto es de \$105.685.584 y la TIR 39.18%, siendo atractivo para los inversionistas en esta iniciativa empresarial.

Finalmente, de acuerdo con las conclusiones de cada estudio, de mercado, técnico, administrativo, financiero y de evaluación, es una iniciativa empresarial viable, factible y rentable, concluyendo su conveniencia para el montaje y puesta en marcha de la empresa de Servicios Nauticos en el municipio de Barrancabermeja.

..

* Proyecto de Grado

** Universidad Industrial de Santander, Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Directora: Maria Eugenia Marin Angulo, Ingeniera Industrial

SUMMARY

TITLE: BUSINESS PROJECT FOR THE CREATION OF A COMPANY OF RECREATIONAL BOATING AND FUN IN THE MUNICIPALITY OF BARRANCABERMEJA.*

AUTHORS: ELSA DIAZ RUEDA**
KATHERINE ESTUPIÑAN ESPINOSA .

KEYWORDS: Yacht Service , Ecotourism , Environment , Recreation.

DESCRIPTION

The recreational marine service is fun and healthy recreation to meet the needs of recreation, use of leisure time in environmentally profitable locations.

The market study is performed to carry out the analysis of supply and demand characteristics of competition , the technical study was established to determine the aspects involved in the process of providing the service looking for the best ways to develop this activity.

The possible organizational structure that is required for normal operation of the Company to be sustainable in the future and can ensure effective administration in trade in the region is established. It is determined by a financial study the economic viability will have the company , defining operating costs , establishing a balance sheet towards the future , profit in the long term losses, the internal rate of return on investment and other financial indicators den to viability .

La inversión para la puesta en marcha del proyecto es de \$118.436.968, de los cuales, los aportes sociales son de \$78.436.968 y recursos de crédito el valor de \$40.000.000. El valor presente neto es de \$105.685.584 y la TIR 39.18%, siendo atractivo para los inversionistas en esta iniciativa empresarial.

Finally, according to the findings of each study, market, technical, Administratium, financial and evaluation is a viable, feasible and profitable entrepreneurship, concluding a convenience for installation and commissioning of the company's Marine Services in Barrancabermeja.

* Draft Grade

** Industrial University of Santander, Regional Institute of Design and Distance Education. Management. Directed: Maria Eugenia Marin Angulo, Industrial engineering

INTRODUCCIÓN

Esta investigación tiene la finalidad de elaborar un estudio de factibilidad para estimar las ventajas y desventajas de carácter técnico y financiero, en la creación de una empresa prestadora de servicios náuticos recreativos en el Municipio de Barrancabermeja, de manera que se puedan reducir al mínimo las probabilidades de fracaso en la toma de decisiones y del desarrollo del estudio. Se pretende determinar que tan atractiva y rentable es la puesta en marcha de una empresa dedicada a la labor de ofertar paquetes turísticos de diversión a partir de las actividades náuticas, contribuyendo a la generación de nuevas fuentes de trabajo y al desarrollo comercial e industrial de la región.

En el Capítulo I se establece las generalidades del proyecto, lugar donde se realiza la investigación, el cual es en el Municipio de Barrancabermeja, se hace un análisis de los aspectos demográficos y económicos de la zona de influencia de la investigación, así como el análisis del sector económico al cual pertenece la iniciativa investigativa con respecto a aspectos legales.

En el capítulo II se realiza un estudio de mercado, en donde se formula el problema, se establece la necesidad de satisfacer las demandas del mercado en cuanto a la prestación de servicios recreativos, así como también los objetivos tanto general como específicos de la investigación y las justificaciones sobre la cual se basa la investigación. Se recopila información secundaria y primaria, mediante la aplicación de instrumentos de recolección de información, como es la encuesta, para determinar los factores que inciden directamente en el mercado objeto de la investigación, tales como demanda, oferta, competencia, precios, proveedores, canales de distribución, entre otros.

Se incluye en el Capítulo III el cual, aporta los componentes técnicos del estudio de factibilidad, como es la ubicación de la empresa, la cual se realiza mediante el análisis de macrolocalización y microlocalización, la ingeniería del proyecto, que determina flujo de procesos, conceptualización del servicio en sus diferentes etapas, viabilidad técnica y aspectos relacionados con las necesidades de equipos y logística para la viabilidad del proyecto. Se determina el tamaño del proyecto y sus correspondientes capacidades, como son diseñada, instalada y utilizada, que permite sustentar la distribución de la planta y todos los recursos físicos, humanos y tecnológicos requeridos.

En el Capítulo IV se desarrolla el estudio de los aspectos administrativos de la empresa como son los niveles directivo y operativo, la participación de cada uno de los miembros, los perfiles y funciones de los cargos requeridos, los

lineamientos estratégicos que incluye su misión, visión, objetivos estratégicos y las políticas, junto con su organigrama.

El Capítulo V muestra el estudio financiero, que parte de la determinación de las inversiones fijas, diferidas y de capital de trabajo, los costos, gastos y las proyecciones financieras, que son la base para elaborar los estados financieros, acordes con la realidad del negocio y sustentado en la viabilidad comercial.

Por último se tiene el Capítulo VI, relacionado con la evaluación ambiental, relacionado con la identificación de los impactos en el medio ambiente, la responsabilidad social empresarial y la evaluación financiera, utilizando los criterios de decisión del VPN (Valor Presente Neto) y TIR (Tasa Interna de Retorno), para finalmente la aplicación de los indicadores financieros que permita tomar la decisión en la inversión para crear la empresa de servicios de recreación náutica y diversión en el municipio de barrancabermeja

1. GENERALIDADES

1.1 PANORAMA DEL SECTOR

El sector turismo ha sido durante muchos años, atractivo para toda la población debido al interés de conocer lugares, el aspecto típico de cada región y el comportamiento de las diferentes culturas; lo cual ha creado la necesidad de ofrecer servicios que complazcan al turista en ese auto reconocimiento del territorio y su paisaje natural.

El turismo a nivel internacional¹. Desde hace varios años el turismo internacional ha crecido debido a que múltiples empresas del sector público y privado de varias partes del mundo, se han preocupado por la gestión y consolidación de planes, programas y proyectos alrededor de este sector, por lo que se han anticipado en invertir en infraestructura vial y de servicios, educación, empleo entre otros factores. Cada día la exigencia del turista frente a la calidad de los servicios aumenta ya que la llegada de estos, contribuyen al crecimiento sostenible de las regiones, lo que motiva tanto a gobiernos como particulares se esmeran por mejorar la calidad de sus servicios, de sus bienes y de sus atractivos.

El sector turístico en el comercio mundial ocupa actualmente el cuarto lugar² y es de los sectores de mayor importancia después de los combustibles, productos químicos y productos alimenticios. Para algunos de los países en desarrollado, el turismo representa una de las principales fuentes de ingreso y economía, según el panorama de OMT del turismo internacional.

Para poder medir la importancia económica de este sector, se utiliza el método de cuenta satélite la cual permite “ampliar el conocimiento sobre las actividades turísticas según las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) constituyendo en una herramienta básica de análisis que permita la formulación de políticas para la promoción y comercialización del sector³, sin embargo, algunos países generan informes imprecisos y poco fiables, lo que dificulta la trazabilidad y el comparativo con la economía global”.

¹ OMT. Organización Mundial del Turismo. Panorama OMT del turismo internacional. Disponible en internet en [<http://mkt.unwto.org/es/publication/panorama-omt-del-turismo-internacional-edicion-2012>] consultado el día 08 de Septiembre de 2013

² Ibid

³ DANE. Departamento Administrativo Nacional de estadísticas. Cuentas Nacionales, cuentas satélites. Disponible en internet en [www.dane.gov.co] consultado el 08 de Septiembre de 2013.

Se estima que el turismo contribuye cerca del 5% del PIB mundial y cerca del 7% de la totalidad de los empleos. Lo anterior se entiende como una de las razones por las que el turismo ha venido creciendo año tras año; es un sector tan atractivo para las economías grandes y pequeñas, sin embargo es indudable la diferencia que existe entre unos países y otros, evidenciándose que no todas las regiones aprovechan sus recursos naturales y lugares tanto como podrían, dejando a un lado la oportunidad de crecimiento de este sector, según Redes consultores⁴.

El sector turismo y recreativo es el tercero más importante a nivel mundial, contribuyendo directamente con un 5% del PIB global (9%, sumando aportes indirectos), se estima que aproximadamente 250 millones de personas trabajan en este sector, es decir 1 de cada 12 trabajadores en el mundo. A nivel de América Latina, los indicadores macroeconómicos del turismo, elaborados por la Cepal, muestran a Colombia apenas en el promedio de la región, por ejemplo, el gasto (consumo) de turistas que llegan al país alcanzaba apenas el 1% del PIB en el año 2008, detrás de países como Bolivia (1.8%), Argentina (1.6%) y Uruguay (1.6%).

Adicionalmente, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el país cuenta con una balanza exportadora positiva de sólo 0.2% del PIB (consumo de turistas extranjeros en Colombia menos consumo de turistas colombianos en el exterior), este comportamiento que apenas llega al promedio de la región plantea una generalizada subutilización de las ventajas comparativas con que cuenta el país en materia de recursos naturales y riquezas culturales.⁵

Sector Turismo en Colombia. Colombia desde los inicios del siglo XX, dio el primer paso a la identificación del sector turismo como una industria potencial para el crecimiento económico del país, con la conformación de la oficina de turismo en el año 1931, sin embargo este sector solo tuvo el protagonismo hasta el año 2002, donde el turismo realmente comenzó a desarrollarse y establecerse como un motor de crecimiento económico en Colombia. A partir de ese año, Colombia emprendió un nuevo camino para convertirse en un destino atractivo de la región; se buscó inicialmente que fueran eliminando los Travel Warnings que se les dan a los turistas mundiales para venir al país, apalancados en las recientes ganancias en seguridad, de esta forma, para el año 2010, se registró una entrada de 1.5

⁴ REDES Consultores. Estudio de gran visión del turismo en México: perspectiva 2020. Reporte Analítico. Disponible en internet en [http://sistemanacionaldecapacitacion-turismo.stps.gob.mx/sncst/pdf/6_estudio_gran_vision_del_turismo_en_mexico_perspectiva_2020.pdf] consultada el 02 de Noviembre de 2013.

⁵ BANCOLDEX. Comentario Económico de Sergio Clavijo, con la colaboración de Alejandro Vera y Manuel Pinilla. Dinámica del sector turismo en Colombia. Disponible en <http://anif.co/sites/default/files/uploads/Dic5-11.pdf>

millones de visitantes extranjeros, un 160% más de lo registrado en 2002. Estos visitantes eran en su mayoría provenientes de Estados Unidos (22% del total), Venezuela (14%) y Ecuador (9%), el motivo de viaje sigue siendo el turismo (56% del total) y luego trabajo y negocios (18%).⁶

Sumado a lo anterior, para esa época del año 2002, se implementan medidas en el tema de la seguridad en el país, el fortalecimiento y presencia de las fuerzas militares, la política de Estado en el tema de seguridad democrática, permitió la confianza entre los turistas internacionales y nacionales de visitar los diferentes centros o puntos referenciados y el auge de otras localidades que iniciaron el proceso de convertirse en un punto turístico, de acuerdo con el potencial paisajístico. Debido a lo anterior y a la recuperación de la confianza por parte del sector privado, el gobierno y las personas, quienes han jugado un papel importante en todo este proceso, se ha logrado cambiar la percepción del país en el exterior. Por otro lado, las ventajas creadas a través de los incentivos tributarios y la recuperación de la inversión extranjera, han sido aspectos claves en la transformación del turismo en Colombia.

Este incremento de visitantes extranjeros ha elevado los ingresos del sector en los últimos años, los ingresos reales en este tipo de establecimientos crecieron al 9.3% anual en el 2011. En síntesis, Colombia está buscando convertirse en un destino turístico de talla mundial. La reciente mejora en la percepción de seguridad y la eliminación de advertencias a los viajeros extranjeros han ayudado a elevar el número de visitantes al país y los ingresos del sector.

A nivel regional según cifras de los parques nacionales en el 2013 el ingreso de visitantes se incrementó en 6,4% frente a 2012, pasando de 825.544 visitantes en 2012 a 878.748 en 2013.⁷

Las actividades que se realizan en este sector contribuyen al desarrollo de las sociedades, puesto que entre más interés haya por una región, más esfuerzos se tendrá por mantenerla en buen estado y esto conlleva a la creación de nuevos empleos, al crecimiento en el nivel en la educación, de cultura, de amabilidad y de conciencia.

⁶ Ibid

⁷ REDES Consultores. Estudio de gran visión del turismo en Colombia: perspectiva 2020. Reporte Analítico. Disponible en internet en [http://sistemanacionaldecapacitacion-turismo.stps.gob.mx/sncst/pdf/6_estudio_gran_vision_del_turismo_en_colombia_perspectiva_2020.pdf] consultada el 02 de Noviembre de 2013

Los argumentos anteriormente expuestos provocan que los países, las regiones y las localidades se preocupen por ser competitivos creando políticas nacionales, regionales y locales que involucren tanto a entidades pública como privadas, como también los habitantes de los diferentes asentamientos, logrando de esta manera la integralidad y la articulación de todos los actores en los procesos de desarrollo y que ayuden a la existencia de una mayor diversificación y mayores posibilidades atractivas para los diferentes tipos de turistas.

El desarrollo del sector turístico, ha traído muchos beneficios para el avance de las regiones a nivel socioeconómico, además de los beneficios para otros sectores que se relacionan con el turismo, como el sector de la construcción, las comunicaciones, y servicios, entre otros.

Una de las potencialidades para el desarrollo del sector, es que Colombia cuenta con una gran biodiversidad de atractivos naturales y culturales, además de su cercanía con dos (2) grandes mares, el pacífico y el Atlántico, así como también con 53 áreas naturales (que hacen parte de una red de parques nacionales) entre otros atractivos, lo que ha contribuido a mejorar la oferta del turismo en diferentes aspectos o actividades para el turista nacional y extranjero, ofreciéndose turismo de playas, lugares históricos, cultura, agroturismo, ecoturismo, deporte, salud, ferias, negocios, entre otros.

El país ha presentado una transformación que se ha venido evidenciando con la consolidación del turismo interno y el inicio de la recuperación del turismo receptivo (Es cuando llega un visitante que reside en otras naciones con la intención de permanecer en un tiempo limitado, en el mismo para luego regresar a otro país o lugar de origen), debido a que estos dos (2) aspectos han ganado un espacio significativo en las expectativas del País, los cuales se han evaluado bajo unos indicadores básicos, el primero, con base en las entradas de turistas, el segundo, referente a los aporte al PIB y por último, la ocupación hotelera. Estos pueden ser utilizados para determinar si el sector se encuentra en un momento favorable o desfavorable.

Según los resultados publicados por proexport entre los años 2004 al 2012 las llegadas de turistas al país por de turistas extranjeros al País se han dado tendencialmente de la siguiente manera:

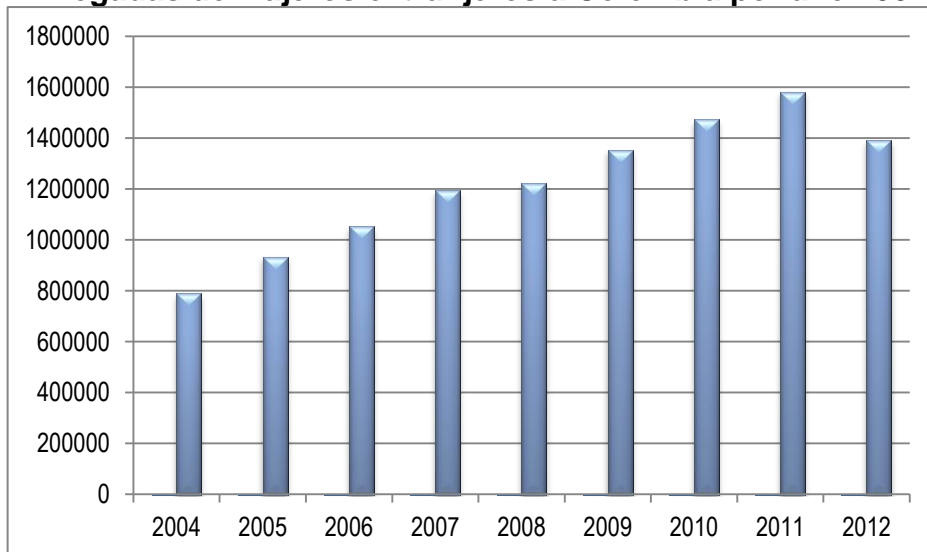
Tabla 1. Cantidad de turistas en el país.

AÑO	NUMERO DE TURISTAS
2004	790.940
2005	933.244
2006	1.053.344
2007	1.195.440
2008	1.222.966
2009	1.353.760
2010	1.474.884
2011	1.582.110
2012	1.389.729

Fuente: DAS, Calculo Proexport.

Al comparar el crecimiento del turismo mundial y el de Colombia se evidencia que Colombia ha reportado un aumento en el sector bastante interesante, logrando un crecimiento por encima de los niveles mundiales, ya que según datos de proexport el crecimiento mundial desde el año 2001 hasta el 2012 ha sido del 3,4% y el de Colombia fue de 10,3% lo que ayuda a reafirmar que Colombia ha venido mejorando año tras año.

Gráfico 1. Llegadas de viajeros extranjeros a Colombia por año 2004-2012



Fuente: DAS, Calculo Proexport.

Sector Turismo en Santander. El Departamento de Santander tiene variados atractivos. En sus 87 municipios se disfruta de la diversidad climática, paisajística, histórica, arquitectónica, natural, y cultural. Es así, que se pueden encontrar sitios turísticos de interés en Santander.

El Parque Nacional del Chicamocha, el cual es un atractivo turístico de gran impacto, está localizado en la vía que de Bucaramanga conduce a San Gil, a una distancia de 54 Km, de la capital del departamento y a 39 Km del municipio de San Gil; es el proyecto que se construye a lo largo y ancho del Cañón, aprovechando sus riquezas naturales e históricas, sobre el recurso natural más imponente y majestuosa de Colombia, su estructura está diseñada por fases, según sus promotores:

- ✓ Monumento a la santandereanidad. Sobre una hoja de tabaco de 57 mts de largo y 35 mts de ancho, el maestro Luis Guillermo Vallejo, da vida a 35 esculturas, que representan la gesta comunera en la historia del Departamento.
- ✓ Teleférico del Cañón. Por su magnitud e invaluable riqueza paisajista, el teleférico se ha convertido en el medio de transporte que en cuatro estaciones, permite vivir el turismo de altura recorriendo la majestuosidad del caño del Chicamocha.
- ✓ Complejo turístico. Uno de los complejos turísticos más completo de Santander, Colombia y Suramérica; contará con hotel, zona de cabañas y la oportunidad de disfrutar de grandes atractivos.

La región centro-oriente de la cual forma parte el Departamento de Santander, cuenta con el 40% del total nacional de los atractivos turísticos; dispone de 750.000 hectáreas de parques naturales y 15 de los 35 centros históricos declarados en el país, el turismo está determinado por:

- ✓ Tours históricos: El turismo se deleita con la nostalgia y la tranquilidad de pueblos coloniales que evocan la vida de los antepasados de Santander.
- ✓ Ecoturismo: Esta actividad de descanso y recreación, puede disfrutarse ampliamente y sin ningún tipo de restricción, facilita la práctica de actividades como el senderismo, las cabalgatas a través de los caminos de herradura, los campamentos ecológicos a orillas de las quebradas y la exploración de los parques naturales como Ragonezzi, gallineral y virolín, conviviendo con la naturaleza y el aire puro que se respira en estos incomparables sitios.
- ✓ Turismo de aventura: En los últimos años se han venido desarrollando nuevas alternativas de turismo como lo son el rafting o canotaje, utilizando las ventajas de los abundantes y rápidos ríos, comercializando este servicio como una aventura excitante, también se empezó la explotación de la espeleología, ya

que la región abundan las cavernas y cuevas con múltiples atractivos, también se encuentra el rappel o andinismo, el canning, el ciclo-montañismo y el motocross, el senderismo, el pain-tball y el camping.

- ✓ Canotaje y cayaquismo: Se practica navegando botes inflables o Kayacs por los rápidos de algunos ríos que tienen características y condiciones para este tipo de deportes. Los trayectos de navegación van de 10 a 30 Km y el tiempo de duración del recorrido oscila entre 1 y 3 horas desde sitios como puente miranda y puente Ocamonte hasta el parque El Gallineral en el Rio Fonce, y desde Cepitá hasta el Puente pescadero en el Río Chicamocha entre otros.

Sector Turismo en Barrancabermeja: En Barrancabermeja, se desarrollan múltiples actividades recreativas y de diversión, como son los famosos paseos de olla, que se desarrollan a orillas de la ciénaga San Silvestre. En dicho lugar se agrupan las familias para tomar un día de descanso, realizan sancochos, asados, entre otros. Aprovechando la visita de las personas a la Ciénaga, se ofertan servicios de canotaje por algunos clubes privados, paseo en objetos inflados que flotan sobre el agua, como neumáticos, gusanos, entre otros.

Los clubes potencializan la bondades de la naturaleza, para ofertar paseo en lancha sobre la ciénaga, practicar el deporte de esquí náutico, parapente jalado por lancha, entre otros.

A nivel local, la afluencia de turistas a la ciudad de Barrancabermeja se incrementó en un 22% con respecto al año 2013, esto se debió a la mejor organización y publicidad de los festivales como el de Tamboras el de Bandas, Festival de Vallenato, Fiestas del Petróleo, el Festival del Dulce, entre otros, que ayudó a que los turistas vieran a la ciudad como un lugar para recrearse y divertirse⁸.

En la ciudad también se realizan otros tipos de actividades recreativas, como la visitas al museo del petróleo vía al centro de Ecopetrol, en donde las personas se enteran de la evolución de la industria petrolera, conocen de primera mano el funcionamiento de los machines o extractores de petróleo, experimentan subirse a una plataforma de perforación y explotación de petróleo.

⁸ ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Datos Estadísticos Festividades según la Secretaría de Desarrollo Económico y Social. Consultado en la dependencia, Abril 20-2015

También se puede encontrar hacia el sector del Centro ECP, el club de golf, el cual es muy famoso, por ser un lugar de sano esparcimiento, en el cual las personas acuden además de practicar el deporte como un lugar para caminar.

En el río Magdalena, corazón de Colombia, se realizaban paseos en lancha y planchones, que llevan a los turistas hasta el Puerto Gala, en medio de este, se puede observar la refinería de la ciudad, en todo su esplendor y disfrutar de los platos típicos de la región.

Entre los sitios turísticos que tiene la ciudad de Barrancabermeja se encuentran los siguientes:

- ✓ Museo del Petróleo: Se encuentra ubicado a 15 minutos de la ciudad, en la vía al corregimiento El Centro, reúne la historia petrolera, posee valiosa infraestructura y reliquias de la industria de hidrocarburos.
- ✓ Paseo Yuma: Se localiza en la tradicional avenida del ferrocarril, es una zona muy bella, apta para tomar fotografías junto a los monumentos del maestro Lombana quien hizo realidad la historia de la fauna y flora de Barrancabermeja, entre ellos pumas, iguanas, garzas, tortugas y chigüiros.
- ✓ Paseo en tren: Una experiencia inolvidable es el paseo en carro -tren en el parque infantil, el más céntrico de Puerto Petrolero y recorrer la ciudad.
- ✓ El Malecón: Elmalecón lo invita a vivenciar las emociones de Jurasik Park. Allí, podrá recorrer el parque natural que reúne la belleza de la ciénaga Miramar con la majestuosidad de los dinosaurios, tiranosaurios, brontosaurios y una gigantesca iguana, obras de arte hechas a mano con residuos de hierro de la industria petrolera.

Barrancabermeja posee cinco clubes, en los cuales se puede encontrar variadas atracciones para el sano entretenimiento de la comunidad del Puerto petrolero, algunos de estos clubes son los siguientes:

- ✓ Club Náutico San Silvestre: Se encuentra ubicado en el kilómetro 5 vía al corregimiento El Llanito. Es el sitio donde se pueden practicar básquet, microfútbol, natación, deportes náuticos y pesca deportiva.

- ✓ Club Infantas: Se encuentra localizado en pleno centro de la ciudad de Barrancabermeja, cuenta con varias piscinas, pista de baile, salones, restaurantes, taberna, canchas de tenis, patinaje, fútbol, gimnasio y entre otros.
- ✓ Otros clubes: Club de Mares, Club internacional, Miramar, los cuales tienen más restricciones para su ingreso.

Ciénaga San Silvestre. La reserva natural más importante de Barrancabermeja está ubicada a solo 10 minutos de la ciudad via al corregimiento el llanito y es de fácil acceso. Considerada “paraíso terrenal” por las ventajas que ofrece para la práctica del Ski Náutico. Se trata de un espejo de agua con espectaculares paisajes naturales dignos de admiración.

1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO

El municipio de Barrancabermeja se encuentra ubicado al Occidente del Departamento de Santander en la margen derecha del río Magdalena, principal arteria fluvial de Colombia.

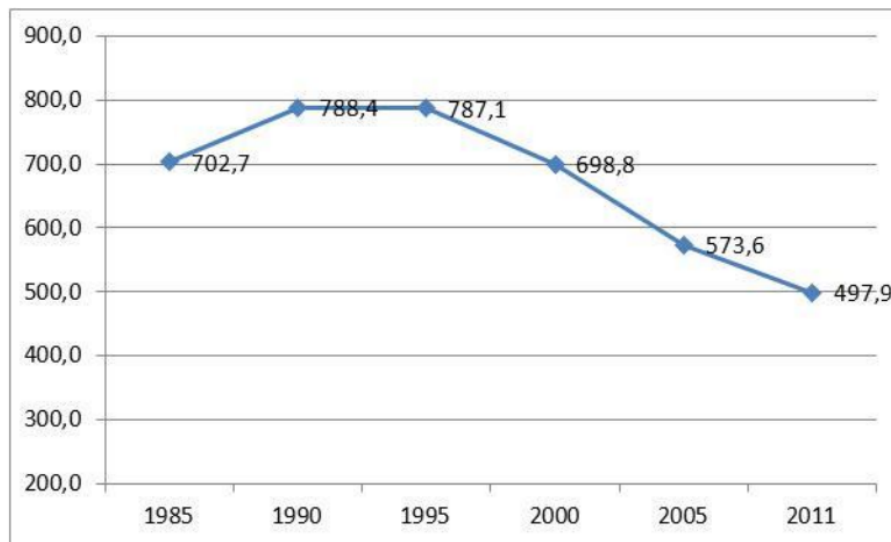
Las coordenadas geográficas correspondientes a sus puntos extremos son de Latitud 7° 4' 11 N y Longitud 73° 51' 51 W; al oeste del meridiano de Greenwich, a 126 metros sobre el nivel del mar y 30°C de temperatura media. Tiene una extensión territorial, área (Km²) urbana de 35 y rural 1.119 con una superficie de 1.154 Km² repartidas en seis corregimientos. Limita por el norte con el municipio de Puerto Wilches, por el sur con los municipios de Puerto Parra, Simacota y San Vicente de Chucurí, por el oriente con los municipios de San Vicente de Chucurí, Girón y Betulia. Por el occidente con el río Magdalena que separa su territorio del departamento de Antioquia.⁹ Con relación a su hidrología, en la zona se encuentra la cuenca del Río Magdalena, que atraviesa a un lado la ciudad, las subcuencas Sogamoso, San Silvestre, la Cira y el Oponcito, finalmente las microcuencas del Llanito, el Zarzal, Peroles y Vizcaína, 13 quebradas, 18 caños, cuenta también con 13 ciénagas en su área, ofreciendo todo un sistema ecológico propicio para el desarrollo económico y social.

⁹ CORPORACIÓN DEL MAGDALENA. Disponible en: http://fs03eja1.cormagdalena.com.co/nuevaweb/Proyectos/ConveniosconOtrasEntidades/CONVENIO_FUNDASES/Informe%20de%20Avance%20FUNDASES.pdf, Consulta: Enero 25 de 2009

Barrancabermeja es una de las ciudades colombianas que registra mayores modificaciones en su tamaño poblacional, pero a su vez con grandes transformaciones en el proceso de transición demográfica, contribuyendo con ello a la transición demográfica que el país ha tenido en su conjunto.

Como se sabe la dinámica del mercado laboral en Barrancabermeja está asociada a fenómenos inmigración producida durante los últimos años y esto se evidencia en que en las pirámides de los últimos quinquenios se encuentran salientes importantes en los grupos etarios en edad activa, tanto en hombres como en mujeres. Entre los indicadores demográficos a analizar en la ciudad uno de gran relevancia es el de la relación de dependencia, la cual se define como el vínculo entre la población considerada como dependiente (menores de 15 años y mayores de 65 años) y la que se define como económicamente productiva o "potencialmente activa" (15 a 64 años).¹⁰

Gráfico 2. Relación de dependencia (por mil). Barrancabermeja 1985-2011



Fuente: Censo 2005 y Proyecciones poblacionales DANE

Barrancabermeja por ser sede de la principal estatal petrolera y por su crecimiento demográfico, ha influenciado en el establecimiento de empresas de todos los sectores económicos para atender las necesidades de la comunidad en materia de alimentos, calzado, ropa, salud, vivienda, educación y recreación entre otras y de igual manera atender la demanda de la Principal Estatal petrolera.

¹⁰ Dinámica demográfica de la ciudad de Barrancabermeja. Observatorio de Mercado Laboral 2012 Centro de Estudios Regionales del Magdalena Medio CER Pag. 25

El municipio, política y administrativamente, se encuentra dividido en siete (7) comunas, que agrupan más de 188 barrios y tiene adscrito los siguientes corregimientos con sus veredas y caseríos: El Llanito: Llanito Alto, Llanito Bajo, Campo Gala, Campo Galán, Sogamoso, San Silvestre, Islas del Magdalena, Ciénaga Brava, la Arenosa y Sábalo. La Fortuna: la Fortuna, el Zarzal, Taparon, Peroles, San Luís y Comuneros. La Meseta San Rafael: Meseta de San Rafael, Yacaranda, la Unión, La Ruíz, Guarumo y Capote. San Rafael de Chucurí: San Rafael de Chucurí, Ciénaga Aguas Negras. Ciénaga del Opón: Ciénaga del Opón y la Colorada. El Corregimiento el Centro tiene inscritas 32 Veredas¹¹.

Barrancabermeja no posee una identidad cultural propia,¹² la mayoría de los habitantes provienen de diversas ciudades del país, que por la fiebre del petróleo surgida en los años 20 vinieron a esta ciudad a buscar suerte y un mejor porvenir para sus familias. De ahí se deduce entonces, que la población porteña tiene un sinnúmero de costumbres culturales, mezclas de folklore, dialecto, vestimenta, gastronomía y es deportivamente activa. Muchas de estas familias provenientes de Bogotá, Medellín, Cali, La costa Caribe, se han quedado en la ciudad, no solamente por la estabilidad laboral que lograron obtener a través de ECOPETROL S.A., sino además por las virtudes propias que se han creado para mostrar una mejor imagen ante el país y el mundo después del conflicto armado vivido en la década de los 90's.

En los aspectos económicos, en la ciudad se presenta un alto nivel de desempleo, subempleo y empleo poco calificado, la falta de empoderamiento y liderazgo de los habitantes en la participación y control de la economía local, el atraso en el ámbito del desarrollo empresarial, tecnológico y de planeación en la mayoría de las empresas. De igual forma, se observa el fenómeno de economía de enclave en el desarrollo de la ciudad, que propicia una baja inversión porque los recursos generados son invertidos fuera de Barrancabermeja y plantea la dificultad de la poca credibilidad en las capacidades técnicas, empresariales y profesionales de los habitantes de la ciudad para la contratación de actividades con la gran industria presente.

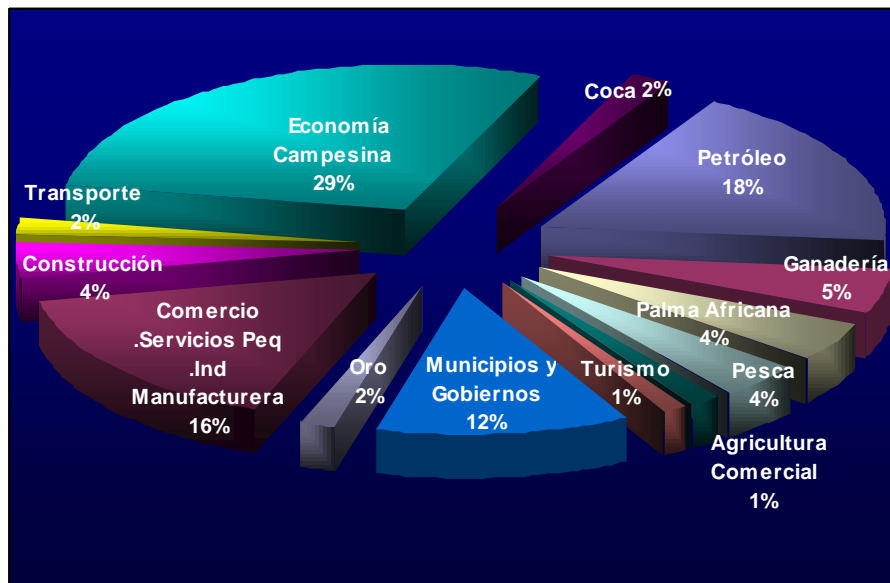
La economía ha mejorado a través de los años de forma progresiva, gracias a la confianza generada hacia los Inversionistas que han creído en la ciudad, lo cual ha mejorado el nivel de vida, creación de nuevas empresas, pero generalmente es una ciudad prestadora de servicios influenciada por la industria petrolera.

¹¹ ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Revista Barrancabermeja en Cifras. Año 2004-2005 <http://www.barrancabermeja.org>

¹² COEMPREDER. Estudio: perfil del estilo gerencial del empresario de Barrancabermeja tomando como referencia la gestión administrativa, cultura organizacional y la toma de decisiones en los sectores producción y servicios, Autor: Nohemy Aparicio Chacon, pag. 56

En la composición económica de la ciudad, se destaca la explotación intensiva de ganadería bovina, la actividad naciente de cría de búfalos, la explotación de cultivos tradicionales (yuca, maíz y plátano) y la pesca como actividades importantes en la región, además de la industria petrolera. La siguiente figura da cuenta de la generación de valor agregado para la región:

Figura 1. Comparativo fuentes de valor agregado



Fuente: CORPORACIÓN DESARROLLO Y PAZ DEL MAGDALENA MEDIO, CDPMM. Proyecto: Red De Propuesta De Desarrollo Participativo Regional, Generación Y Monitoreo De Proyectos En El Magdalena Medio (Etapa 1). Informe Final. Barrancabermeja.¹³

El valor agregado que se genera en la zona, representa el 29% de economía campesina, seguido de la producción de petróleo del 18%, comercio e industria el 16% y municipios y gobiernos 12%. Se refleja la economía de enclave, donde el valor agregado de la industria petrolera, no se queda en la región. El mayor valor lo aporta la economía de subsistencia como es la economía campesina, la pesca y las microempresas que sumadas aportan el 49% del valor agregado. En estas condiciones es difícil sustentar el desarrollo de la región en un modelo globalizado, y en parte está explicando, al igual que la tendencia nacional.

¹³ CORPORACION DESARROLLO Y PAZ DEL MAGDALENA MEDIO, CDPMM OIM – Organización Internacional para las Migraciones. Convenio De Cooperación Internacional OIM-CDPMM Id-Co0122, Proyecto: Red De Propuesta De Desarrollo Participativo Regional, Generación Y Monitoreo De Proyectos En El Magdalena Medio (Etapa 1). Informe Final. Barrancabermeja. Pag. 85

En el sector rural, sobresale la actividad ganadera, la pesca artesanal y la piscicultura. Se dispone de una agricultura de subsistencia donde se destacan el maíz, la yuca, el plátano, el cacao y los frutales. Por otra parte, empieza a registrarse actividad de tipo forestal y el agroindustrial en pequeña escala (lácteos y cárnicos).

En cuanto al cacao, en la región es un producto representativo, que empieza a ofrecer a futuro opciones de crecimiento generando mejores rendimientos que auguran que en el año 2020 represente cerca del 40% y aporte más del 50% al total nacional de área sembrada.

Otros sectores de producción importantes para la región son la ganadería, la agricultura, la piscicultura y la minería que es la actividad más representativa de Barrancabermeja, con el petróleo y el gas, el negocio de los hidrocarburos es el que ha generado la dinámica en la ciudad desde su aparición y determina las condiciones en que se mueve la economía en Barrancabermeja.

El sector turístico en la región se ve impactado positivamente con la puesta en funcionamiento del proyecto de Hidrosogamoso ya hay quienes están aprovechando las ventajas de lo que será un espejo de agua de 7 mil hectáreas, es así que los deportes náuticos, navegación y negocios de este tipo ya se empiezan a vislumbrar a lo largo de la vía entre Bucaramanga y Barrancabermeja, sin embargo, el aprovechamiento del embalse aún no está reglamentado, por lo que cualquier actividad que se practique por ahora está restringida.

Pese a que el plan de ordenamiento del embalse se empezó a estructurar, crece la expectativa de la comunidad por los usos tanto turísticos como agropecuarios y de servicios básicos que tendrá y que podrían ayudar a impulsar otros sectores económicos más allá de la pesca, como el turismo, en donde la represa sería el centro para el desarrollo de infraestructura hotelera, deportes náuticos y servicios asociados, así como una fuente vital de agua para las poblaciones vecinas que no cuentan con acueductos veredales.¹⁴

En el sector secundario, la industria petroquímica, tiene la mayor relevancia, con la refinería más grande del país, que procesa cerca del 70% de los derivados del petróleo y genera en la ciudad el mayor volumen de empleo y el mejor remunerado, sin embargo con un estancamiento actualmente, con una tendencia

¹⁴ VANGUARDIA LIBERAL. Expectativas de uso para hidrosogamoso. Disponible en <http://www.vanguardia.com/economia/local/285713-expectativa-por-usos-para-hidrosogamoso>.

al decrecimiento ya que los ensanches de las plantas se han realizado mediante procesos de subcontratación a través de firmas foráneas.¹⁵

El municipio de Barrancabermeja, depende de la producción de petróleo la cual ha pasado de tener el primer lugar a aportar el 3.64% de la producción total del país, lo cual implica una importante reducción de ingresos e incidencia en actividades complementarias desarrolladas por la industria local.

Se suman otros sectores productivos como fertilizantes, confecciones, maderas, metalmecánica, panificación y materiales de construcción. A excepción del caso de fertilizantes, son principalmente Microempresas o Familyempresas, con predominio de la propiedad individual y poca tecnología, lo que reduce la competitividad de los productos. Por otra parte, se destaca la deficiencia en cuanto a la oferta de insumos que no se encuentran en el mercado local, la poca organización administrativa, acceso limitado y casi nulo a créditos, desconocimiento del mercado y falta de estrategia en la utilización de canales para la comercialización.

En el sector terciario, se destaca el subsector de la construcción, desde la extracción de materiales (material del río, elaboración de ladrillos), hasta las actividades de acondicionamiento y terminados. Según información del PDPMM¹⁶, existen en esta actividad 156 firmas y 361 personas naturales dedicadas a esta labor, que da empleo a 1.598 personas. Por otra parte el subsector servicios donde se encuentran las firmas consultoras de todo tipo de servicios.

Se destaca el subsector de servicios financieros con entidades dedicadas a la intermediación monetaria, principal proveedor de créditos y fondos de ahorros. En su conjunto, a partir de la información revelada por el Programa Desarrollo y Paz del Magdalena Medio, el sector industria manufacturera aporta el 21.2% del valor agregado, el 12.3% lo aporta el comercio y los servicios aportan el 22.4%, el sector informal participa con el 21.4%, la construcción con el 9%, el transporte con el 5.5% y otras actividades con el 8.2%.¹⁷

¹⁵ ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PEQUEÑOS INDUSTRIALES SECCIONAL BARRANCABERMEJA, Diagnóstico Sector Metalmecánica, Barrancabermeja. 2004.

¹⁶ RAMIREZ, María Gladys, Circuitos Económicos, PDPMM, 2002 p. 13

¹⁷ Ibid., p.12

Es importante anotar el aporte del sector informal con el 21.4%, similar al realizado por la industria manufacturera en su conjunto, revelando su importancia en la economía local. Los esfuerzos realizados por el Gobierno Nacional han posibilitado la construcción de obras de importancia para la zona, destacándose el puente Barrancabermeja – Yondó, que empieza a generar cambios en la dinámica comercial, obligando mejorar las condiciones de productividad del conjunto de la población.

1.3 ASPECTOS LEGALES

- ✓ Constitución Política de Colombia de 1991.

- ✓ *Ley general de Turismo.* Ley 300 de 1996. Título 8. Capítulo 1. Registro Nacional de turismo. Título 9 capítulo 1, 3 y 7 de los prestadores de servicios turísticos capítulo 1,3, 7. Ley especializada en todo lo referente para el sector, por lo que cualquier persona natural o jurídica que desee desarrollar actividades del sector terciario relacionadas con el turismo debe registrarse por la presente ley.
- ✓ *Decreto 502 del 28 de Febrero de 1997.* Por la cual se definen la naturaleza y funciones de cada uno de los tipos de agencias de viajes que trata el artículo 85 de la ley 300 de 1996.
- ✓ *Ley 300 de 1996. Política de turismo de Colombia.* De acuerdo con el ministerio de Comercio industria y turismo, la política turística de Colombia tiene como objetivo mejorar la competitividad de los destinos y los productos, e incrementar la participación de la comunidad en la prestación de los servicios turísticos. Se busca que la población perciba aumentos de sus ingresos y contribuya a la generación de riqueza, a su vez que logra una distribución más equitativa y un aumento en la calidad de vida de los residentes.
- ✓ La formulación de políticas y la planeación del sector con proyección territorial están enmarcadas en la ley general de turismo (ley 300 de 1996), la cual establece que el Ministerio de Comercio, industria y turismo formulará la política del gobierno en materia de turismo y ejercerá las actividades de planeación en armonía con los intereses de las regiones y entes territoriales.
- ✓ *Decreto 2785 del 17 de Agosto de 2006.* Modifica la estructura del ministerio con la creación de un viceministerio de Turismo, cuyo objetivo será el de mejorar la competitividad y sostenibilidad de los productos y destinos turísticos y promover el turismo doméstico receptivo. Existen tres figuras que están consagradas en esta ley y que afectan directamente el uso del suelo municipal que son: la creación de zonas de desarrollo turístico prioritario (Art 18-20), los peajes turísticos (Ar 25) y la declaratoria de recursos turísticos (Art 23). Estas dos últimas son herramientas para obtener recursos destinados a la conservación de su patrimonio artístico, cultural e histórico.

Cuando un municipio declara una zona de desarrollo turístico prioritario debe comprometerse a desarrollar la infraestructura necesaria: servicios públicos con cobertura y calidad suficiente, red vial de buenas especificaciones y señalizan vial, para que turismo jalone el desarrollo. Así mismo, debe establecer medidas que atraigan inversión para la conformación y expansión de la planta turística del lugar¹⁸.

- ✓ *Decreto 1075 de 1997.* Por el cual se señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos.
- ✓ *Decreto 504 de 1997.* Por el cual se reglamenta el registro Nacional de Turismo.
- ✓ *Decreto 972 de 1997.* Por el cual se reglamenta lo planes de servicios y descuentos especiales en materia de turismo para la tercera edad.
- ✓ *Decreto 2395 de 1999.* Por el cual se reglamenta la ley 300 de 1996 en lo relacionado con la inscripción en el registro Nacional de turismo de los establecimientos gastronómicos, bares y negocios similares de interés turístico.
- ✓ *Sentencia C-697 de 2000.* Derecho a ejercer la profesión u oficio/ libertad de empresa. Agente de viajes y turismo
- ✓ *Decreto 1782 del 23 de Mayo de 2007.* Por medio del cual se reglamenta el impuesto con destino al turismo.
- ✓ *Ley 1558 del 10 de Julio de 2012.* Por el cual se modifica la ley 300 de 1996, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.
- ✓ Legalización de Constitución de una empresa: Para la constitución de una unidad de negocio, de cualquier índole existen unos procedimientos a seguir y normas específicas exigidos para la constitución y la ley, los cuales son:

Requisitos Comerciales: Requisito que se debe tramitar en la Cámara de Comercio del municipio de Barrancabermeja y en cualquier Notaria local; para lo cual se debe tener en cuenta:

Reunir los socios para constituir la empresa.

Verificar en la Cámara de Comercio que no exista un nombre o razón social igual al que se le va dar a la empresa a crear.

Elaborar la minuta de constitución y presentarlas en la notaria con los siguientes datos básicos: Nombre o razón social; objeto social; clase de sociedad y socios; nacionalidad; duración; domicilio; aporte de capital; representante legal y facultades; distribución de utilidades; causales de disolución; obtener la Escritura

¹⁸MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Descentralización turística. Disponible en internet en [www.mincomercio.gov.co] Consultado el 09 de Septiembre de 2013

Pública Autenticada en la Notaria; matricular la Sociedad en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio; registrar los Libros de contabilidad en la Cámara de Comercio, Diario Mayor y Balances, Inventarios, Actas; obtener Certificado de Matricula Mercantil.

Obtener el Registro de Industria y Comercio en la Tesorería y diligenciarlo.

Tramitar el Permiso de Planeación Municipal.

Solicitar el concepto sobre las condiciones sanitarias del establecimiento.

Requisitos de Seguridad Social: Se deben tramitar en una E.P.S, Cajas de compensación Familiar, Fondo de Pensiones, SENA, e ICBF.

Inscribir a los trabajadores en la E.P.S, ARL y Fondo de Pensiones.

Inscribir la empresa en el ICBF, SENA y Caja de Compensación Familiar.

Requisitos Tributarios: Son tramitados en la DIAN: Solicitar el Formulario de Registro Único Tributario (RUT) y solicitar el Número de Identificación Tributaria (NIT)

- ✓ Los artículos 60 y 333 de la Constitución Política de Colombia rezan que el Estado promoverá de acuerdo con la Ley de acceso a la propiedad y que la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites
- ✓ Por disposición de la Ley 28 de 1931, es obligatorio matricular toda empresa o negocio y registrar en la Cámara de Comercio aquellos documentos en los cuales constan actos que pueden afectar a terceros. La constitución de una sociedad, una reforma de sus estatutos, el cambio de gerente o Junta Directiva, la disolución de una sociedad, su liquidación o quiebra, las inhabilidades para ejercer el comercio, la autorización a un menor, para ser comerciante, en fin toda la vida de los negocios, debe inscribirse ante la Cámara.

Para dar cumplimiento a la Ley 716 del 2001 y al Decreto 122 de 2002, a partir del 5 de agosto de 2002 se tramitará la asignación del Número de Identificación Tributario (NIT) a través de la Cámara de Comercio local.

Las relaciones laborales de carácter individual y colectivo entre el empleador(es) y los trabajadores estarán regidas por el Código Sustantivo del Trabajo vigente.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo general. Realizar un estudio de mercado, mediante la recolección de información primaria y secundaria que permita conocer las variables de la mercadotecnia, como demanda y oferta entre otras, con el fin de identificar el mercado potencial de una empresa de servicios náuticos y recreativos en la ciudad de Barrancabermeja.

2.1.2 Objetivos Específicos

- ✓ Identificar las características de la demanda y los clientes potenciales mediante las variables de segmentación con el fin de identificar el perfil de los clientes de los servicios náuticos y de recreación en la ciudad de Barrancabermeja
- ✓ Determinar la competencia y la oferta actual y futura de los servicios de la empresa de servicios náuticos y de recreación; precisando las características del servicio, identificando debilidades, fortalezas y el posicionamiento del mismo, en el mercado.
- ✓ Definir los canales de comercialización, identificando sus ventajas y desventaja teniendo en cuenta la caracterización del servicio y el nivel de intermediación que existe, en la ciudad de Barrancabermeja, para promover la actividad en coherencia con el mercado.
- ✓ Determinar los precios y las características de los servicios que estima la empresa de servicios náuticos y de recreación a desarrollar, a través de la implementación de fuentes primarias que permitan capturar información para definir los términos de competitividad del servicio en el mercado.
- ✓ Diseñar un plan publicitario y promocional para dar a conocer la empresa de servicios náuticos y de recreación y posesionarla en el mercado de la región del Magdalena Medio, implementando campañas estimuladoras de la demanda, promotoras del proceso de toma de decisiones.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.2.1 Definición, Usos y Especificaciones del Producto/Servicio.

Sector: Turismo

Subsector: Ecoturismo

Código CIUU: De acuerdo a la Clasificación a actividades económicas, la empresa a establecer puede desarrollar las siguientes actividades:

- ✓ Código 9111. Actividades de Organizaciones empresariales y de empleados
- ✓ Código 9242. Otras actividades de esparcimiento
- ✓ Código 9241. Actividades deportivas

La empresa de acuerdo a la resolución 066 del 31 de Enero de 2012 adaptación del CIUU para Colombia, ofrece los siguientes servicios:

Servicio integral en enseñanza y utilización de equipos náuticos y recreativos. Orientación de planes turísticos, recreativos y náuticos.

Servicio de atención al usuario en la selección, adquisición y utilización eficiente de los servicios turísticos requeridos (convenio con las cadenas de hoteles de Barrancabermeja, afiliados a COTELCO).

Estrategias de marketing turístico para atender las necesidades de la población de los estratos 3, 4 y 5 y público en general

El servicio que se ofrece es de diversión y esparcimiento para satisfacer las necesidades de recreación, aprovechamiento del tiempo libre en lugares ambientalmente aprovechables.

Especificaciones. El horario de atención de la empresa será de 8:00 am a 6:00 pm; de miércoles a domingo. La ciudad cuenta con tres sitios atractivos los cuales son:

- ✓ Las instalaciones del Club Náutico
- ✓ Centro de recreación de CAFABA

- ✓ La estación piscícola del llanito

Los servicios de náuticos y recreativos se componen de las siguientes etapas:

Asesoría para la creación de planes turísticos. La empresa diseña y ofrece planes turísticos para el municipio de Barrancabermeja de acuerdo al patrón de comportamiento del turista local, regional y Nacional y de las empresas y organizaciones que tienen el interés de lograr espacios de integración con sus empleados, los cuales son determinados por una análisis de las necesidades del cliente; es importante establecer que si las personas o las entidades públicas y/o privadas no encuentran en la empresa el plan que se acomode a sus necesidades, se asesora al cliente para diseñar el plan de acuerdo a lo que esté demande. La asesoría se pretende brinda a través de internet.

La oferta de los planes y diseños se realizan con la gestión de convenios con los operadores de los servicios turísticos locales, Departamentales y Nacionales, y se hace solo con las empresas que tengan el registro nacional de turismo y cumplan con todas las reglamentaciones definidas por el Ministerio de industria comercio y turismo, y las normas legales establecidas por el gobierno Colombiano.

Diseño de planes. Los planes se diseñan de acuerdo a las necesidades de los consumidores, sin embargo, el servicio consta dos paquetes turísticos iniciales para que los consumidores conozcan y tengan en cuenta todas las posibilidades. El servicio recreativo náutico se basa en tres (3) propuestas, las cuales presentan las siguientes especificaciones:

Plan 1. Aventura Sol y Agua: Duración: Un día de recorrido. Chiva turística Salida de Barrancabermeja, desde el parque de la vida al corregimiento El llanito, Recorrido por la ciénaga San Silvestre en Bote, préstamo de bicicletas o jet sky, sky náutico, Banana board o el smirke (deslizador inflable en forma de banana) actividades recreativas (Waterballsphere- bolas acuáticas). Incluye: Alimentación (convenio), transporte, seguro turístico y obsequio. En el proceso de planificación del servicio se ha estimado 6 horas,

Plan 2. Aventura Náutica: Duración: Cuatro horas. Recorrido por la ciénaga San Silvestre en Bote, préstamo de bicicletas o jet-sky, Banana board o el smirke (deslizador inflable en forma de banana) actividades recreativas (Waterballsphere- bolas acuáticas). Incluye: Alimentación (convenio), transporte, seguro turístico (Seguros liberty) y obsequio (souvenir artesanal en barro o porcelamicrom que

refleje la historia y la cultura de la ciudad, por ejemplo a la iguana, el pescador artesanal, entre otros) En el proceso de planificación del servicio se ha estimado 3 horas.

Plan 3. Construya su propio paquete turístico: Este plan contiene los elementos que el cliente requiera para su sano esparcimiento el de su familia ó turistas como: Alimentación, transporte, Jet-sky, Banana board, smirke, actividades grupales, pesca artesanal, guianza turística. En el proceso de planificación del servicio se ha estimado 5 horas,

En el tema de los paquetes turísticos, esta iniciativa empresarial utilizará la infraestructura existentes, en ese orden de ideas, es articular o mediante enlace comercial, entre los empresarios y personas naturales que se encuentran dentro de la cadena del sector servicios, en este caso, los espejos de agua donde se requiere realizar los recorridos. En el alquiler de espacios: articular la disponibilidad de los clubes, restaurantes, fincas, piscina, salones especiales, teatros, salones con juegos y auditorios en hoteles.

2.2.2 Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia. Al servicio se le aplican los conceptos de organización y esparcimiento, por medio de programas de motivación e interacción con los clientes, para buscar satisfacer sus necesidades, de acuerdo a edades y preferencias.

- ✓ El servicio se oferta basado en el modelo de oficina virtual lo que facilita el acceso de la población a los servicios que brinda la organización.
- ✓ El marketing mix de nuevos destinos hacia la ciudad de Barrancabermeja para los servicios recreativos náuticos, con el fin de retener y fidelizar a los clientes mediante la satisfacción de sus necesidades.
- ✓ Articular la oferta turística diversa y atractiva que tiene la ciudad, con el fin de hacer alianzas estratégicas.
- ✓ Se diseñan planes turísticos, de acuerdo con las necesidades, expectativas y presupuestos de los clientes.
- ✓ Se estructura el turismo de eventos y los encuentros profesionales, incluidos los servicios recreativos náuticos.
- ✓ La calidad del recibimiento de los turistas que demanden los servicios recreativos náuticos, se analizan a través de la aplicación de encuestas de satisfacción para evaluación y ajustes a los paquetes.
- ✓ Articulación con otras agencias de turismos nacionales e internacionales, para atraer a turistas nacionales y extranjeros para el goce y uso de los servicios recreativos náuticos de la ciudad.

- ✓ Utilización de las tecnologías de la información, a través de redes sociales y comercio electrónico, con el fin de contactar los clientes sin barrera física.
- ✓ Entre los elementos ha usar para la diversión náutica se tienen las bolas o esferas acuaticas las cuales permiten que una persona camine sobre el agua en el interior de la bola, lo cual es una atracción para las personas, por su carácter innovador en la ciudad.
- ✓ En los jetski se puede acondicionar dos deslizadores acuaticos cada una al lado de la moto acuatica con el propósito de recrear a dos personas adicionales en el agua impulsados por la jetski.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. Desde la perspectiva del mercado, el estudio se centra en cuantificar la proporción de clientes potenciales de los servicios náuticos y recreativos orientados primariamente a hogares en el municipio de Barrancabermeja. De acuerdo con los datos suministrados por la empresa Aguas de Barrancabermeja, existe un registro de usuarios de 48.567 viviendas, lo cual, determinan la población total de hogares en la ciudad de Barrancabermeja.¹⁹

2.3.2 Mercado Objetivo. Son todos los hogares de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja, los cuales se pueden identificar como la clase media y alta, con poder adquisitivo atractivo; además de representar a un grupo poblacional significativo en cantidad. Con respecto al grupo de empresas, la actividad industrial del Municipio, visiona proyectos de inversión significativa que permiten identificar una oportunidad de negocio para la contratación de servicios personales; los cuales son atractivos para el proyecto

Tabla 2. Información de hogares usuarios de servicios públicos, en los hogares de estratos 3, 4 y 5.

ESTRATO	NUMERO DE FAMILIAS	PARTICIPACIÓN (%)
Estrato 3	9.560	64%
Estrato 4	4.917	33%
Estrato 5	524	3%
Total	15.001	100%

Fuente. DANE. Censo 2005

¹⁹Aguas de Barrancabermeja, Estadística Usuarios del Servicio de Acueducto 2014.

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.4.1 La demanda. La demanda económica se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.²⁰

En la ciudad de Barrancabermeja el tema recreación ha tomado un interesante rumbo en los últimos años en donde diferentes organizaciones han planteado investigaciones que llevan a los dirigentes a pensar en métodos de cambio social, cultural y recreativo positivos para el enriquecimiento personal de la comunidad.

La comunidad de la ciudad considera que los servicios náuticos recreativos persigue como fin óptimo la educación ambiental en tiempo libre, porque en la medida que la persona sepa que hacer y este educado en cuanto a su tiempo libre, en esa misma medida mejorará su calidad de vida y su uso del tiempo libre, el servicio de recreación en la personas ha suscitado nuevas formas de sociabilidad y de agrupamientos, desconocidas hasta tiempo relativamente recientes.

En Barrancabermeja la sociabilidad, como valor comunitario casi ha desaparecido, la misma es más original cuando se desarrolla en el tiempo libre de las personas. El servicio de recreación ofertado por las organizaciones recreativas, debe estar orientado especialmente a mejorar las relaciones comunitarias; corresponde entonces, que las actividades del recreador y de las personas especializadas en esta área, establecer las programaciones específicas para lograr dicho propósito, por eso este estudio busca cuantificar las necesidades del servicio de recreación por parte de los clientes del mercado objetivo identificado.

2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados. En los hogares barramejos se plantea que la recreación no es necesaria, en la población se ha descuidado el carácter universal de la recreación y lo que representa para el patrimonio social- cultural de la sociedad, quizás por el tema de interés de los gobiernos, instituciones privadas y organizaciones no gubernamentales, para realizar procesos permanentes formación, promoción y gestión de la recreación en pro del desarrollo y la construcción de valores sociales, aprovechando las múltiples ventajas recreativas que tiene la ciudad para el bien de los niños, niñas, jóvenes, adultos y adultos mayores.

²⁰ Diccionario de la Real Lengua Española. Pág. 234.

En la ciudad se observan fiestas populares que se celebran en diferentes épocas del año, las cuales son escenarios de promoción cultural de los talentos y la alegría comunitaria, confluye la comunidad con la lúdica, los juegos tradicionales, de azar, de habilidades y de carnaval. También está presente el baile, el canto y el disfraz que animan e integran la cultura de las personas, lo anterior atrae turistas y propios de la región, que requieren de alternativas de recreación adicionales a la que la oferta localmente.

Es fundamental promover el patrimonio social-cultural a partir de la recreación e interpretar las nuevas tendencias para adaptarlas y transformarlas en un bien de las generaciones venideras de la comunidad. El problema de los servicios recreativos náuticos, está monopolizado por los clubes sociales de la ciudad, que no permiten que otras empresas puedan ofertar estos servicios, debido también a que tienen la infraestructura ideal y acceso ilimitado a las fuentes hídricas.

Se ha podido determinar que en el municipio de Barrancabermeja no existe información confiable que permita la creación de una empresa de servicios recreativos náuticos que satisfaga las exigencias del mercado; por lo tanto se requiere realizar la investigación de mercados.

2.4.1.2 Necesidades de información. Se requiere indagar sobre las necesidades en los hogares con relación al servicio de recreación náutica, por lo tanto el estudio empleado para la realización del presente proyecto es de tipo descriptivo. Esta metodología permite delimitar las situaciones que conforman el problema de investigación. Con la información recolectada se plantea abarcar comportamientos sociales, actitudes, creencias y percepciones que se encuentran en el universo de investigación, es decir, todo lo relacionado a la recreación en la ciudad. El método a emplear para el desarrollo del proyecto, es el inductivo, en donde se parte del razonamiento de premisas particulares hasta llegar a conclusiones generales, es decir desde la interpretación de encuestas de opinión, en las que las respuestas dadas por una pequeña parte de la población se proyectan para toda la comunidad.

Se acude a información oral o escrita extraída de los cabezas de hogar que conforman la población total de la investigación. Se utiliza información escrita que ha sido recopilada y transcrita por otras fuentes, para ello se emplea como técnica de recolección textos, revistas, documentos de manejo público, internet, entre otros. Luego de obtener la información necesaria para el desarrollo del estudio de factibilidad, se codifican y tabulan los datos obtenidos en las fuentes de información primaria y secundaria, para el recuento, clasificación y ordenación de la información a través de tablas y gráficos. Seguidamente, se realizaron los

análisis respectivos a los resultados obtenidos para luego proporcionar las conclusiones que arroja la investigación. Además, se plantean posibles alternativas que contribuyen a desarrollar la idea de negocio.

Cuadro 1 . Objetivos necesidad de información

Objetivos	Tipo de fuente
Realizar un estudio de mercados	Primaria
Definir los requerimientos técnicos para la ejecución del proyecto de recreación náutica	Primaria
Desarrollar un estudio administrativo	Secundaria
Efectuar un estudio Legal	Secundaria
Implementar un estudio financiero	Primaria
Realizar una Evaluación Financiera	Secundaria
Diseñar un estudio Ambiental y social	Secundaria

Respecto al servicio: Se requiere indagar sobre las necesidades de los hogares de los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5 respecto al servicio que han recibido por parte de las diferentes empresas dedicadas a la prestación de servicios recreativos en la ciudad de Barrancabermeja.

Respecto al mercado potencial y objetivo: Se necesita determinar los hogares de los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5 existentes los cuales requieran el servicio recreativo según el dato del último censo registrado por planeación municipal en la ciudad de Barrancabermeja.

Respecto a la demanda: Se requiere saber la cantidad de hogares de los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5 interesados en adquirir el servicio.

Respecto a la oferta: Se requiere conocer la cantidad de oferentes del servicio, de qué manera trabajan, a qué precio y dónde lo hacen.

Respecto a la comercialización: Se necesita saber qué canales de distribución existen, quiénes lo ofrecen, a qué precio.

Respecto a los precios: Se requiere conocer los precios manejados en el mercado.

Respecto a la comunicación: Se requiere averiguar los medios de comunicación existentes para dar a conocer los servicios náuticos y recreativos.

2.4.1.3 Ficha Técnica.

Cuadro 2. Ficha técnica de la demanda

Tipo de investigación	Descriptiva
Método de investigación	Deductivo.
Fuentes de información	Encuestas.Sondeos de opinión.Cámara de Comercio.Consultas a expertos.Investigación en el mercado
Técnicas de investigación	Encuestas
Instrumento para recolectar la información	Cuestionarios.Método de Observación
Modo de aplicación	Directa
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	²¹ Población: 15.001 hogares de la ciudad de Barrancabermeja pertenecientes a los estratos 3, 4, y 5. Elemento muestral: Número de hogares de Barrancabermeja. Unidad de muestreo: Los sitios públicos donde están ubicadas familias de los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5.
Proceso de muestreo	Muestreo aleatorio simple. La muestra se determina a través del Muestreo aleatorio simple $n = \frac{N p * q Z^2}{Z^2 p * q + e^2 N - 1}$ El cálculo del tamaño de la muestra para el estudio se efectúa de la siguiente manera: N: Tamaño de la muestra de los hogares de la ciudad. Z: Nivel de confianza 1.96 (variable estandarizada para una
Proceso de muestreo	significancia del 5%) P: 0,5 (es probabilidad de éxito) se desconoce el comportamiento de la ocurrencia. Q: 0,5 (probabilidad de no éxito) se desconoce el comportamiento de no ocurrencia. e: 0,05 margen de error. $n = (z^2 p x q x N) / (e^2 (N - 1) + z^2 p x q)$ n= 375 cuestionarios
Marco muestral	Está conformado por todos los hogares de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja
Alcance	Ciudad de Barrancabermeja
Tiempo de aplicación	Del 01 al 15 de Septiembre de 2014

²¹ Datos suministrados por Planeación Municipal de Barrancabermeja año 2010.

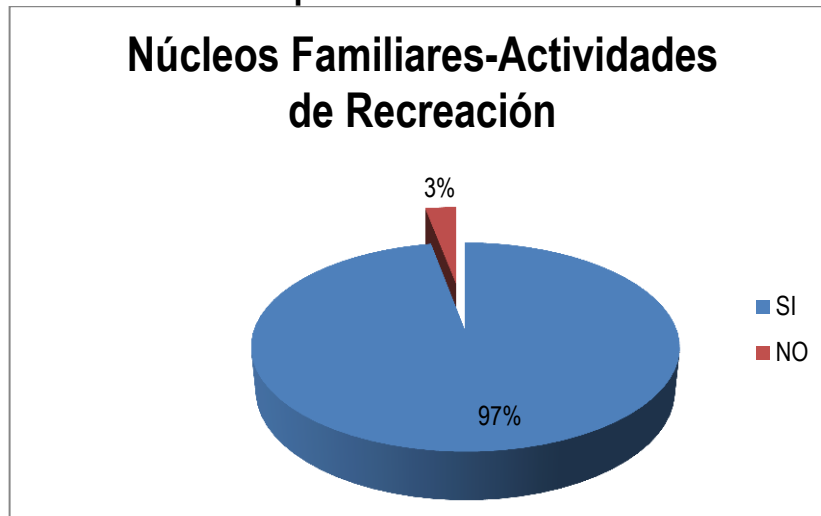
2.4.2 Tabulación y presentación y análisis de resultados.

- ✓ **Pregunta 1. ¿En su núcleo familiar acostumbran realizar actividades de recreación?**

Tabla 3. Núcleos familiares que realizan actividades de recreación

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	364	97%
NO	11	3%
TOTAL	375	100%

Gráfico 3. Núcleos familiares que realizan actividades de recreación.



De acuerdo con los encuestados, el 97% sostienen que es importante realizar actividades recreativas en familia, esto indica que existe en los hogares de la ciudad una conciencia por la recreación, el sano esparcimiento y la distracción acompañado por el grupo familiar.

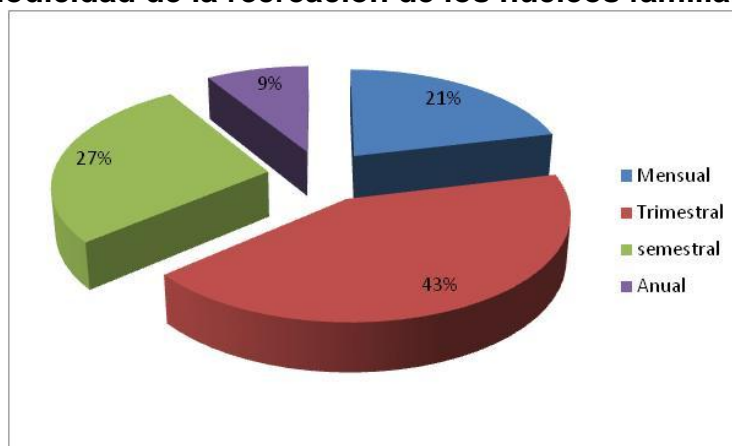
Es importante resaltar que el resultado de esta pregunta es favorable para el proyecto porque refleja un grado alto de aceptación, por cuanto se deduce, la necesidad de ofertar este tipo de servicios que es demandado por los clientes.

✓ **Pregunta 2. ¿Con qué periodicidad lo hace?**

Tabla 4. Periodicidad en que los núcleos familiares realizan la recreación

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE	MEDIA	PROMEDIO PONDERADO
Mensual	77	21%	12	2.55
Trimestral	154	43%	4	1.70
semestral	99	27%	2	0.55
Anual	32	9%	1	0.09
TOTAL	362	100%		4.89

Gráfico 4. Periodicidad de la recreación de los núcleos familiares



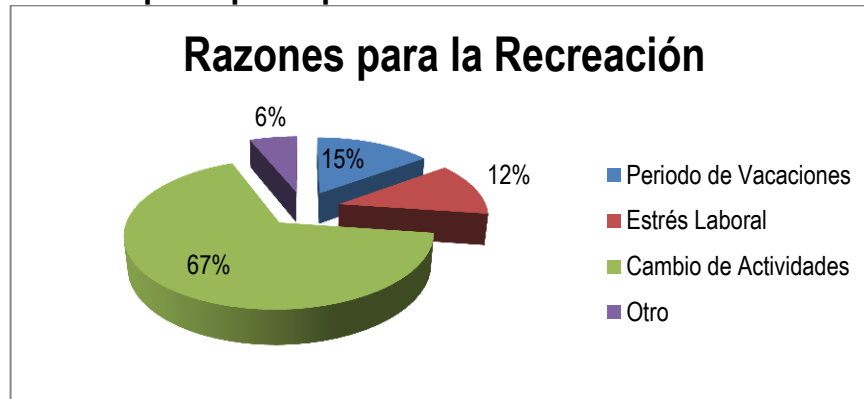
En el tema de la recreación existe variedad en la periodicidad, se resalta el 43% de los hogares visitan mensualmente los sitios de recreación y el 21% de forma trimestral. Esta información es importante, porque al calcular el promedio ponderado en numero de veces al año, se estimó que los hogares visitan 4.89 veces al año este tipo de servicio, dato que se toma para el calculo de la demanda potencial.

- ✓ **Pregunta 3. ¿Cuáles son los motivos para realizar las actividades de recreación?**

Tabla 5. Motivos principales para realizar actividades de recreación

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Periodo de vacaciones	53	15%
Estrés laboral	44	12%
Cambio de actividades	245	67%
Otro	22	6%
TOTAL	364	100%

Gráfico 5. Motivos principales para realizar actividades de recreación



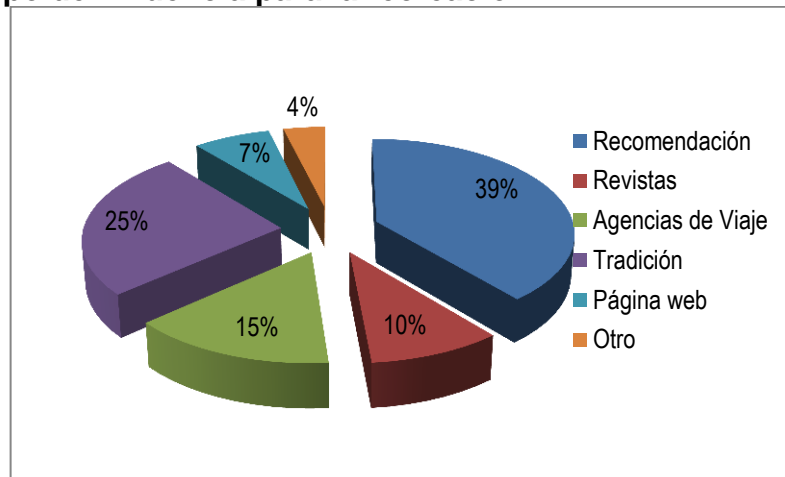
Se observa que el 67% de los hogares encuestados, sostienen que las razones que los mismos tienen para llevar a cabo las actividades de recreación, obedecen, al cambio de actividades, la tendencia es que a las personas les gusta la variedad y quieren eliminar de su vida los comportamientos rutinarios que pueden generar estrés. También se deduce que buscan nuevas alternativas de diversión y la opción que mejor se adapta a sus gustos, es cambiar el ambiente de ciudad por otros tipos de ambientes, alrededor de un cuerpo de agua, al aire libre en comunión con la naturaleza. Lo anterior le aporta al proyecto, información sobre las expectativas y necesidades de los clientes, para el diseño de paquetes a la medida o de acuerdo con nuevas alternativas en recreación. Un motivo importante que fue calificado con el 15% es el periodo de vacaciones, siendo fechas especiales en el cronograma de actividades.

✓ **Pregunta 4. ¿Qué influye a la hora de tomar la decisión de realizar actividades de recreación?**

Tabla 6. Tipo de influencia al tomar una decisión de recreación

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Recomendación	142	39%
Revistas	35	10%
Agencias de Viaje	54	15%
Tradición	93	25%
Página web	26	7%
Otro	14	4%
TOTAL	364	100%

Gráfico 6. Tipo de influencia para la recreación



Se entiende por este resultado estadístico, el 39% de los hogares realizan actividades de recreación a partir de las recomendaciones que le hacen otras personas, el 15% lo hace a través de agencias de viaje y el 25% por tradición familiar. Se resalta el componente de recomendación y de tradición, los cuales suman un 64%, lo que permite determinar que la mejor alternativa es atender adecuadamente a los clientes, la publicidad voz a voz, es decir, un cliente satisfecho atrae más clientes, por eso el servicio en la empresa de recreación contará con las personas más calificada en el servicio al cliente.

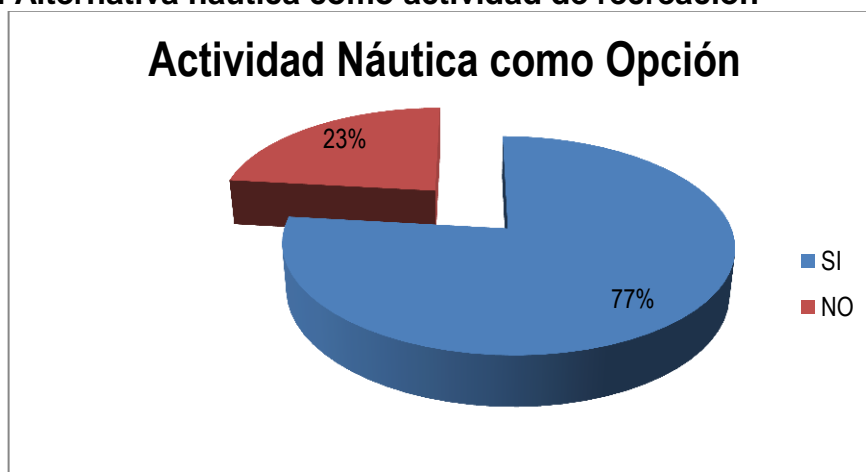
Esta estadística se debe tener en cuenta para el desarrollo del proyecto. El diseño del programa publicitario debe incorporar elementos en la aplicación de encuesta de satisfacción que permita medir el nivel de satisfacción entre los clientes.

- ✓ **Pregunta 5. Dentro de las alternativas que contempla para las actividades de recreación, incluye actividades náuticas.**

Tabla 7. Alternativa náutica como actividad de recreación

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	281	77%
NO	83	23%
TOTAL	364	100%

Gráfico 7. Alternativa náutica como actividad de recreación



El 77% de los hogares encuestados, sostienen que dentro de las actividades de recreación incluyen el componente náutico, esto demuestra, que en la ciudad las personas buscan los cuerpos de agua para recrearse, se debe quizás, a la tradición de los famosos sancochos de olla al aire libre que es muy común en la región, acompañados del baño en ciénagas, quebradas o riachuelos.

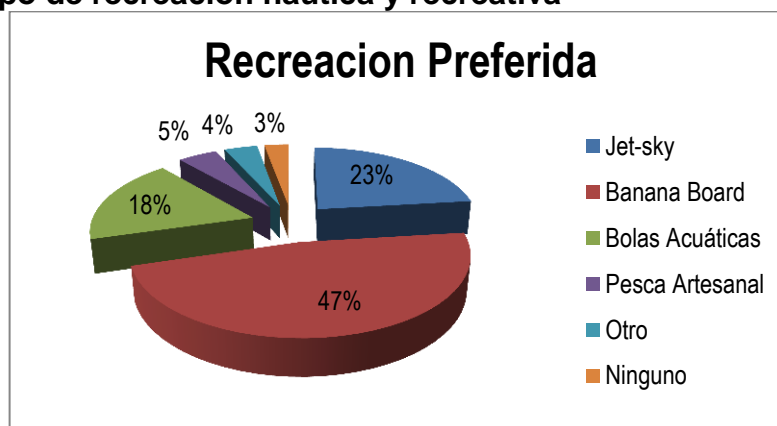
Este dato demuestra, que las personas proyectan recrearse en sitios que les proporcione este tipo de recreación, los cuales pueden ser potencializados por el proyecto en el futuro.

✓ **Pregunta 6. ¿Qué tipo de deporte náutico y recreativo practicaría?**

Tabla 8. Tipo de recreación náutica y recreativa.

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Jet-sky	65	23%
Banana Board	133	47%
Bolas Acuáticas	51	18%
Pesca Artesanal	13	5%
Otro	11	4%
Ninguno	8	3%
TOTAL	281	100%

Gráfico 8. Tipo de recreación náutica y recreativa



El 47% de los hogares encuestados, prefiere como objeto de recreación náutica la Banana Board y el 23% prefiere el Jet-sky, este último es la moto acuática. Este dato estadístico demuestra que para estos dos tipos de recreación se requiere de bote fuera de borda con motor Jhonson para agua y la tradicional motoacuatica; se resalta también las bolas acuáticas, con un 18% de participación, la pesca artesanal con el 5% entre las preferencias por las familias.

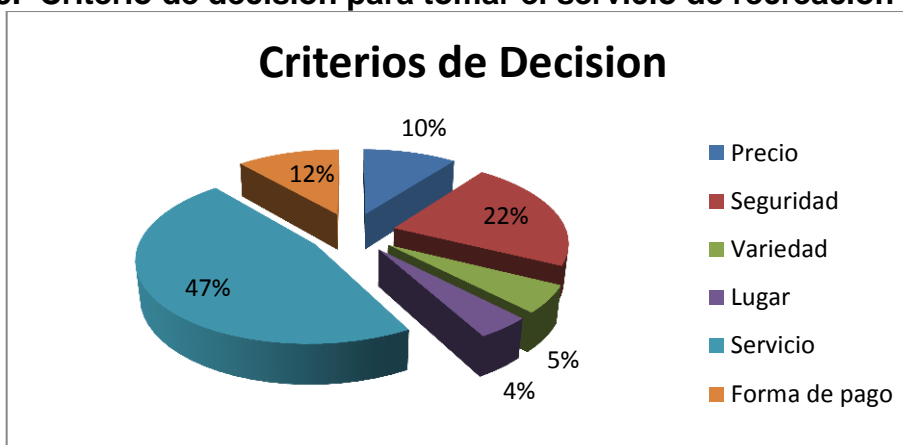
El 4% de las personas encuestadas respondieron sobre otro tipos de preferencias, como el ciclo montañismo, el ecoturismo, el paseo en tren y los paseos de olla, entre otros. Lo anterior indica que las personas tienen expectativas y necesidades variadas en el tema de la reacción, lo cual son elementos fundamentales al momento de diseñar los paquetes de la empresa.

- ✓ **Pregunta 7. ¿Cuál de los siguientes criterios considera usted determinante a la hora de acudir a una empresa que preste servicios recreativos?**

Tabla 9. Criterio de decisión para tomar el servicio de recreación náutica

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Precio	29	10%
Seguridad	62	22%
Variedad	15	5%
Lugar	12	4%
Servicio	131	47%
Forma de pago	32	12%
TOTAL	281	100%

Gráfico 9. Criterio de decisión para tomar el servicio de recreación náutica



Se observa que el 47% de los hogares encuestados manifiesta que la característica más importante es el servicio y el 22% que es el componente de seguridad lo que tienen en cuenta a la hora de decidir por la empresa que le preste los servicios de recreación náuticos.

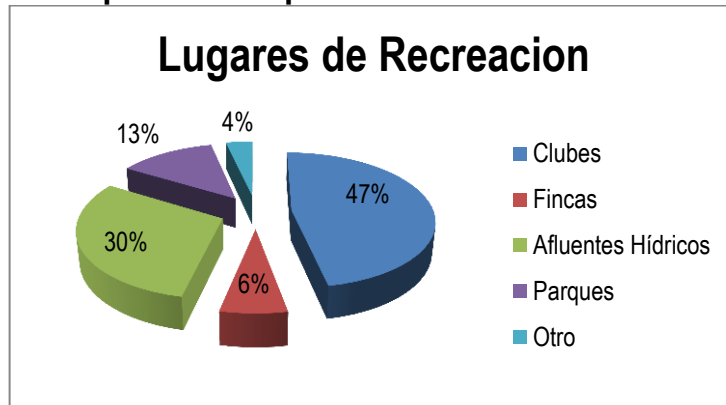
Las personas cuando buscan este tipo de recreación, seleccionan empresas que le brinde de forma integral, un buen servicio, confianza en los componentes de los paquetes, seguridad, los cuales incluye como salvavidas, guías, y personal paramédico. Lo anterior es importante, al momento de definir los paquetes y los componentes que le dan valor agregado al servicio.

Pregunta 8. ¿Lugares de Barrancabermeja prefiere para realizar actividades de recreación?

Tabla 10. Lugares de preferencias para los servicios de recreación

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Clubes	132	47%
Fincas	18	6%
Afluentes Hídricos	85	30%
Parques	36	13%
Otro	10	3%
TOTAL	281	100%

Gráfico 10. Sitios de preferencia para la recreación náutica.



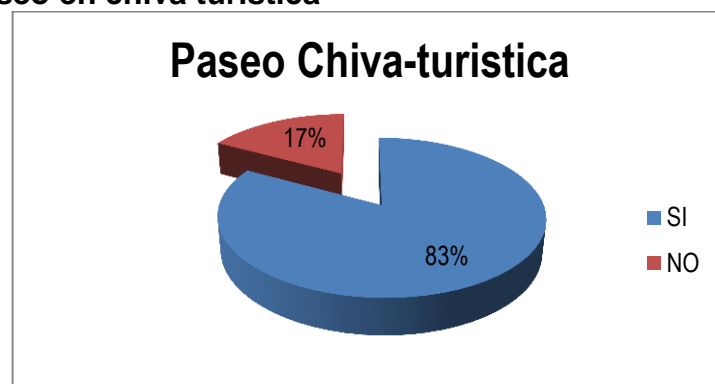
El 47% de los hogares encuestados, sostienen que el mejor lugar para la recreación son los clubes, acompañado del 30% que prefieren los ríos, ciénagas y acuíferos, por eso la empresa de servicios náuticos planea realizar alianzas estratégicas con algunos clubes de la ciudad para atender a los requerimientos de los diferentes clientes.

Pregunta 9. Dentro de un servicio nautico recreativo ¿le gustaria gozar de un paseo por los lugares ecoturísticos en chiva turística?

Tabla 11. Paseo en chiva turística

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	233	83%
NO	48	17%
TOTAL	281	100%

Gráfico 11. Paseo en chiva turística



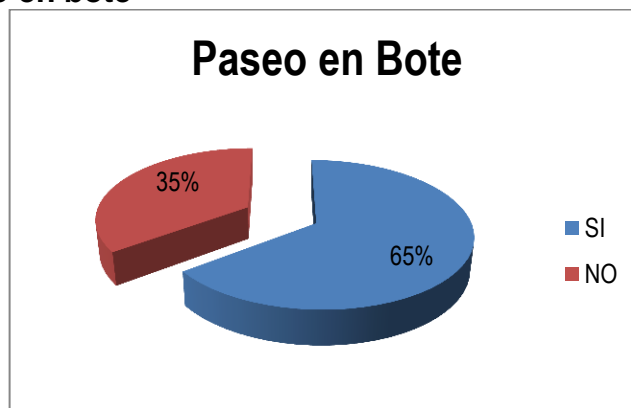
El 83% de las personas encuestadas les gustaria realizar paseo en Chiva Turísticas por la ciudad, esto se debe, a que consideran la mejor forma de conocer los lugares turísticos en medio de la recreacion y gozar de los paisajes, como tambien es una buena de forma de mantener la seguridad por cuanto se realiza en forma grupal.

- ✓ **Pregunta 10. Dentro de un servicio nautico recreativo ¿Le gustaria gozar de un paseo por la cienaga san Silvestre en Bote?**

Tabla 12. Paseo en bote

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	182	65%
NO	99	35%
TOTAL	281	100%

Gráfico 12. Paseo en bote



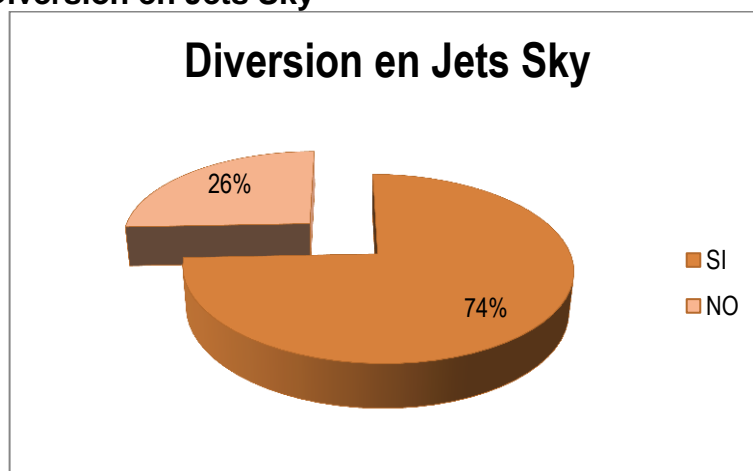
Se observa que el 65% de las personas encuestadas le gusta el paseo en bote, lo cual es en porcentaje aceptable, esto se debe a la belleza y el paisaje de los espejos de agua y la diversidad en flora y fauna encontrada a su paso, por lo tanto, es importante al diseñar los planes, incorporar este tipo de actividad.

Pregunta 11. Dentro de un servicio nautico recreativo le gustaria gozar de un paseo por la cienaga San Silvestre en Jets Sky?

Tabla 13. Diversión en Jets Sky

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	209	74%
NO	72	26%
TOTAL	281	100%

Gráfico 13. Diversión en Jets Sky



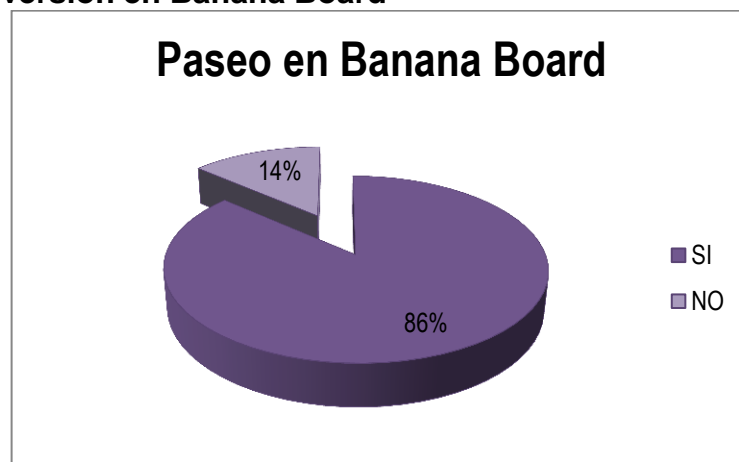
El 74% de las personas encuestadas, sostiene que les gusta el paseo en Jets Sky, las cuales son una buena alternativa para la recreacion, por su seguridad, facil manejo y agrado de las personas que buscar pasear en el cuerpo de agua de una manera tranquila y ejercitando sus cuerpos.

Pregunta 12. Dentro de un servicio nautico recreativo le gustaria gozar de un paseo por la cienaga San Silvestre en Banana Board?

Tabla 14. Diversión en Banana Board

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	243	87%
NO	38	14%
TOTAL	281	100%

Gráfico 14. Diversión en Banana Board



Se tiene que el 86% de las personas encuestadas les gusta la diversion usando el equipo de Banana Board, la cual es una herramienta optima de recreacion, con la facilidad que tiene de transporte a varias personas en un solo viaje, tambien por la seguridad que sienten las personas al ir acompañadas durante la travesia.

- ✓ **Pregunta 13. Dentro de un servicio nautico recreativo ¿le gustaria gozar de un paseo por la cienaga San Silvestre en Esferas Acuaticas?**

Tabla 15. Diversion en esferas acuáticas

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	239	85%
NO	42	15%
TOTAL	281	100%

Gráfico 15. Diversion en esferas acuáticas



El 85% de las personas encuestadas manifiestan la intencion de divertirse con esferas acuaticas, lo novedoso de la atraccion radica en que el individuo puede entrar dentro de la esfera y caminar en ella sobre el agua sin la preocupaci3n de hundirse, lo cual es un atractivo por la experiencia que viven las personas y adem1s de la seguridad del equipo.

✓ **Pregunta 14. ¿De sus ingresos cuanto destina para su recreación mensualmente?**

Tabla 16. Montos destinados para la recreación

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE	MEDIA	PROMEDIO PONDERADO
100.000-149.000	32	11%	124.500	13.695
150.000-199.000	59	32%	174.500	55.840
200.000-249.000	145	52%	224.500	116.740
Más de 250.000	45	5%	250.000	12.500
TOTAL	281	100%		198.775

Gráfico 16. Monto destinado a invertir mensualmente en Recreación



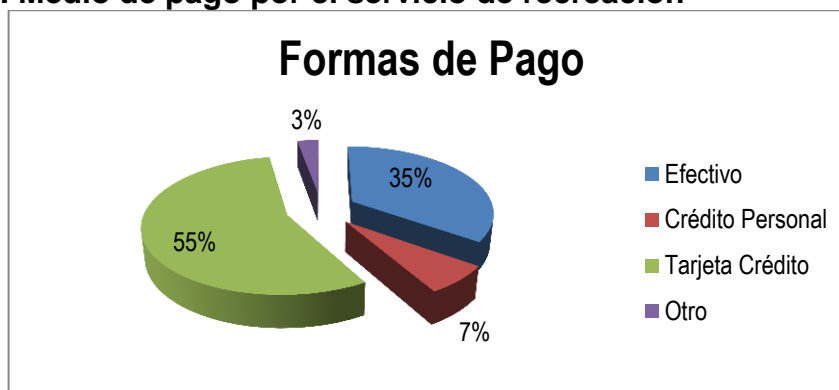
Se observa que el 52% de los hogares encuestados invierten entre \$200.000 y \$250.000 pesos mensuales de sus ingresos en actividades de recreación, lo cual es un monto importante si se quiere plasmar la idea de negocio, por cuanto garantiza la sostenibilidad de la futura empresa. Se resalta que el 21% de los hogares encuestados, manifiesta que su rango de inversión en recreación es de \$150.000 a \$189.000, luego entonces, se concluye que el precio promedio para estas actividades es de \$198.775.

- ✓ **Pregunta 15. ¿Cuál es la forma de pago al utilizar los servicios en las actividades recreativas?**

Tabla 17. Medio de pago por el servicio de recreación

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Efectivo	124	34%
Crédito Personal	32	9%
Tarjeta Crédito	203	56%
Otro	5	1%
TOTAL	364	100%

Gráfico 17. Medio de pago por el servicio de recreación



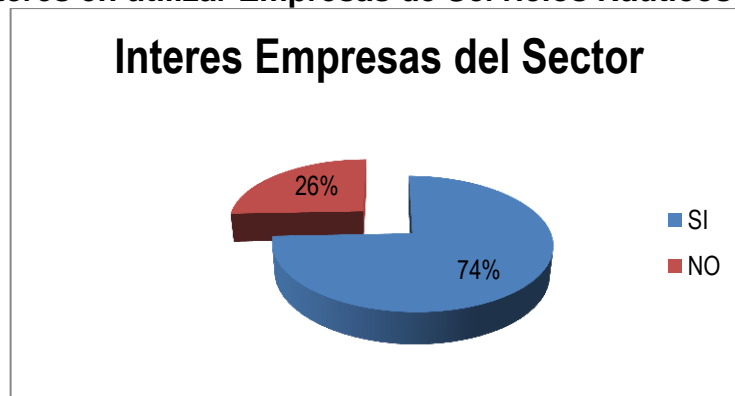
Los hogares encuestados prefieren como medio de pago el dinero en efectivo con el 35% y la tarjeta crédito con el 55%. Esto demuestra que las personas le dan más uso al dinero plástico, básicamente la economía y el comercio promueven el uso más continuo de las tarjetas, seguido de los que se inclinan por el dinero en efectivo, por eso la empresa de servicios náuticos promoverá el pago de servicios de recreación en efectivo y tarjeta de crédito.

- ✓ **Pregunta 16. ¿Si existiera una empresa prestadora de servicios náuticos y recreativos en la ciudad de Barrancabermeja, estaría interesado en utilizar sus servicios?**

Tabla 18. Interés en utilizar los servicios de una empresa prestadora de servicios recreativos náuticos

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	209	74%
NO	72	26%
TOTAL	281	100%

Gráfico 18. Interés en utilizar Empresas de Servicios Náuticos Recreativos.



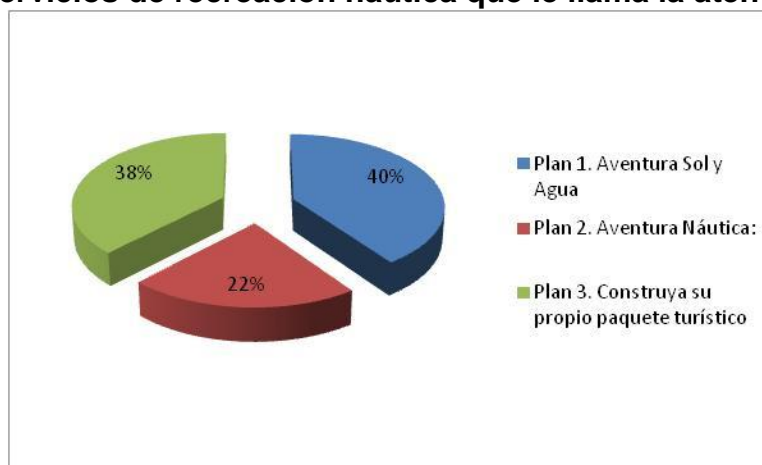
El 72% de los hogares encuestados determina que si existiera una empresa prestadora de servicios náuticos y recreativos en la ciudad de Barrancabermeja, estaría interesado en utilizar sus servicios, cual es una oportunidad para llevar a cabo el proyecto por cuanto se tiene en la ciudad el ánimo y la necesidad de los servicios recreativos náuticos.

- ✓ **Pregunta 17. De esta nueva alternativa empresarial del servicio nautico ¿Cuál de los siguientes servicios le llama la atención?**

Tabla 19. Servicios de recreación náutica que le llama la atención.

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
<i>Plan 1. Aventura Sol y Agua:</i> Duración: Un día de recorrido. Chiva turística, préstamo de bicicletas o jet sky, sky náutico, Banana board o el smirke	84	40%
<i>Plan 2. Aventura Náutica:</i> Duración: Cuatro horas. préstamo de bicicletas o jet-sky, Banana board o el smirke (deslizador inflable en forma de banana)	46	22%
<i>Plan 3. Construya su propio paquete turístico:</i> Alimentación, transporte, Jet-sky, Banana board, smirke, actividades grupales, pesca artesanal, guianza turística.	79	38%
TOTAL	209	1005

Gráfica 19. Servicios de recreación náutica que le llama la atención



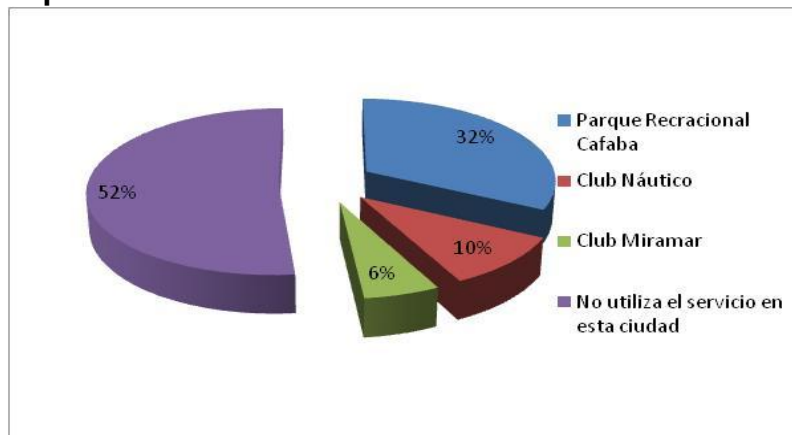
De las personas interesadas en esta iniciativa empresarial, tiene preferencias por los servicios así; Plan I Aventura Sol y Agua el 40%, Plan II Aventura Nautica el 22% y el Plan 3 construya su propio programa el 38%. Esta información es base, pues se evidencia el nivel de aceptación por servicio a ofrecer y estos datos se utilizarán en el calculo de la demanda potencial.

- ✓ **Pregunta 18.** Cuando utiliza los servicios náutico en Barrancabermeja ¿Dónde solicita los servicios?

Tabla 20. Empresas donde solicitan los servicios náuticos.

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Parque Recreacional Cafaba	68	33%
Club Náutico	21	10%
Club Miramar	12	6%
No utiliza el servicio en esta ciudad	108	52%
TOTAL	209	100%

Gráfico 20. Empresas donde solicitan los servicios náuticos.



De las personas interesadas en esta iniciativa empresarial, utilizan los servicios recreativos náuticos en: el 33% en el Parque Recreacional de Cafaba, el 10% en el Club Nautico, el 6% en el Club Miramar y el 52% no utilizan el servicio en la ciudad de Barrancabermeja. Esta información es base para el estudio de la competencia.

2.4.3 Estimación de la demanda. Se tiene estimado utilizar la siguiente formula, con el fin de calcular la demanda del servicio náuticos:

$$DP = P * \% C * X * F:$$

DP: es la demanda potencial

P : Número de hogares de los estratos 3, 4 y 5 (15.001). Se distribuye el número de hogares de acuerdo a las preferencias de los planes detallados según la tabla No. 19

C : Porcentaje (%) de hogares que realizan actividades de recreación 97% (Ver tabla 3), Hogares que incluyen las actividades náuticas dentro de la recreación el 77% (Ver Tabla 7), Hogares con intereses en esta iniciativa empresarial 74% (Ver tabla 18),

X : la cantidad promedio de compra al año: 4.89 veces (Ver Tabla 4)

F : la frecuencia promedio de compra al año (1)

Tabla 21. Hogares con alternativa de recreación náutica.

SERVICIOS	Total hogares distribuidos por servicio (Tabla 19)	Hogares con alternativa del servicio recreación (97%) Ver tabla 3	Hogares con alternativa del servicio recreación náutico (77%) Ver tabla 7
Plan 1. Aventura Sol y Agua	6.000	5.820	4.482
Plan 2. Aventura Náutica:	3.300	3.201	2.465
Plan 3. Construya su propio paquete turístico	5,700	5.529	4.258
TOTAL	15.001	14.551	11.204

Tabla 22. Cantidad de servicios de recreación náuticos demandados al año.

SERVICIOS	Hogares con alternativa del servicio recreación náutico (77%) Ver tabla 7	Hogares con alternativas de esta iniciativa empresarial (74%) (Ver tabla 18)	cantidad promedio año Tabla 4	Cantidad de servicios demandados al año
Plan 1. Aventura Sol y Agua	4.482	3.316	4.89	16.216
Plan 2. Aventura Náutica:	2.465	1.824	4.89	8.919
Plan 3. Construya su propio paquete turístico	4.258	3.151	4.89	15.405
TOTAL	11.204	8.291		40.540

2.4.4 Proyección de la demanda. Esta idea de negocios, para la proyección de su demanda, la cual se incrementa en la medida que crece el número de personas por hogar, por lo tanto se utilizará la fórmula de crecimiento demográfico o índice

demográfico, el cual está en el 1% para la región en los próximos 7 años, dato suministrado por los registros estadísticos del SISBEN- DANE. La proyección se realiza a cinco años que es el horizonte del proyecto.

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

F = Demanda proyectada

P = Demanda actual = 40.540 servicios al año

i = Indicador demográfico DANE= 1.0% = 0.01

n = Número de periodos = 5

1 = Constante = 1

Tabla 23. Proyección de la demanda.

FACTOR		(1.01) ¹	(1.01) ²	(1.01) ³	(1.01) ⁴	(1.01) ⁵
		(1.01)	(1.0201)	(1.030301)	(1.04060401)	(1.05101005)
DESCRIPCIÓN	ACTUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Plan 1. Aventura Sol y Agua	16.216	16.378	16.707	17.213	17.912	18.826
Plan 2. Aventura Náutica:	8.919	9.008	9.189	9.467	9.852	10.354
Plan 3. Construya su propio paquete turístico	15.405	15.559	15.872	16.353	17.017	17.885
TOTAL	40.540	40.945	41.768	43.034	44.781	47.065

2.5 LA OFERTA O COMPETENCIA

2.5.1 Necesidades de información. A continuación se requiere la siguiente información:

- ✓ Número de empresas prestadora del servicio de recreación náutica, identificadno los paquetes o planes.
- ✓ Características de los servicios, es decir los componentes en cada uno de los paquetes, con relación al tipo de recreación, alimentación, hidratación, utilización de equipos acuaticos.
- ✓ Canales de comunicación utilizados para atender a su mercado, utilización de la fuerza de venta de la empresa o de terceros.
- ✓ Precio promedio de los servicios que ofrecen.
- ✓ Medios publicitarios y de promoción, utilizados por la competencia con el fin de comunicar al mercado potencial.

2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia. A nivel regional, se tiene la repesa del proyecto Hidrosogamoso, las líneas turísticas empezaron planearse en la región ante la entrada en funcionamiento de la mega obra, con lo relacionado a servicio náuticos.

Las líneas turísticas giran alrededor de la pesca, gastronomía, religiosidad, cultivos tradiciones, y vías férreas antiguas entre otras, pero todavía las autoridades municipales e ISAGEN no han permitido la explotación turística del embalse, sin embargo la idea es tener como eje articulador al embalse. ISAGEN propone construir embarcaderos en diferentes puntos, miradores, parqueaderos, entre otras obras, para lo cual se están diseñando proyectos de inversión para fomentar la recreación náutica.²²

Se pudo determinar que en la ciudad de Barrancabermeja se encuentran ocho empresas que prestan los servicios de recreación y turismo, las cuales están ubicadas en la zona céntrica de la ciudad, en promedio tienen más de diez años de experiencia, dedicados a la promoción del turismo.

La oferta de servicios, se analiza desde la presencia de empresas que ofrezcan la actividad analizada; de las cuales se tiene la siguiente información:

Cuadro 3. Situación de la competencia

EMPRESA	DIRECCIÓN	SERVICIO	TIEMPO	SERVICIO SOLICITADO	MAS	CORREO
Uff. Travel S.A.S.	Cra 9 No. 72-81	Turismo Web.	8 años	Turismo Familiar		www.ufftravelsas.com
Gamatours	Clle 49 No. 17-68	Servicios Turísticos Nacionales	16 años	Turismo Costa y Eje Cafetero		aviaturgamatours@gmail.com
Cajasan	Clle 58ª No. 19ª-57 Galán	Recreación y Turismo	23 años	Recreación		www.cajasan.com
Comfenalco	Cra. 19 No. 52-01	Turismo y Recreación	19 años	Recreación		www.confencosantander.com.co
Turismo Internacional del Oriente SAS	Cra. 19 No. 50-37	Turismo	19 años	Viajes Turísticos Nacionales		www.overturismo.com
Viajes Tours	Cra. 16 No. 47-23 Ofic. 101	Turismo	12 años	Paseo a la Costa y Viajes Nacionales		6020639 311-8104622

²²Entrevista Gerente general de Isagén, Luis Fernando Rico, www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13284257, consultado Abril 24-15

Cuadro 3. (Continuación)

EMPRESA	DIRECCIÓN	SERVICIO	TIEMPO	SERVICIO SOLICITADO	MAS	CORREO
Mundo Tropical	Clle 49 No. 20-18	Turismo por Tours Nacional	4 años	Tours Nacional	-Costa	6220592
Proyecto Tours	Clle 49 No. 23-05	Tours Nacionales e Internacionales	20 años	Tours Nacionales		6229209

De acuerdo a la investigación, a las empresas de turismo y recreación, no les interesa prestar servicios de recreación locales, su objeto social, está encaminado a ofertar planes turísticos a grupos de personas que deseen salir de la ciudad a conocer sitios de atracción turística del orden departamental, nacional e internacional. Las empresas que más frecuentan en la prestación de los servicios turísticos son Gamatours y Proyecto Tours, que son las de más antigüedad en el mercado y mayor confiabilidad.

Las empresas de turismo y recreación que existen en la ciudad, se orientan específicamente a ofrecer paquetes turísticos de tipo nacional e internacional, en algunos casos, a nivel departamental, en sitios como el parque del Cañón del Chicamocha, pero a nivel local, tiene poco interés en ofrecer servicios de recreación náuticos a los habitantes de la ciudad, aunque se encuentran tres empresas que prestan un tipo de recreación náutica, las cuales son: Parque Recreacional Cafaba, Club Nautico y Club Miramar.

Cuadro 4. Análisis competencia.

EMPRESA	PRECIOS	CALIDAD	PERIODOCIDAD	CARACTERISTICAS
Parque Recreacional Cafaba	\$25.000 la hora De alquiler de equipos	Regular, equipos obsoletos, dañados, sin sistema de seguridad	Fines de Semana	Bicicletas acuáticas
Club Náutico	\$325.000	Buena	Fines de Semana	Deporte Ski Náutico, sin medidas de seguridad. Solo socios.
Club Miramar	\$452.000	Excelente	Fines de Semana	Paseo en Bote fuera de borda, con seguridad, solo socios.

2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.

A continuación se calcula la demanda insatisfecha, calculados con los datos de la investigación de mercado, donde se especifica que el 52% de los hogares no utilizan el servicio de recreación náutica, es decir es un mercado atendido en otras ciudades del país.

Tabla 24. Demanda insatisfecha.

SERVICIOS	DEMANDA POTENCIAL	Hogares que utilizan los servicios náuticos en otras ciudades (52%)	DEMANDA INSATIFECHA
Plan 1. Aventura Sol y Agua	16,216	7,784	8,432
Plan 2. Aventura Náutica:	8,919	4,281	4,638
Plan 3. Construya su propio paquete turístico	15,405	7,394	8,011
TOTAL	40,540	19,459	21,081

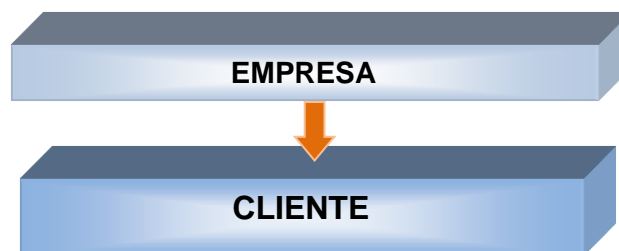
En la investigación de mercado, se pudo detectar que existe una demanda potencial, en el servicio de recreación náutica (ver tabla 21 calculo de la demanda del servicio). Para el calculo de la demanda insatifecha se tiene en cuenta la oferta ofrecida en otras ciudades, por lo tanto la empresa entra a conquistar el mercado no atendido y el cual se desplaza a otras localidades, siendo una gran oportunidad de negocios.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.7.1 Estructura de los canales actuales. El canal de comercialización es directo, por cuanto se prestará directamente el servicio de recreación náutico a los hogares de la región. Se puede utilizar el canal indirecto mediante la intermediación de empresas de turismo regionales y nacionales, las cuales pueden comercializar dentro de sus paquetes turísticos los servicios ofertados por la empresa.

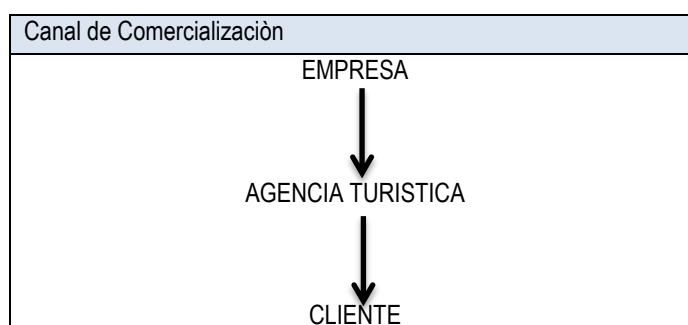
2.7.2 Ventajas y desventajas del canal actual. El canal de distribución directa del servicio no presenta desventajas, antes por el contrario presenta ventajas como reconocimiento comercial, alta participación poblacional y deseo de ofertar el servicio de recreación náutica en forma que permita competir con grandes empresas de este sector.

Figura 2. Canal de comercialización seleccionado



El canal de distribución indirecto se basa en la venta de los servicios náuticos utilizando agencias de turismo regionales y locales que oferten servicios turísticos y que dentro de sus planes incluyan los servicios náuticos recreativos, los cuales también puede ser implementados en esta iniciativa empresarial.

Figura 3. Canal de comercialización indirecto



2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios. Los precios que se ofertan en el mercado por parte de las empresas del sector turismo en la ciudad de Barrancabermeja para el servicio recreativo náutico, son los siguientes:

Cuadro 5. Precio de empresas de turismo.

EMPRESA	Precio Promedio Paquete
Uff. Travel S.A.S	325.000
GAMATOURS	289.000
CAJASAN	No ofrece
COMFENALCO SANTANDER	No ofrece
TURISMO INTERNACIONAL DEL ORIENTE S.A.S.	No ofrece
VIAJES TOURS	No ofrece
MUNDO TROPICAL	290.000
PROYECTO TOURS	No ofrece

2.8.2 Estrategias de fijación de precios. La estrategia de precios es un marco de fijación de precios básico a largo plazo que establece el precio inicial para el servicio de recreación náutica y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del servicio. La estrategia de precios es un conjunto de principios, rutas, directrices y límites fundamentales para la fijación de precios inicial y a lo largo del ciclo de vida del servicio, con lo cual, se pretende lograr los objetivos que se persiguen con el precio, al mismo tiempo que se mantiene como parte de la estrategia de posicionamiento general.

La estrategia de fijación de precios, tendrá como base el costo de la prestación del servicio, la articulación con proveedores que suministren los componentes de cada uno de los servicios, personal recreacionistas, alquiler de salones, piscina, finca, sumado a lo anterior, los costos indirectos, gastos de ventas y administración, permitiendo a la empresa estimar un porcentaje de su aspiración como ganancias y que a la vez sea sostenible en el mercado. Los anteriores cálculos se presentan en el estudio financiero.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.9.1 Objetivos.

- Diseñar un programa de lanzamiento de la Empresa de Servicios Recreativos Náuticos al mercado y establecer una pauta publicitaria de mantenimiento de imagen en el medio.
- Comunicar a la comunidad del municipio de Basrrancabermeja de esta iniciativa empresarial, con un servicio novedoso en el servicio náutico, lo cual garantiza un servicio local con elementos culturales propios de la zona.

2.9.2 Logotipo.

Figura 4. Logotipo de la empresa



El logotipo de la empresa representa una figura de una embarcación, con el color azul del agua, lo cual significa armonía con el medio ambiente, relajados y tranquilidad.

2.9.3 Slogan. Las personas requieren de servicios donde se integra la naturaleza, el agua y el aire puro, los cuales buscan empresas que ofrezcan seguridad.

“UN SERVICIO náutico RECREATIVO CON CALIDAD Y EFICIENCIA”

2.9.4 Análisis de medios. En la ciudad de Barrancabermeja se disponen de todos los medios de comunicación, a exponer:

- ✓ Página Web: es un documento electrónico adaptado para la Word Wide Web que generalmente forma parte de un sitio web. Su principal característica son los hipervínculos de una página, por lo general las empresas de servicios recreativos utilizan este medio para promover sus servicios.²³
- ✓ Portafolio de Servicios: es un documento en el cual se contempla la información básica y precisa de la empresa, en el cual se incluye: breve reseña histórica de la empresa, visión, misión, objetivos de la empresa, servicios, garantías, proveedores, respaldos, clientes de la empresa y los datos de contacto como correo electrónico, dirección, teléfono, esta información debe ser breve pero concisa de tal manera que en pocas palabras el cliente o prospecto la tenga en cuenta y le sea atractiva la propuesta que se pretende proyectar, por lo tanto

²³ es.wikipedia.org/wiki Una página web es un documento electrónico adaptado para la World Wide Web que generalmente forma parte de un sitio web. Su principal característica son los

es indispensable que la imagen corporativa sea presentable y llamativa sin faltar a los recursos protocolarios que la gestión amerita.²⁴

- ✓ Tarjetas de presentación. Una vez entrada en operación la empresa u organización, la gerencia estudia la posibilidad de utilizar esta herramienta que se dirige de a aquellos clientes que utilizarán de forma constante, esporádica o casual estos servicios. Es una referencia más directa, más incidente, más efectiva.

En conclusión se resalta que los medios de comunicación son fuente alternativa, para el caso de la población de Barrancabermeja, priman los medios radiales, impresos y teledifundidos, para obtener la información con la cual afrontar la vida diaria y tomar decisiones que afectan a la comunidad²⁵.

2.9.5 Selección de medios. Teniendo en cuenta la población a quien va dirigida la presente investigación, los medios que más se adaptan al servicio son:

- ✓ Página Web: es un documento electrónico adaptado para la Word Wide Web que generalmente forma parte de un sitio web.
- ✓ Alianzas estratégicas para descuentos en las entradas a los diferentes servicios que ofertará la empresa de servicios náuticos a los clientes de las empresas distribuidoras de elementos deportivos tales como, trajes de baño, pantalonetas de baño, zapatos acuáticos y trajes acuáticos.
- ✓ Portafolio de Servicios: es un documento en el cual se contempla la información básica y precisa de nuestra empresa.
- ✓ Volantes. Es una alternativa que le permite a la comunidad una información rápida y oportuna del servicio.
- ✓ Tarjetas de presentación. En cantidades mayores, resulta económico hacerlos y ayuda a que los posibles clientes potenciales tengan una referencia de la organización.

2.9.6 Estrategias Publicitarias. Se crea una página web donde el público en general pueda visitar para ir posicionando el servicio, comercializarlo e ir interactuando con los clientes, dado que ellos pueden escoger según las características del servicio y el tipo de recreación sin incurrir en costos adicionales ya que no encontraran intermediarios en su compra.

²⁴ es.answers.yahoo.com 21 Ene 2009... ¿Qué es un portafolio de servicios? (concepto concreto)? ... la propuesta que la empresa desea proyectar.

²⁵MELO, Jorge Armando. Medios masivos de comunicación. Bogotá. Editorial Norma. 1986. p. 74

Construir un catálogo que sirva como carta de presentación y de esta manera llegar más fácilmente al segmento del mercado donde se permita distribuir la información. También es una oportunidad para comenzar a vincular cibernautas que quieran trabajar y nos ayuden a promocionar y posicionar el servicio y de esta forma puedan ganar un dinero para su sustento.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.

2.9.7.1 De lanzamiento.

Cuadro 6. Presupuesto de lanzamiento

NOMBRE DEL MEDIO	COSTO TOTAL
Pagina web	2.150.000
Plegables	224.000
Evento lanzamiento	1.000.000
Tarjetas	120.000
Cuñas	250.000
TOTAL	\$7.488.000

2.9.7.2 De operación: En tiempos de la mercadotecnia, históricamente las empresas sólo hacían esfuerzos limitados para medir la satisfacción del cliente con el servicio. Muchas de las grandes compañías fallaban en satisfacer las expectativas del cliente especialmente con el servicio. Poco a poco se empezó a tomar en cuenta el servicio post venta, lo que permitió satisfacer en mayor grado las necesidades de los clientes.

La estrategia es crear una cultura de atención al cliente para satisfacer sus necesidades, lo cual se puede lograr mediante una comunicación más efectiva con los clientes. El servicio al cliente ha adquirido desde hace algunos años una significancia importante dentro del campo de la mercadotecnia. Se puede considerar en realidad que el servicio o la atención al cliente, es el punto de partida para las estrategias comerciales.

Por tal razón, el personal debe atender a los clientes especialmente con excelentes relaciones interpersonales, el respeto, el ofrecimiento de ayuda al cliente, el arte de hablar, escuchar y otras; quienes se convertirán junto con las otras herramientas de comunicación tales como el correo electrónico, el chat, el uso del teléfono, la voz, el lenguaje corporal, de acuerdo con las decisiones que la organización adopte.

Cuadro 7. Presupuesto de publicidad de operación y mantenimiento

NOMBRE DEL MEDIO	DURACIÓN CAMPAÑA	FRECUENCIA COMERCIAL	DURACIÓN COMERCIAL	COSTO TOTAL
Cuñas radiales	4 meses	Dos días antes del fin de semana	Fechas especiales	3.000.000
Mantenimiento página web	Mensual	Diario		3.600.000
Portafolios	4 meses	Diario		900.000
TOTAL				2.924.000

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. Se busca que el tamaño del proyecto sea coherente con el mercado y que se tenga la capacidad de atenderlo, para lo cual se requiere la disposición de los recursos necesarios. Se tiene como punto de partida, el 74% arrojado por el estudio de mercado, (*si existiera una empresa prestadora de servicios náuticos y recreativos en la ciudad de Barrancabermeja, estarían interesados en utilizar sus servicios*) el cual equivale, 11.100 hogares, que en promedio representa 55.500 personas, según dato estadístico del DANE, (*número de personas por hogar, cinco*)²⁶.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto.

3.1.2.1 El tamaño del proyecto y la demanda: Conociendo con claridad el comportamiento del consumidor y del mercado, se ha determinado que las ventas del servicios son constantes y que no están sujetas a ciclo de ventas, ya que las personas en la ciudad se recrean todos los fines de semana, y durante el año existen varios eventos culturales que favorecen el proceso de venta; por lo anterior se encontró una amplia demanda que no limita el tamaño del proyecto.

3.1.2.2 El tamaño del proyecto y los suministros e insumos: Para el presente proyecto se traerá servicios que ofertan otras empresas y asociaciones dedicadas a la labor de transporte, servicios hotelero, restaurantes, ente otros, que se encuentran en la ciudad de Barrancabermeja, en caso tal, que no sea suficiente se buscará alternativas en otros municipios.

En cuanto a la mano de Obra, sin lugar a dudas es una de las condiciones más importantes para la adecuada y correcta prestación del servicio náutico recreativo; para lo cual se dispondrá de personal calificada acorde a las necesidades de la empresa, el cual puede ser contrato con profesionales egresados del SENA localizado en la ciudad.

3.1.2.3 El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos: Para el caso de esta empresa, la tecnología será la adecuada para las circunstancias y realidades del medio en que se desenvolverá, dado que contará con equipos de cómputo acorde

²⁶Datos Estadístico DANE. www.dane.gov.co. Censo Estadístico año 2005. Barrancabermeja.

a las necesidades del mercado, que se ajusten a las exigencias mínimas de calidad que se pretenden tener en este proyecto. Los equipos de cómputo necesarios para este proyecto deben tener una vida útil proyectada por lo menos en los primeros 5 años de funcionamiento. También se requiere conectividad a Internet y el correcto manejo de las Tecnologías de Informática y de la Comunicación (Tics) ya que las mismas son necesarias para comunicarse con los clientes y ofertar el servicio.

3.1.2.4 El tamaño del proyecto y la localización: En la investigación de mercado, se identificó como mercado los hogares de los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5. Por ser un servicio donde se requiere de espacios náuticos, donde los espejos de agua son importante, se realizará un análisis para la ubicación de esta empresa.

3.1.2.3 El tamaño y el financiamiento. El presupuesto necesario para la iniciación y funcionamiento del proyecto se ajusta a las posibilidades de su gestor; otro factor importante son las facilidades para las nuevas empresas constituidas en Barrancabermeja. Todo esto justifica la inversión por su rentabilidad y facilidad para la consecución de los recursos.

3.1.3 Capacidad del proyecto. Este corresponde al máximo nivel posible de comercialización del servicio de recreación náutico por parte de la empresa

3.1.3.1 Capacidad total diseñada. Esta determinada por la cantidad máxima de servicios de recreación náutica o paquetes que se ofrecen, teniendo en cuenta los recursos disponibles en la unidad productiva, principalmente maquinaria, instalaciones físicas y talento humano.

La empresa requiere planificar las actividades de comercialización, articulando los esfuerzos del vendedor para visitar y atender a los clientes de forma personal y virtual y el recreacionista para el diseño de los paquetes. La jornada laboral de trabajo es de 16 horas, por lo tanto, se tiene una disponibilidad de 9.216 horas hombres, como a continuación se relacionan:

Cuadro 8. Disponibilidad de tiempo en horas del personal de ventas en la jornada de 16 horas.

Total Jornada de trabajo en horas	Días promedio hábiles al mes	Meses al año	Número de personas en el área comercial y operativa	Número de horas hombres al año disponible del recurso humano en el tema de mercadeo
16	24	12	2	9.216

En esta idea empresarial el proceso de venta incorpora varias actividades de logísticas, como el contacto permanente con los clients (virtual o presencial), las vistas domiciliarias en los hogares o en el trabajo, con el fin de brindar el protafolio de servicio hasta concretar la venta de los planes. disponibilidad de 9.216 horas, a continuación se determina los clientes a atender, teniendo en cuenta que se dispone de siete horas para la logística.

Cuadro 9 Clientes a atender con la disponibilidad de horas hombres.

Número de horas hombres al año disponible del recurso humano en el tema de mercadeo	Logística en la atención 7 horas	Número de clientes atendidos
9.216	7	1.317

En la tabla 19, se determino los porcentajes de preferencia por cada uno de los servicios, y con esa información se relacionan con el numero de veces al año que las personas están interesadas en acceder a estos servicios. Datos para calcular la capacidad diseñada.

Cuadro 10. Capacidad diseñada

Servicios	No. Clientes atendidos	Número de veces que visitan escenarios recreativos	Número de paquetes turísticos al año (con logística integral)
Plan I Aventura Sol y Agua	527	4.89	2,575
Plan II Aventura Nautica	290	4.89	1,416
Plan III Paquete turistico Personal	500	4.89	2,446
TOTAL	1.317		6.438

3.1.3.2 Capacidad instalada: Es la cantidad de paquetes turísticos náuticos comercializados, teniendo cuenta una jornada de ocho horas, dos personas en el área comercial para atender al os clientes por la pagina web o visitas, 24 días en promedio hábiles al mes, los cuales se pueden observar en el siguientes cuadro.

Cuadro 11. Disponibilidad de tiempo en horas del recurso humano jornada de 8 horas.

Total Jornada de trabajo en horas	Días promedio hábiles al mes	Meses al año	Número de personas en el área comercial y operativa	Número de horas hombres al año disponible del recurso humano en el tema de mercadeo
8	24	12	2	4.608

Cuadro 12. Clientes a atender con la disponibilidad de horas hombres jornada de 8 horas.

Número de horas hombres al año disponible del recurso humano en el tema de mercadeo	Logística en la atención 7 horas	Número de clientes atendidos
4608	7	658

Cuadro 13. Capacidad instalada de los planes turísticos que incluye el proceso de venta.

SEGMENTOS DE MERCADO	No. Clientes atendidos	Número de veces que visitan escenarios recreativos	Número de paquetes turísticos al año (con logística integral)
Plan 1. Aventura Sol y Agua	263	4.89	1,288
Plan 2. Aventura Náutica:	145	4.89	708
Plan 3. Construya su propio paquete turístico	250	4.89	1,223
TOTAL	658		3.219

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada: Corresponde a la fracción de la capacidad instalada que se está empleando.

En la capacidad instalada la empresa puede atender a los clientes y ofrecer 3.219 paquetes náuticos. Se utilizará el 86% de su capacidad instalada. Lo cual le permitirá crecer y atender en el horizonte a cinco años, las ventas proyectadas. A continuación se presenta el porcentaje de la capacidad utilizada en cada uno de los años.

Cuadro 14. Capacidad utilizada y proyectada

CAPACIDAD UTILIZADA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Plan I Aventura Sol y Agua	840	882	926	972	1,021
Plan II Aventura Nautica	600	630	662	695	729
Plan III Paquete turisitico Personal	840	882	926	972	1,021
TOTAL	2,280	2,394	2,514	2,639	2,771
CAPACIDAD INSTALADA	2,768	2,768	2,768	2,768	2,768
PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN	82%	86%	91%	95%	100%

En el cuadro anterior, se puede observar que existe un buen calculo de la capacidad utilizada, se inicia con el 82% en el primer año y en el año quinto un 88%, de esa forma se planifican los recursos de la empresa.

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macro localización. La empresa de Servicios Nauticos Recreativos, se instalará en el Municipio de Barrancabermeja, Departamento de Santander. En la siguiente figura se observa la macro localización.

Figura 5. Mapa del municipio de Barrancabermeja



Fuente. Centro de Estudios Regionales del Magdalena Medio

En este municipio se encuentra ubicada la Ciénaga San Silvestre, la cual tiene unos atractivos turísticos.

Fotografía de la Ciénaga San Silvestre



3.2.2 Micro localización. La empresa Servicios Nauticos Recreativos SAS, ha planificado la ubicación de su oficina administrativa y comercial en el perímetro urbano del municipio de Barrancabermeja, cumpliendo los lineamientos del Plan de Ordenamiento Territorial.

El Plan de Ordenamiento Territorial establece los criterios para el funcionamiento de la empresa, por lo tanto, se requiere la obtención del permiso de uso de suelo otorgado por la Oficina de Planeación Municipal. Para seleccionar de una manera imparcial el sitio ideal dentro de la ciudad, que sea lo más conveniente. Por lo tanto, se recurre a la técnica de selección de ponderación de los factores y puntuación de los factores y grados. Asigna un valor en puntos, considerando la relevancia de cada uno de ellos. Entre los factores que se determinan para la micro localización se pueden tener:

Ubicación de la oficina incluye parqueaderos. Es importante definir que el proceso comercial se debe realizar dentro y por fuera de la empresa. Por lo tanto no se instalará las oficinas debe contar con acceso a parqueaderos.

Costos de arrendamientos. La demanda seleccionada son los estratos 3, 4 y 5, por lo tanto las oficinas deben instalarse en esa zona, cerca donde se encuentra el mercado objetivo..

Disponibilidad y servicios públicos. La empresa se desarrolla principalmente donde se cuenta con suficiente abastecimiento de energía y agua potable. Ninguna empresa podría operar sin agua, a manera de prevención contra incendios, como

insumo insustituible en el aseo, o como insumo básico en las diferentes etapas de la prestación del servicio.

Cuadro 15. Factores de ponderación

Factor	Ponderación conceptual	Asignación de puntos
Ubicación de la oficina, incluye parqueadero	30%	30
Costos de arrendamiento	30%	30
Disponibilidad de servicios públicos	20%	20
Vías de acceso	20%	20
TOTAL	100%	100

Cuadro 16. Grados de ponderación

Grado	Descripción
1	Comprende la alternativa menos beneficiosa para la empresa
2	Lo constituye la alternativa aceptable para la empresa
3	Es la opción que mayor beneficio ofrece para el desarrollo de la empresa

Se procede a realizar la respectiva división y descripción de grados a los factores.
 $K = (\text{Puntaje mayor} - \text{Puntaje menor}) / (n - 1)$

Cuadro 17. División de grados de los factores

Factor	Ponderación
Ubicación de la oficina, incluye parqueadero	$k = \frac{30 - 0}{3 - 1} = 15$
Costos de arrendamiento	$k = \frac{30 - 0}{3 - 1} = 15$
Disponibilidad de servicios públicos	$k = \frac{20 - 0}{3 - 1} = 10$
Vías de acceso	$k = \frac{20 - 0}{3 - 1} = 10$

Cuadro 18. Grados de cada factor

FACTOR	G - 1	G - 2	G - 3
A	0	15	30
B	0	15	30
C	0	10	20
D	0	10	20

Cuadro 19. Total puntos por zonas

	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS
Ubicación de la oficina, incluye parqueadero	2	15	2	15	3	30
Costos de arrendamiento	2	15	2	15	3	30
Disponibilidad de servicios públicos	2	10	2	10	2	10
Vías de acceso	2	10	2	10	3	20
TOTAL		50		50		90

Cuadro 20. Zonas de ubicación

Zona 1: Sector Comercial Calle 49
Zona 2: Parque de la Vida
Zona 3: Zona del Barrio la Floresta.

Tabla 25. Valoración por zonas

Valoraciones	Z/1	Z/2	Z/3
	Punto	Punto	Punto
Ubicación de la oficina, incluye parqueadero	20	20	10
Costos de arrendamiento	10	5	20
Disponibilidad de servicios públicos	20	20	5
Vías de acceso	10	10	5
Ubicación de la oficina, incluye parqueadero	20	20	20
TOTAL	80	75	60

La zona 1, ubicada en el sector comercial por la calle 49, obtuvo el mayor puntaje ponderado, por lo cual se recomienda este punto para la consecución de un local para las oficinas de la empresa.

Esta zona se caracteriza por tener la mayor afluencia de personas durante el día, en ella se ha concentrado una gran mayoría de los establecimientos comerciales de todos los sectores económicos y las oficinas de las entidades públicas, tiene excelentes servicios públicos, sus vías están pavimentadas, de fácil acceso, lo cual se prevee la ubicación del mercado objetivos que son las personas de estratos 3, 4 y 5.

Entre las desventajas que se pueden apreciar, se encuentra el alto costo de los arriendos, lo que disminuye las utilidades que pueda generar el proyecto en su primer año de inicio.



Otra desventaja es el alto costo de la energía eléctrica, ya que en esta zona la facturación de la energía es alta por ser sector comercial y no residencial lo que encarece los gastos de funcionamiento.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO




3.3.1 Ficha técnica del servicio. A continuación se observa las características de los servicios de la empresa Servicios Nauticos Recreativos en el municipio de Barrancabermeja, para los servicios:

- ✓ Plan I Aventura Sol y Agua
- ✓ Plan II Aventura Nautica
- ✓ Plan III Paquete turisitico Personal




Cuadro 21. Plan I Aventura Sol y Agua

SERVICIO: Aventura Sol y Agua	Características Técnicas
Duración	8 horas
Transporte	Chiva Turística, Colores y sonido (la chiva tiene capacidad para 20 personas.
Circuito	Via Corregimiento el Llanito. Ciénaga San Silvestre (recorrido de 30 minutos ida. Sale del parque de la vida 
Deporte Recreativo	Bicicletas acuaticas (2 personas) recorrido de media hora en la ciénaga 
Deporte Profesional	Ski Náutico (salvavidas)
Tipo de Recreación	Banana Board (media hora)
Agencia de Seguro:	Liberty
Alimentación	Servicio de almuerzo y bebidas refrescantes
Paquete	Paquete minimo para dos personas
Obsequio:	Souvenir Artesanal, figura Iguana

Cuadro 22. Plan II Aventura Náutica

SERVICIO: Aventura Náutica	Características Técnicas
Duración:	4 horas
Transporte:	Bote con remo o Jhonson Fuera de Borda
Circuito:	<p>Recorrido Ciénaga San Silvestre (recorrido de 30 minutos ida. Sale del parque de la vida</p> 
Deporte Recreativo	<p>Bicicletas acuáticas (2 personas) recorrido de media hora en la ciénaga</p> 
Deporte Profesional	Ski Náutico
Tipo de Recreación	<p>WaterBall o Esferas Acuáticas (20 minutos)</p> 
Especificaciones	Inflables 4 Mts de diámetro. Polietileno 30 mm grosor.
Agencia de Seguro:	Liberty
Alimentación	Servicio de almuerzo y bebidas refrescantes
Paquete	Paquete mínimo para dos personas

Cuadro 23. Plan III Paquete turistico Personal

SERVICIO: Tu Propia Recreación	CaracterísticasTécnicas
Duración:	8 horas
Transporte:	Bote con remo o Jhonson Fuera de Borda con salvavidas.
Circuito:	<p>Recorrido Ciénaga San Silvestre (recorrido de 30 minutos ida. Sale del parque de la vida</p> 
Deporte Recreativo	<p>Bicicleta Náutica, Smirke</p> 
Deporte Profesional	SkiNáutica
Tipo de Recreación	<p>WaterBall o Esferas Acuáticas, Banana Board (20 minutos)</p> 
Especificaciones	Inflables 4 Mts de diámetro. Polietileno 30 mm grosor.
Agencia de Seguro:	Liberty
Obsequio	Souvenir Artesanal, figura Iguana
Grupal	Pesca Artesanal, Baile, Concursos de familia

3.3.2 Descripción técnica del proceso. La prestación del servicio náutico recreativo con lleva un proceso de solicitud del servicio, el cual puede desarrollarse de la siguiente manera:

- ✓ Recepción del servicio. El proceso de venta del servicio se inicia con el apoyo de un representante en mercadeo y ventas que oferte los servicios a las diferentes personas que cohabiten en Barrancabermeja y su zona de influencia, los cuales se pueden acercar a la empresa, a través de la pagina web o en su defecto se le presta un servicio más personalizado, para explicarles los componentes del paquete servicios náuticos recreativos.

En caso de que los clientes se acerquen a las instalaciones de la empresa, la secretaria informa al cliente el paquete de servicios náuticos recreativos, los precios, horarios y la calidad del personal disponible para tal fin. Se pretende que una vez el cliente reciba la información, se encuentre plenamente convencido de utilizar los servicios.

El cliente suministrará sus datos tales como: nombres completos, teléfono, dirección de residencia o empresa y la hora y día en que requerirá el servicio náutico recreativo.

- ✓ Prestación del servicio. Una vez firmado el contrato para la prestación del servicio náutico recreativo se tramita las pólizas de seguro contra accidentes, cotización de los diferentes servicios complementarios para la correcta prestación del servicio. El pago del servicio será sólo en efectivo o con tarjeta de crédito. El personal recreativo contratado deberá realizar la labor encomendada de forma eficiente, con disposición amable, agradable y en su totalidad. No se aceptarán labores parciales por parte del personal de atención al cliente.

La empresa inicialmente y frecuentemente realiza ajustes y modificaciones a cada uno de los planes, con el fin ofrecer una buena experiencia, por eso tendrá como personal directo un recreacionista, para articular las actividades de trabajo en equipo. A continuación se detalla los componentes de cada plan.

Plan 1. Aventura Sol y Agua: Duración (Ocho horas) Un día de recorrido. Chiva turística Salida de Barrancabermeja, desde el parque de la vida al corregimiento El llanito, Recorrido por la ciénaga San Silvestre en Bote (Capacidad 8 personas), préstamo de bicicletas o jet sky (Capacidad dos personas), sky náutico, Banana board (Capacidad 4 personas) o el smirke (deslizador inflable en forma de banana) actividades recreativas (Waterballsphere- bolas acuáticas). Incluye: Alimentación (convenio), transporte, seguro turístico y obsequio. Es importante resaltar que el plan será recomendado para ir mínimo en pareja, con el fin de disfrutar de la belleza del paisaje y de las actividades náuticas.

Plan 2. Aventura Náutica: Duración: Cuatro horas. Recorrido por la ciénaga San Silvestre en Bote (Capacidad 8 personas), préstamo de bicicletas o jet-sky (Capacidad dos personas), Banana board (Capacidad 4 personas) o el smirke (deslizador inflable en forma de banana) actividades recreativas (Waterballsferes-bolas acuáticas una persona). Incluye: Alimentación (convenio), transporte, seguro turístico (Seguros liberty) y obsequio (souvenir artesanal en barro o porcelamicrom que refleje la historia y la cultura de la ciudad, por ejemplo a la iguana, el pescador artesanal, entre otros)

Plan 3. Construya su propio paquete turístico: Duración 8 horas. Este plan contiene los elementos que el cliente requiera para su sano esparcimiento el de su familia ó turistas como: Alimentación, transporte, Jet-sky, Banana board, smirke, actividades grupales, pesca artesanal, guianza turística. Se recomienda como minimo tomar el plan en pareja.

Seguimiento del Servicio. Identificar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la organización. Se aplicará encuesta de satisfacción a los clientes, para analizar los componentes del servicio, la atención del personal y otros aspectos dentro de los planes, con el fin de hacer ajustes a los procesos o actividades, asignando responsabilidades al talento humano, en su compromiso con la calidad.

Determinar la secuencia e interacción en la prestación del servicio. Es importante asegurar cada uno de los componentes que contiene cada plan, con el fin de atender a los clientes.

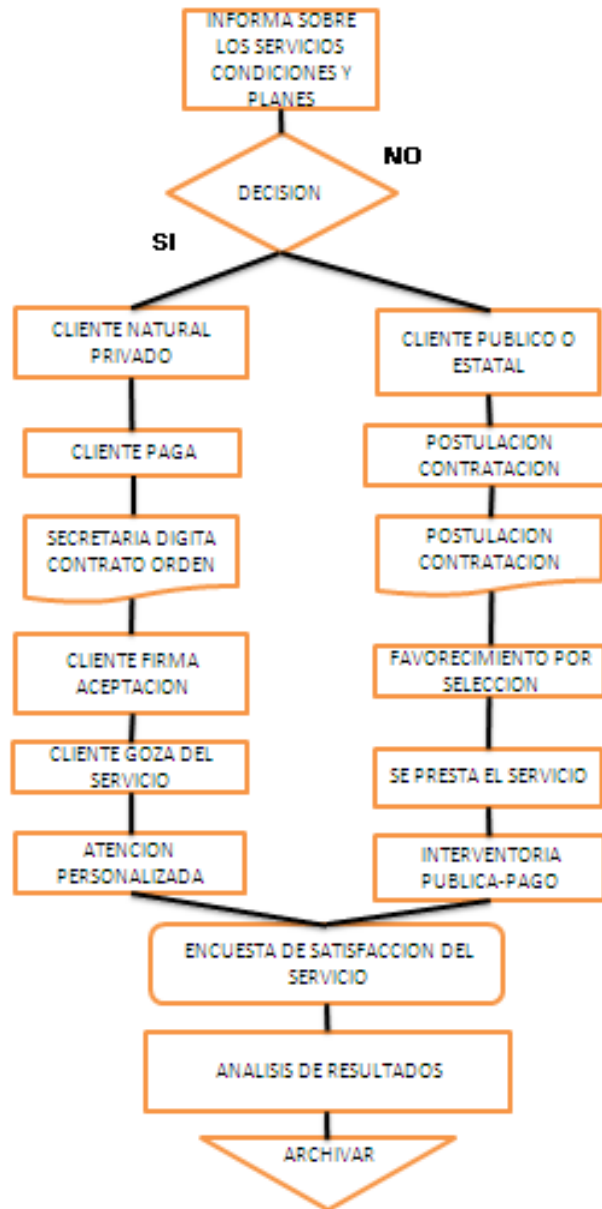
Determinar los criterios y métodos necesarios para asegurarse de que tanto la logística como el control de la prestación del servicio sea eficaz. Se requiere en este tipo de servicio, la creatividad para que sea una aventura en cada recorrido o plan.

Asegurar la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento del servicio náutico recreativo. Por lo tanto se tramitará los permisos correspondientes para asegurar la disponibilidad de los espacios de la Ciénaga San Silvestre y articular con los empresarios de la zona los diferentes componentes.

Realizar la medición y el análisis del servicio prestado, con el fin de verificar entre lo planificado y lo ejecutado, de ahí surgen las mejoras continuas, para que los colaboradores la implementen.

3.3.3 Diagrama del servicio. A continuación se observa el diagrama del proceso de atención de la empresa Servicios Nauticos Recreativos en el municipio de Barrancabermeja.

Figura 6. Diagrama del servicio.



3.3.4 Control de calidad. Los factores determinantes de la buena calidad del proceso dentro de la prestación del servicio son: la rapidez de respuesta al llamado del cliente, el tiempo empleado en dar cumplimiento a la solicitud del cliente y la calidad del servicio; para el control de estos factores, es necesario contar con la participación del cliente, quien debe reportar a la empresa cuando su petición no sea satisfecha en el tiempo requerido y con la calidad óptima para su necesidad. De acuerdo con la Norma ISO 9001-2000, una organización debe contar con unos requisitos documentales que le permitan una mayor credibilidad y confianza para ofrecerles a los clientes en búsqueda de a satisfacción de sus mismas necesidades y expectativas.

La empresa debe establecer, documentar, implementar y mantener un sistema de gestión de la calidad y mejorar continuamente su eficacia de acuerdo con los requisitos de esta Norma Internacional. Para garantizar la calidad de los servicios se propone:

- ✓ Identificar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la organización,
- ✓ Determinar la secuencia e interacción de estos procesos,
- ✓ Determinar los criterios y métodos necesarios para asegurarse de que tanto la logística como el control de estos procesos sean eficaces,
- ✓ Asegurarse de la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de estos procesos,
- ✓ Realizar el seguimiento, la medición y el análisis de estos procesos, e
- ✓ Implementar las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de la prestación del servicio.

En los casos en que la empresa opte por contratar externamente cualquier servicio que afecte la conformidad del servicio con los requisitos, ella debe asegurarse de controlar tales procesos. El control sobre dichos procesos contratados externamente debe estar identificado dentro del sistema de gestión de la calidad, para lo cual se diseñan los siguientes formatos:

Cuadro 24. Formato control de calidad

Actividad	Reponsable	Recursos	Fecha Programada	Horario	Duración (horas)	Fecha de Realización	Se Cumplio?

Cuadro 25. Formato seguimiento a tareas de riesgo a la calidad

TAREA DE ALTO RIESGO DESARROLLADA			JEFE INMEDIATO	TIPO DE ACCION A IMPLEMENTAR	
TAREAS EN FRIO	TAREAS EN CALIENTE	TAREAS EN ESPACIOS CONFINADOS		ACCION CORRECTIVA	ACCION PREVENTIVA

Cuadro 26. Formato programa de inspecciones

Inspección a realizar	Inspector	Anfitrión	Fecha

Cuadro 27. Formato seguimiento actividades del servicio

CLASE DE SERVICIO	RADICADO	PROFESIONAL	FECHA ASIGNACIÓN	FECHA INICIO	FIRMA DE RECIBIDO

3.3.5 Recursos. La empresa requiere los recursos, que a continuación se detallan:

3.3.5.1. Recurso humano: La empresa de Servicios Nauticos Recreativos SAS debe contar con personal especializado para las labores tanto en las áreas administrativas y de ventas.

Cuadro 28. Personal administrativo

CARGO	NÚMERO DE CARGOS	BREVE DESCRIPCIÓN
Gerente	1	Representante Legal de la empresa de servicios náuticos
Secretaria	1	Apoya las actividades de imagen corporativa y comunicaciones.
Contador Público (Orden de Servicio)	1	Apoya las decisiones tomadas por la Gerencia, en base a la información contable.

Cuadro 29. Personal operativo

CARGO	NÚMERO DE CARGOS	BREVE DESCRIPCIÓN
Operador logísticos	2	Responsable de las actividades de logística, presupuestos, cotizaciones, contactos con proveedores.
Recreacionistas	1	Apoya las actividades de conformación de paquetes y coordina los recreacionistas contratados los fines de seaman
Vendedor	1	Atención de los clientes, con el fin de socializar los componentes de los paquetes turísticos

3.3.5.2 Recursos Físicos: A continuación se detallan la maquinaria y equipos, muebles, enseres y elementos de oficina para el montaje de la empresa de servicios náuticos en el municipio de Barrancabermeja.

Cuadro 30. Maquinaria y equipos

CONCEPTO	CANTIDAD
Bicicleta Acuática	2
Banana Board	2
WaterBallSfere	2
Sky Náutico	2
Equipo de ProtecciónNuática	2
Esferas	3
Jef Sky	2

Cuadro 31. Muebles y enseres

CONCEPTO	CANTIDAD
Escritorio	3
Sillas	3
Archivador madera	1
Mesa de junta de seis puestos	1
Recepción	1

Cuadro 32. Recursos físicos (seguridad)

CONCEPTO	CANTIDAD
Chalecos Salvavidas-Adultos	40
Chalecos Salvavidas Niños	20
Radios de Comunicaciones	5
Lazo	50 Mts
Cascos	40
Camillas Plasticas	4
Tabla Salvavida	4

Cuadro 33. Equipos de oficina

CONCEPTO	CANTIDAD
Sistema de computo	3
Aire acondicionado	2
Impresora	1
Sistema de camaras	3

3.3.5.3 Recurso de insumos: En los siguientes cuadros, se muestra los insumos requeridos para el desarrollo del proyecto, por cada servicio

Cuadro 34. Insumos requeridos para el Plan I Aventura, sol y agua para dos personas.

DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD UTILIZADA
Alquiler chiva turistca	Todo el recorrido	2
Alquiler de equipos nauticos	Entre 20 a 30 minutos	2
Alimentación	Convenio unidades	2
Refrigerios (2) día	Dos al día por persona	4
Hidratación	Dos bolsas de agua	4
Seguros	Paquete	1
Recreación dirigida	Sesión de una hora	1
Suveniol	Unidad	2

Cuadro 35. Insumos requeridos para el Plan II Aventura Nautica para dos personas.

DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD UTILIZADA
Alquiler chiva turistca	Todo el recorrido	2
Alquiler de equipos nauticos	Entre 20 a 30 minutos	2
Alimentación	Convenio unidades	4
Seguros	Paquete	1
Hidratación	Una bolsa de agua	2
Recreación dirigida	Sesión de una hora	1

Cuadro 36. Insumos requeridos para el Plan III Paquete Turístico Personal para dos personas.

DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD UTILIZADA
Alquiler chiva turística	Todo el recorrido	2
Alquiler de equipos náuticos	Entre 20 a 30 minutos	2
Alimentación	Convenio unidades	2
Refrigerios (2) día	Dos al día por persona	4
Hidratación	Dos bolsas de agua	4
Seguros	Paquete	1
Recreación dirigida	Sesión de una hora	1
Suvenir	Unidad	2

Cuadro 37. Insumos para el área administrativa y de ventas

Descripción	Cantidad
Lapicero	8
Resma Hoja Carta	1
Regla	2
Sobre de manila oficio y carta	20
Resaltadores	6
Marcador borrable	2
Borrador tablero acrílico	1
Caja de ganchos de carpeta y grapas	2
Cosedora para escritorio	1
Archivador AZ	2
Bisturí grande	2
Perforadora de tres huecos	1
Tijera inoxidable	1
Folder colgante oficio	10
Folder carpeta presentación	20
Pegante pega papel 125grs	1
Cinta adhesiva transparente	1
Taco papel adhesivo	6
Cuaderno profesional	3
Corrector	1
Corrector	1
Tinta impresora	1
Caja de clips y portaminas	2
Minas para portaminas	12
Borrador	2
Tarjeta de presentación	168
Factura de venta (500)	1
Hoja membreteadas(1000)	1
Sobre membretados(1000)	1
Carnet institucional base plástica	8
Comprobante de egreso (500)	1
Recibo de caja (1000)	2
Biqueta PT (1000)	1

Cuadro 38. Recursos elementos primeros auxilios y protección

Descripción	Cantidad
Gasas limpias paquete	10
Esparadrapo de tela rollo de 4"	10
Bajalenguas	20
Guantes de latex para examen	10
Venda elástica 2 x 5 yardas	1
Venda elástica 3 x 5 yardas	1
Yodopovidona (jabón quirúrgico)	2
Solución salina 250 cc ó 500 cc	2
Termómetro de mercurio o digital	1
Alcohol antiséptico frasco por 275 ml	2
Tijeras	1
Collar cervical adulto	1
Collar cervical niño	1
Inmovilizadores	4
Acetaminofén tabletas por 500 mg	10
Hidróxido de aluminio tabletas	10

3.3.6 Análisis de Proveedores. Para el suministro de equipos de cómputo, muebles y enseres, e insumos se realizó un estudio de proveedores a partir del Directorio Empresarial de Barrancabermeja; los que se escogieron cuentan con mayor confiabilidad en el mercado debido a su experiencia y trayectoria comparándolas con otras empresas que prestan el mismo servicio o venden los mismos productos. A continuación se muestran los resultados del estudio de proveedores realizados y el nombre de la razón social de los mismos.

Cuadro 39. Proveedores

J. NEIRA	Kra. 14 No. 49-56
COOMULTRANSAN	Clle 49 No. 16-01
AL COMPRAR	Centro Comercial San Silvestre
PAPELERIA LA GARANTIA	Clle 49 No. 11-03
PAPELARIA LA AZTECA	Clle 49 No. 10-69

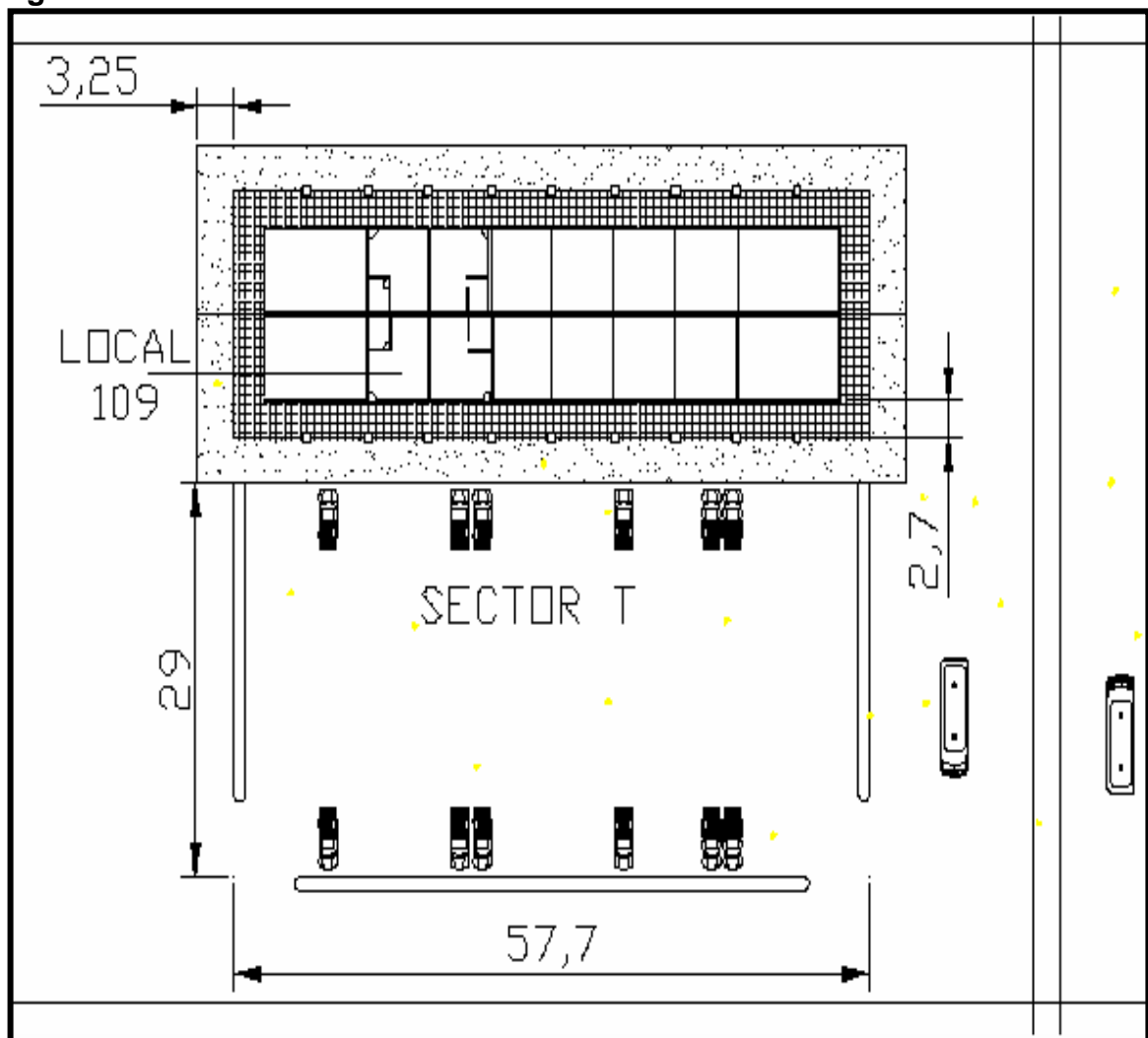
El análisis y selección de los proveedores, se basó en los siguientes criterios:

- ✓ **Experiencia:** Este factor es importante, por lo que genera confianza, las recomendaciones de terceros es una estrategia para evaluar a los proveedores, con relación a cumplimiento en la entrega de insumos y los precios que han mantenido en el entorno, además de la cercanía, ya que son en su mayoría comerciantes Barrancabermeja.

- ✓ Calidad: estas empresas se han preocupado por mantener satisfecho al cliente conociendo sus necesidades y llevando un seguimiento aplicando la estrategia del servicio post-venta
- ✓ Capacidad de respuesta de la empresa: la atención inmediata cuando se solicitó la respectiva cotización.

3.3.7 Distribución de planta. La empresa requiere de oficinas para la instalación de las siguientes zonas:

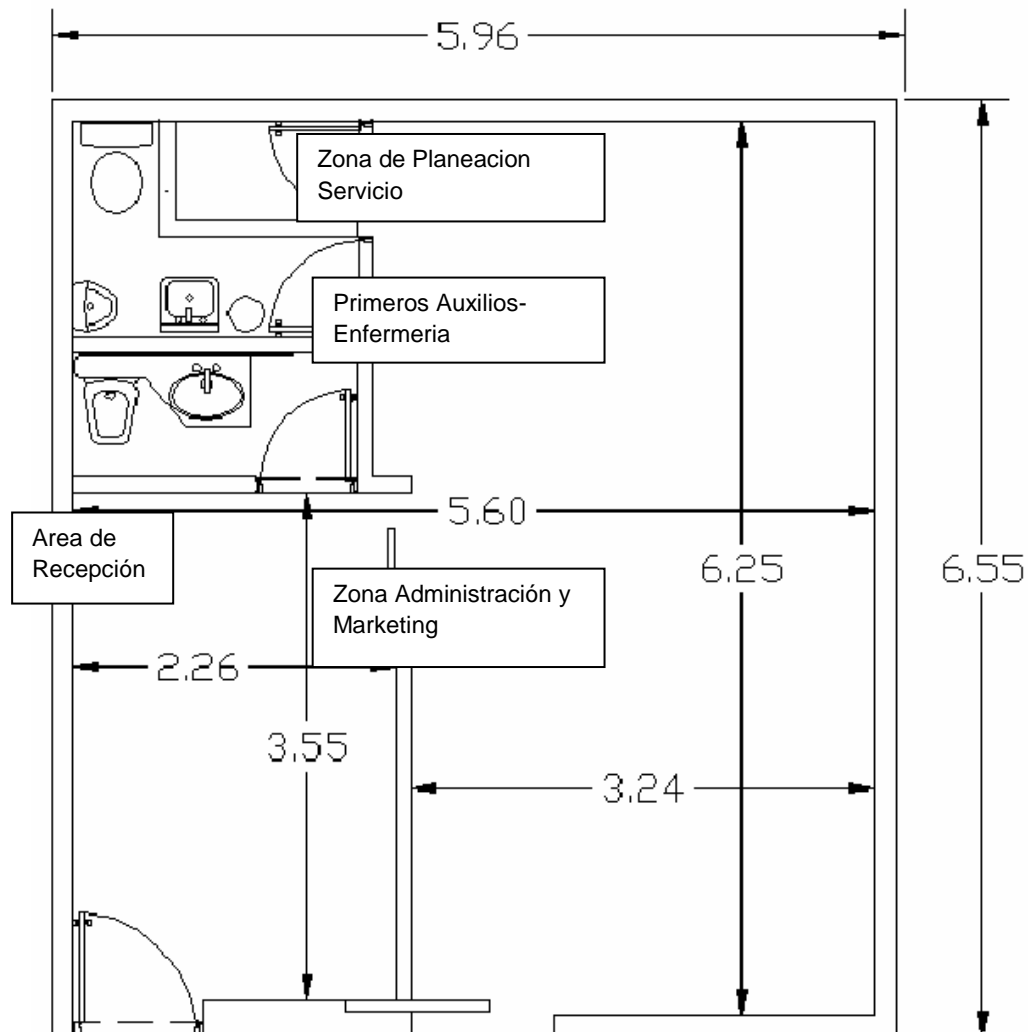
Figura 7. Distribución local comercial



- ✓ Zona de Administración: Sala de espera, Oficina Gerencia General, Secretaria y Vendedor.

- ✓ Zona de Aseo Personal: Baños y vestuarios para Mujeres y Hombres.
- ✓ Zona de Planeacion Servicio y Comercialización: Área de diseño de actividades planeación de los paquetes y articulación con proveedores.

Figura 8. Distribucion instalaciones empresa



La empresa contará con zona de acceso a parqueo para los clientes que visitan las instalaciones. En la sala de espera se tendrá plegables, portafolio de servicio y material fotográfico, para que las personas puedan conocer los lugares donde puede realizar los eventos náuticos.

Tambien es importante resaltar que en la zona de planeación y comercialización, se ubicarán los portátiles para hacerle seguimiento y control a las solicitudes de las personas que utilicen la página web, redes sociales o correos electrónicos, para dar respuesta inmediata.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa de servicios náuticos, requiere de una organización flexible para operar y atender un mercado, que se encuentra influenciado por la competencia y por las tecnologías de la información y la comunicación TIC. Por consiguiente una vez analizado los diferentes tipos de organización, se decide crear una Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS).

La SAS tiene muchas ventajas, por cuanto los estatutos son flexibles y se adaptan a las condiciones y necesidades de los empresarios, la responsabilidad de los socios se limita a sus aportes, las acciones pueden ser distintas clases y series, ordinarias, con dividendos preferenciales y sin derecho a voto, no se requiere establecer una duración determinada, mayor flexibilidad en la regulación de los derechos patrimoniales, el trámite de liquidación es más ágil, no se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventarios ante la Superintendencia de Sociedades. A continuación se detalla los criterios para elaborar los documentos legales:

- ✓ Razón social: Denominación o razón social de la empresa, lleva las palabras de SERVICIOS NÁUTICOS RECREATIVOS seguido de la sigla S.A.S.
- ✓ Número de socios: Hay 2 socios.
- ✓ Constitución: Mediante un escrito que se inscribe en la cámara de comercio. Si se aportan bienes cuya transferencia exija escritura pública, la empresa se constituye por este medio.
- ✓ Duración: El término previsto en el escrito de constitución.
- ✓ Responsabilidad: De los socios y el capital de la empresa.
- ✓ Disolución:
Voluntad del titular de la empresa.
Vencimiento del término inicialmente previsto.

Muerte de constituyente, cuando así se estipule en el acto de constitución.
Imposibilidad para desarrollar las actividades previstas en los estatutos.
Orden de autoridad competente.
Perdidas que reduzcan el patrimonio de la empresa en más del 50%.
Iniciación del trámite de liquidación obligatoria.

- ✓ Estructura Jurídica. Para la constitución de una S.A.S. existen unos procedimientos a seguir y unas normas específicas que seguir. Los requisitos legales exigidos para la constitución y funcionamiento de una empresa son:

- ✓ Requisitos Comerciales: Requisito que se debe tramitar en la Cámara de Comercio del municipio Barrancabermeja y en cualquier Notaria local; teniendo en cuenta:

Contar con el propietario de la empresa
Verificar en la Cámara de Comercio que no exista un nombre o razón social igual al que se le va dar a la empresa a crear.
Elaborar la minuta de constitución y presentarlas en la notaria con los siguientes datos básicos: Nombre o razón social; objeto social; clase de sociedad y socios; nacionalidad; duración; domicilio; aporte de capital; representante legal y facultades; distribución de utilidades; causales de disolución; obtener la Escritura Pública Autenticada en la Notaria; matricular la Sociedad en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio; registrar los libros de contabilidad en la Cámara de Comercio, Diario Mayor y Balances, Inventarios, Actas; obtener Certificado de Matricula Mercantil.²⁷

- ✓ Requisitos de Funcionamiento: Son tramitados en la Alcaldía del municipio Barrancabermeja.

Obtener el Registro de Industria y Comercio en la Tesorería y diligenciarlo.
Tramitar el Concepto de Bomberos.
Tramitar el Permiso de Planeación Municipal.
Requisitos de Seguridad Laboral: Se deben tramitar en una E.P.S, Cajas de compensación Familiar, Fondo de Pensiones, SENA, e ICBF.
Inscribir a los trabajadores en la E.P.S y Fondo de Pensiones.
Inscribir la empresa en el ICBF, SENA y Caja de Compensación Familiar.

²⁷ CAMARA DE COMERCIO, BARRANCABERMEJA, requisitos para registrar una SAS. Consultado en abril de 2015

Inscribir a los trabajadores a una A.R.P.²⁸

- ✓ Requisitos Tributarios: Son tramitados en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales; DIAN.

Solicitar el Formulario de Registro Único Tributario (RUT)
Solicitar el Número de Identificación Tributaria (NIT)²⁹

4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Visión. En el año 2020 la empresa de SERVICIOS NAUTICOS RECREATIVOS SAS, será reconocida en el mercado, como líder en el desarrollo del sector turístico recreativo a nivel nacional, por medio de la competitiva prestación de servicios náuticos recreativos mediante la implementación de nuevas tecnologías que satisfagan las expectativas de nuestros clientes.

4.2.2 Misión. Somos una empresa que genera confianza a las necesidades de los clientes en la prestación de servicios de recreación turística, con paquetes diseñados a la medida, con calidad, articulación con el sector turístico local y regional, basados en los principios de la transparencia y honestidad, con un talento humano calificado y entrenado orientado a la actitud en el servicio.

4.2.3 Objetivos.

- ✓ Garantizar calidad y eficiencia en el servicio náutico recreativo para mantener la imagen corporativa del cliente.
- ✓ Liderar el mercado con estrategias de precio, logrando un alto volumen de venta del servicio náutico recreativo.
- ✓ Convertir la atención al cliente en el mecanismo de interacción para la mejora de los procesos de comunicación y transformación del cliente en un aliado estratégico.

²⁸ MINISTERIO DEL TRABAJO, oficina Barrancabermeja, obligaciones de las empresas para con sus trabajadores.

²⁹ DIAN. Requisitos en línea para la constitución de las empresas y trámite del RUT disponible en www.dian.gov.co. Requisitos para el RUT.

- ✓ Garantizar la calidad total de los servicios para ser una empresa con experiencia suficiente para satisfacer las necesidades del cliente.
- ✓ Capacitar a los empleados constantemente en las diferentes herramientas administrativas con el fin de mejorar cada día los servicios recreativos náuticos prestados a los clientes.
- ✓ Buscar alianzas estratégicas con otras organizaciones con el fin de poder ofrecer soluciones globales de recreación a nuestros clientes.

4.2.4 Políticas

- ✓ **Políticas Personal.** Las decisiones de la cantidad de personal requerido son tomadas por el gerente general. El tipo de personal que se debe vincular responde a las necesidades de la empresa, las fuentes utilizadas para hacer la convocatoria del personal se hace a través de avisos publicitarios, referencias de empleados, archivos internos de candidatos, entre otros.
Como medio para la motivación del talento humano, se puede generar un reconocimiento a los grandes esfuerzos, la dedicación y disposición por lograr las metas de la empresa, la cual consiste en una remuneración superior en el pago por concepto de salarios y reconocimiento público.

La contratación se adelantará por contrato a término fijo de un año, para ofrecer confianza con el personal, las prestaciones sociales de ley.

No se contratarán menores de edad.

- ✓ **Políticas de Ventas.** Orientar a desarrollar e implementar estrategias para promoción y publicidad, facilitando la comercialización de los servicios náuticos recreativos de la empresa, mediante el enfoque en el área que corresponda a cada temporada vacaciones del año y posicionando el nombre de la empresa.

La empresa implementará los medios electrónicos para recibir el pago de los paquetes turísticos, por parte de los clientes.

Buscar la satisfacción total de las necesidades de los clientes, ofreciendo calidad en los servicios como factor diferencial, por eso se recibirán los abonos de los paquetes, antes de la fecha de utilización.

- ✓ **Políticas de compras** La planeación de las compras se realiza con base en la programación de paquetes turísticos de servicios náuticos recreativos, y se hace con un fondo para eventualidades de grupos. El grado de dependencia de los proveedores para la empresa es de un 80%, por lo que se puede escoger la mejor oferta para el cumplimiento de las necesidades a la hora de prestar el servicio náutico recreativo.

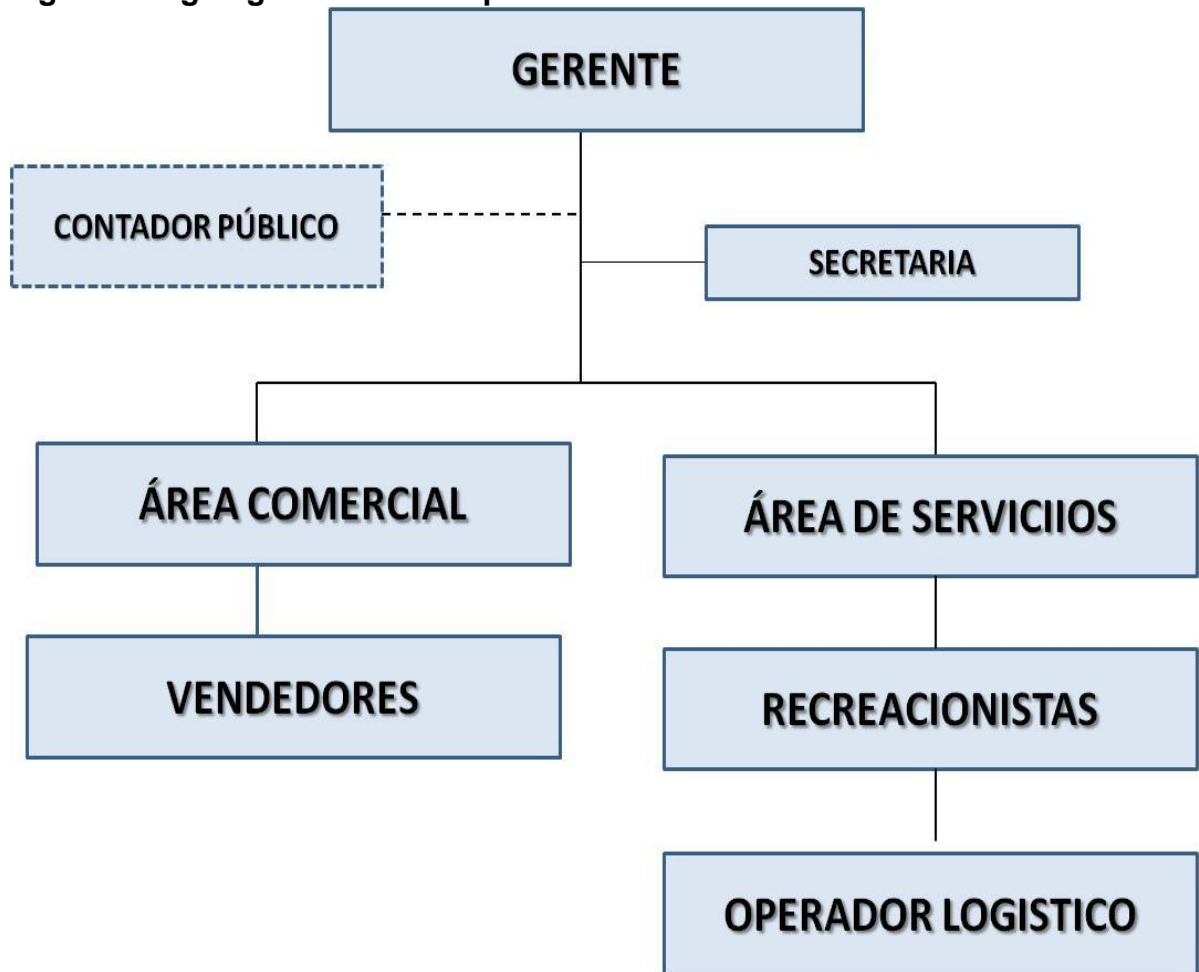
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama. El esquema del organigrama representa la estructura administrativa de la empresa, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas, de esta manera se plantean dos área comercial y de servicios, las cuales dirige el Gerente.

- ✓ Área comercial: Vendedores
- ✓ Área de servicio: El recreacionista y el auxiliar logístico

A continuación se puede observar el organigrama de la empresa.

Figura 9 Organigrama de la Empresa.



4.3.2 Descripción y perfil de cargos. A continuación se elabora los perfiles de cargo de:

- ✓ Gerente.
- ✓ Contador Público
- ✓ Secretaria
- ✓ Vendedor
- ✓ Operador logístico
- ✓ Recreacionista

Cuadro 40. Perfil del cargo: Gerente

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	Gerente
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
Tipo de contrato	Termino Indefinido
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dirigir y representar legalmente a la empresa. ✓ Organizar, planear, supervisar, coordinar y controlar los procesos productivos de la empresa; la ejecución de las funciones administrativas y técnicas; la realización de programas y el cumplimiento de las normas legales de la empresa. ✓ Asignar y supervisar al personal de la empresa los trabajos y estudios que deben realizarse de acuerdo con las prioridades que requieran las distintas actividades e impartir las instrucciones necesarias para su desarrollo. ✓ Coordinar y dirigir las funciones del área comercial, logística y administrativa. ✓ Dar cumplimiento a las directrices de la Junta Directiva ✓ Fijar las políticas generales de administración. ✓ Velar por el cumplimiento de las funciones de otros cargos y reglamento de la empresa. ✓ Responsable por el manejo organizacional, administrativo, financiero, servicio y jurídico de la empresa. ✓ Establecer contactos comerciales con los segmentos de mercados identificados ✓ Determinar precios de ventas de los planes turísticos. ✓ Preparar documentación comercial y de promoción de los planes turísticos (catálogos). ✓ Llevar a cabo estrategias, planes y programas para el cumplimiento de las metas ✓ Dirigir y administrar los bienes y recursos de la empresa. ✓ Realizar estudios de nuevos mercados. ✓ Presentar informes a los socios. 	
Evaluar de manera constante los costos de los servicios y ofertado al medio, apoyándose en análisis de sensibilidad. Elaborar plan de mercadeo. Elaborar presupuestos de ventas mensuales. Presentar políticas de incentivo para los asociados. Realizar el cierre de negocios. Supervisar, controlar y medir la eficiencia del personal operativo y de ventas	
Requisitos de Educación	Administrador de Empresas, Gestor Empresarial
Requisitos de Experiencia	Dos (2) años de experiencia en cargos administrativos.
Remuneración	

Tabla 26. Perfi del cargo: Secretaria

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	Secretaria.
Jefe Inmediato:	Gerente.
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
Tipo de Contrato:	Termino Definido
FUNCIONES	
Digitar y redactar oficios, memorandos, informas, así como también lo tratado en reuniones y conferencias dadas por el Gerente. Realizar y recibir llamadas telefónicas y transmitir los mensajes a las personas correspondientes.	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atender al público para dar información y concertar entrevistas, responder por los documentaos a su cargo. ✓ Mantener actualizada la cartelera de las instalaciones administrativas, mediante publicaciones de memorandos, circulares o cualquier comunicación que se desee hacer conocer por este medio. ✓ Verificación, grabación e impresión diaria de la plantilla de ingresos, comprobantes de egreso. ✓ Archivar diariamente la documentación. ✓ Llevar manualmente el libro de bancos, retención den la fuente y libro de personal. ✓ Entregar cheques pro cancelación de cuentas, previa identificación y firma de comprobantes de recibo por parte del acreedor. ✓ Entregar al Gerente los cheques que éste debe firmar, adjuntando comprobantes, facturas y orden de compra correspondientes, previo visto bueno. ✓ Las demás funciones relacionadas con el cargo, que por disposición legal, emergencia económica o necesidades del servicio sea necesario asignarle. 	
Requisitos de Educación	Título de Secretaria Ejecutiva egresada del SENA, Nivel de inglés intermedio
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.
Remuneración	

Tabla 27. Perfil del cargo: Recreacionista

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	Recreacionista.
Jefe Inmediato:	Jefe de Operación y Logística
Número de Personas en el Cargo:	Uno (4).
Tipo de Contrato:	Termino Definido
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia. ✓ Responder por los implementos de trabajo asignados. ✓ Guardar absoluta reserva sobre los hechos, documentos, informaciones y en general sobre todos los hechos que lleguen a conocimiento por causa o con ocasión de su contrato de trabajo. ✓ Organizar actividades que vinculen al cliente con el entorno y con la comunidad.-Proponer, ejecutar y organizar programas de recreación teniendo en cuenta los intereses, gustos, preferencias y motivaciones de los clientes, para propiciarles un buen disfrute de las acciones. ✓ Coordinar con las demás áreas del establecimiento las necesidades de materiales, para el buen éxito de una actividad ✓ Organizar el salón o los escenarios de los eventos antes del servicio ✓ Atender permanente de los clientes, antes y durante el evento. ✓ Cumplir la agenda del evento articulando los diferentes proveedores para que lleguen oportunamente en la hora indicada según las normas protocolarias. ✓ Participar en las reuniones para cuantificar los costos de los servicios. ✓ Articular los tiempos con los proveedores, con el fin de atender bien a los clientes. ✓ Apoyar la actividad de entregar y recopilar la encuesta de satisfacción con los clientes. 	
Requisitos de Educación:	Título de bachiller.
Requisitos de Experiencia:	Un (1) año de experiencia en manejo de grupo y recreación.
Remuneración	

Cuadro 41. Perfil de cargo: Operador logístico

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	Operador logístico
Jefe Inmediato:	Gerente.
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1).
Tipo de Contrato	Termino Definido
FUNCIONES	
<p>Informar al Gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Revisar diariamente el trabajo asignado y darle cumplimiento en el tiempo previsto responder por la atención a los clientes. ✓ Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia, con el fin de definir la logística requerida. ✓ Conformar el equipo para elaborar los paquetes turísticos. ✓ Articular con los proveedores logísticos locales y regionales, necesarios para los paquetes turísticos. ✓ Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de recreación. ✓ Velar por el orden y aseo del lugar de recreación. ✓ Llevar al día los registros requeridos para el control de los servicios prestados. ✓ Brindar asesora jurídica en las diferentes gestiones de la empresa, tanto de carácter laboral como contractual. ✓ Proveer todos los elementos técnicos, operativos y logísticos para que la operacionalización de los servicios turísticos ofrecidos se presten eficientemente es un cargo de soporte. 	
Requisitos de Educación	Título de Ingeniero de logística y procedimiento.
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia en cargos similares.
Remuneración	

Cuadro 42. Perfil de cargo: Contador Público

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	Contador
Jefe Inmediato:	Gerente.
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
Tipo de Contrato	Orden Prestación de Servicios
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones establecidas para el manejo de la contabilidad. ✓ Estar al día en las disposiciones tributarias emanadas por el Gobierno Nacional, departamental y municipal. ✓ Ejercer estricta vigilancia y cumplimiento en las obligaciones de la empresa de tipo legal tales como: IVA, Retefuente, Impuestos, Parafiscales, etc. ✓ Actuar con integridad, honestidad y absoluta reserva de la información de la empresa. ✓ Mantener actualizada la información la cual se ejecutará a las exigencias de la normatividad en materia fiscal y tributaria. ✓ Estar atento a las entradas y salidas de dinero de la empresa. ✓ Mantener en aviso al gerente sobre el presupuesto, el estado de fuentes y de usos. ✓ Orientar la elaboración de los estados financieros periódicamente y la presentación de esta información de manera clara y precisa. ✓ Actualizar el directorio de proveedores, directorio de Clientes, Boletines e información de la cámara de comercio sobre empresas creadas o existentes que desarrollen actividades comerciales en las líneas respectivas. ✓ Manejar y resguardar libros de banco y caja. ✓ Apoyar y sustentar la estimación de los precios de venta de los diferentes servicios. 	
Requisitos de Educación	Contador público con tarjeta profesional.
Requisitos de Experiencia	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.
Remuneración	

Cuadro 43. Perfil de cargo: vendedor

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	Vendedor
Jefe Inmediato:	Jefe de Mercadeo
Número de Personas en el Cargo:	Dos (1).
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplir con el horario asignado. ✓ Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato ✓ Establecer contactos. ✓ Elaborar planes para penetrar en el mercado potencial para llegar a las necesidades de los diferentes tipos de clientes. ✓ Archivar y controlar la información de los diferentes clientes. ✓ Elaborar órdenes de pedido, facturas y requisiciones de los productos. ✓ Participar activamente en el manejo de relaciones públicas de la empresa. ✓ Ampliar estudios de mercados, con el fin de proyectar los servicios de acuerdo a las últimas tendencias ✓ Manejar la pagina web para recolectar información sobre los clientes, dando respuestas vía virtual. ✓ Informar al Gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente. ✓ Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia. ✓ Llevar al día los registros requeridos para el control de las ventas. ✓ Promoción, ventas y mercadeo de los productos elaborados por la empresa. 	
Requisitos de Educación	Título de bachiller, Curso de Marketing y ventas
Requisitos de Experiencia	Tres (3) años de experiencia en cargos similares.
Remuneración	

4.3.3 Asignación salarial. Se elabora la estructura salarial de la empresa, la cual se aplica lo estipulado por el Código Laboral Colombiano teniendo como punto de referencia el Salario Mínimo Mensual Legal Vigente para el año 2015.

Cuadro 44. Asignación salarial

Cantidad	Cargo	Salarios
1	Gerente	1.500.000
1	Secretaria	680.000
1	Contador público (orden de servicios)	500.000
1	Recreacionistas	644.350
1	Auxiliar logístico	644.350
2	Vendedor	800.000

Cuadro 45. Prestaciones sociales.

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE
Cesantías	8,3333%
Intereses de cesantías	1,0000%
Vacaciones	4,167%
Prima	8,333%
Parafiscales	9,000%
Salud y pensión	20,5%
Riesgos profesionales	0,522%
Dotación	7,000%
FACTOR PRESTACIONAL	58,855%

Fuente: Ministerio del trabajo y protección social.

Cuadro 46. Seguridad Social.

INSTITUCIONES	PORCENTAJES
Salud	12.5%
Pensión	16.5%
Riesgos profesionales	0.522%
TOTAL	21.022%

Con relación al aporte de parafiscales, por ser una empresa jurídica, está exento de este impuesto³⁰. Sin embargo, será cancelado el CREE (Contribución Empresarial para la Equidad), que corresponde al 8% del impuesto de renta, el cual pasa al 34% hasta el 2015.

³⁰ COMPENSAR. De acuerdo con la reforma tributaria, el pago de aportes será modificado. Consultado en agosto 3 de 2014. Disponible en <https://www.miplanilla.com/contenido/empresas/0313-reforma-tributaria-afecta-pago-aportes-parafiscales.aspx>

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

5.1.1 Inversión Fija. La inversión fija, se caracteriza por los recursos en dinero y en especie que se deben hacer para iniciar el proyecto, para lo cual se debe establecer el monto por construcciones, adecuaciones, muebles y enseres, equipos de oficina y maquinaria y equipo.

5.1.1.1 Maquinaria y equipos: Son los equipos necesarios para la prestación del servicio náutico.

Cuadro 47. Maquinaria y equipos

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Bicicleta Acuática	2	3.500.000	7.000.000
Banana Board	2	2.200.000	4.400.000
WaterBallSfere	2	1.950.000	3.900.000
Sky Náutico	2	1.850.000	3.700.000
Equipo de ProtecciónNuática	2	5.750.000	11.500.000
Esferas	3	2.350.000	7.050.000
Jef Sky	2	1.950.000	3.900.000
TOTAL	15		41.450.000

5.1.1.2 Muebles y enseres: La empresa de sericios nauticos, tendrá un área de administración y de ventas. A continuación de detalla los muebles y enseres para las respectivas áreas con el fin de operar adecuadamente.

Cuadro 48. Muebles y enseres

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	3	320.000	960.000
Sillas	3	195.000	585.000
Archivador madera	1	380.000	380.000
Escritorio gerencial	1	1.850.000	1.850.000
Silla gerencia	1	950.000	950.000
TOTAL			\$4.725.000

5.1.1.3 Equipos de oficina: Se relacionan los equipos de oficina que se requieren en área administrativa y de ventas.

Cuadro 49. Equipos de oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sistema de cómputo	2	1.850.00	3.700.000
Aire acondicionado	2	2.150.000	4.300.000
Impresora	1	450.000	450.000
Sistema de cámaras	2	620.000	1.240.000
TOTAL			\$9.690.000

5.1.1.4 Elementos de seguridad: A continuación se relacionan los elementos de protección.

Cuadro 50. Elementos de seguridad

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Chalecos Salvavidas-Adultos	40	55.000	2.200.000
Chalecos Salvavidas Niños	20	35.000	700.000
Radios de Comunicaciones	5	120.000	600.000
Lazo	50	10.000	500.000
Cascos	40	35.000	1.400.000
Camillas Plasticas	4	120.000	480.000
Tabla Salvavida	4	80.000	320.000
TOTAL			\$6.200.000

5.1.1.5 Total de inversión fija: A continuación se resumen las inversiones fijas que requiere la empresa de servicios Náuticos Recreativos SAS, para operar adecuadamente.

Cuadro 51. Total Inversión Fija

CONCEPTO	VALOR
Maquinaria y Equipos equipo	Cuadro 49 41.450.000
Muebles y enseres	Cuadro 50 4.725.000
Equipos de oficina	Cuadro 51 9.690.000
Elementos de seguridad	Cuadro 52 6.200.000
TOTAL	\$62.065.000

5.1.2 Inversión diferida. Están representados por aquellos rubros que se requieren antes de entrar en operación la empresa Náutica Recreativo SAS, como son estudios, licencias, publicidad de lanzamiento, adecuaciones, entre otros. Se hace amortización de diferidos a los cinco años de vida útil del proyecto.

Cuadro 52. Inversión Diferida

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	1.500.000
Varios de Constitución (licencia y Escritura)	920.000
Adecuaciones	1.200.000
Publicidad Lanzamiento	7.488.000
TOTAL	\$11.808.000
Amortización anual (en cinco años)	2.361.600

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. Están constituidos por:

5.1.3.1 Costos del servicios. A continuación se relacionan y se identifican los costos directos como son los insumos y materiales en la prestación del servicio náutico, mano de obra directa y costos indirectos de la comercialización.

- **Materias Primas.** Están conformados por lo siguiente en la prestación de los servicios náuticos

Cuadro 53. Costo materias primas para el Plan I. Aventura Sol y Agua

DESCRIPCIÓN	DETALLE	CANTIDAD UT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Alquiler chiva turística	Recorrido	2	9.000	18.000
Alquiler de equipos náuticos	20 minutos	2	3.500	7.000
Alimentación	Convenio	2	8.000	16.000
Refrigerios (2) día	Unidad	4	2.500	10.000
Hidratación	Bolsas	2	500	1.000
Seguros	Unidad	1	2.500	2.500
Recreación dirigida	Sesión	1	2.500	2.500
TOTAL COSTOS				\$57.000

Cuadro 54. Costo materias primas para el Plan II. Aventura Náutica

DESCRIPCIÓN	DETALLE	CANTIDAD UT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Alquiler chiva turistca	Recorrido	2	9.000	18.000
Alquiler de equipos nauticos	20 minutos	2	3.500	7.000
Alimentación	Convenio	2	8.000	16.000
Seguros	Unidad	1	2.500	2.500
Hidratación	Bolsas	2	500	1.000
Recreación dirigida	Sesión	1	2.000	2.000
TOTAL				\$46.500

Cuadro 55. Costo materias primas para el Plan III. Paquete turístico personal

DESCRIPCIÓN	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Alquiler chiva turistca	Recorrido	2	9.000	18.000
Alquiler de equipos nauticos	20 minutos	2	3.500	7.000
Alimentación	Convenio	2	8.000	16.000
Refrigerios (2) día	Unidad	4	2.500	10.000
Hidratación	Bolsas	2	500	1.000
Recreación dirigida	Sesión	1	2.500	2.500
Suvenir	Unidad	1	5.000	5.000
TOTAL				\$59.500

Cuadro 56. Costo materias primas para un mes y el primer año de operaciones

MATERIAS PRIMAS	VALOR UNIDARIO	CANTIDAD MES	COSTO MES	AÑO 1
Plan I Aventura Sol y Agua	57.000	70	3.990.000	47.880.000
Plan II Aventura Nautica	46.500	50	2.325.000	27.900.000
Plan III Paquete turisitico Personal	59.500	70	4.165.000	49.980.000
TOTAL			\$10.480.000	\$125.760.000

- **Mano de obra directa.** En esta investigación se tuvo en cuenta el porcentaje de la asignación salarial que se debe aplicar para la mano de obra directa, cuyo factor es del 58.8555%. A continuación se detalla este rubro para la empresa.

Cuadro 57. Mano de Obra Directa salario básico y factor prestacional.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SALARIO BÁSICO	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	FACTOR PRESTACIONAL
Auxiliares logísticos	2	644.350	74.000	422.785
Recreacionistas	1	644.350	74.000	422.785
TOTAL	3	1.288.700	148.000	845.570

Cuadro 58. Mano de Obra Directa valor mes y año

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	ASIGNACIÓN MENSUAL		TOTAL ANUAL
		UNITARIO	TOTAL	
Auxiliares logísticos	2	1.141.135	2.282.270	27.387.237
Recreacionistas	1	1.141.135	1.141.135	13.693.619
TOTAL DIRECTO	3		3.423.405	41.080.856
Personal indirecto			1.800.000	21.600.000
TOTAL			5.223.405	62.680.856

- **5.1.3.1.3 Costos indirectos del servicio.** Conformado por aquellos servicios indirectos como son mantenimiento, depreciación equipos y seguros, que a continuación se detallan.

Cuadro 59. Porcentaje de Prorratio de costos y gastos, de las áreas administrativas, ventas y operativa.

CONCEPTO	PORCENTAJES DE PRORRATIO	
	OPERATIVO	ADMINISTRATIVO
Gas	20%	80%
Agua	70%	30%
Arriendos	30%	70%
Energía	70%	30%
Teléfono + Internet Banda ancha	10%	90%

Cuadro 60. Costos y gastos del área operativa y administrativa de servicios públicos y arriendos

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJES DE PRORRATIO	
		OPERATIVO	ADMINISTRATIVO
Gas	10.000	2.000	8.000
Agua	80.000	56.000	24.000
Arriendos	2.500.000	750.000	1.750.000
Energía	450.000	315.000	135.000
Teléfono + Internet	200.000	20.000	180.000
TOTAL	3.240.000	1.143.000	2.097.000

Cuadro 61. Estimación del valor a depreciar y valor de salvamento de las inversiones fijas

Concepto	Valor	Tiempo a depreciar	Valor de salvamento	Valor a depreciar	Depreciación mensual	Depreciación anual
Maquinaria y Equipos equipo	41.450.000	10	20.725.000	20.725.000	345.417	4.145.000
Muebles y enseres	4.725.000	10	2.362.500	2.362.500	39.375	472.500
Equipos de oficina	9.690.000	10	4.845.000	4.845.000	80.750	969.000
Elementos de oficina	6.200.000	5	-	6.200.000	103.333	1.240.000
TOTAL	\$62.065.000		27.932.500	34.132.500	568.875	6.826.500

Cuadro 62. Porcentaje de Prorrato, para aplicar el valor de depreciaciones de las inversiones fijas a las áreas operativa y administrativa.

CONCEPTO	PORCENTAJES DE PRORRATEO	
	OPERATIVO	ADMINISTRATIVO
Maquinaria y Equipo	100%	0%
Muebles y enseres	0%	100%
Equipo de oficina	0%	100%
Elementos de seguridad	100%	0%

Cuadro 63. Prorrato del valor de las inversiones fijas a las áreas operativa y administrativa, para la asignación de las depreciaciones.

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJES DE PRORRATEO	
		OPERATIVO	ADMINISTRATIVO
Maquinaria y Equipos equipo	41.450.000	41.450.000	-
Muebles y enseres	4.725.000	-	4.725.000
Equipos de oficina	9.690.000	-	9.690.000
Elementos de seguridad	6.200.000	6.200.000	-
TOTAL	\$62.065.000	47.650.000	14.415.000

Cuadro 64. Costos indirectos del servicio

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento	119.125	1.429.500
Seguros	79.417	953.000
Depreciación Maquinaria y Equipos	345.417	4.145.000
Depreciación equipos de seguridad	103.333	1.240.000
Servicios públicos	1.143.000	13.716.000
TOTAL	1.790.292	21.483.500

- **5.1.3.1.4 Total costos de servicio** Está conformado por materiales indirectos, mantenimiento de los equipos y depreciación de los mismos, y seguros. A continuación se detallan.

Cuadro 65. Total Costos del servicio

CONCEPTO		VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materias primas	Cuadro 55	10.480.000	125.760.000
Mano de obra directa	Cuadro 57	5,223,405	62,680,856
Costos Indirectos del servicio	Cuadro 63	1.790.292	21.483.500
TOTAL		17.493.696	209.924.356

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas. Se relacionan los gastos de administración y ventas, requeridos para esta iniciativa empresarial de Servicios Náuticos Recreativos SAS.

Cuadro 66. Gastos de personal administrativo, salarios y factor prestacional.

CONCEPTO	CANTIDAD	SALARIO BÁSICO	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	FACTOR PRESTACIONAL (58.855%)
Gerente	1	1.500.000	-	882.825
Secretaria	1	680.000	74.000	443.767
Contador Publico	1	500.000		
TOTAL	3	2.680.000	74.000	1.326.592

Cuadro 67. Gastos de personal administrativo mensual y anual

CONCEPTO	CANTIDAD	SALARIO BÁSICO	ASIGNACIÓN MENSUAL		TOTAL ANUAL
			UNITARIO (Salario básico más factor prestacional)	TOTAL	
Gerente	1	1.500.000	2.382.25	2.382.825	28.593.900
Secretaria	1	680.000	1.197.767	1.197.767	14.373.200
Contador Público	1	500,000	500.000	500.000	6.000.000
TOTAL	3	2.680.000	4.080.592	4.080.592	48.967.100

Cuadro 68. Gastos administrativos

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mantenimiento	36,038	432,450
Seguros	24,025	288,300
Depreciación Muebles y Enseres	39,375	472,500
Depreciación Equipos de Oficina	80,750	969,000
Arriendos	1,750,000	21,000,000
Servicios	347,000	4,164,000
Papelería	150,000	1,800,000
Amortización de Direridos	196,800	2,361,600
TOTAL	2.623.988	31.487.850

Cuadro 69. Gastos de personal de ventas.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SALARIO BÁSICO	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	FACTOR PRESTACIONAL (58.855%)
Vendedor	1	660.000	74.000	431.996
TOTAL	1	660.000	74.000	431.996

DESCRIPCIÓN	SALARIO BÁSICO	ASIGNACIÓN MENSUAL		TOTAL ANUAL
		UNITARIO (Salario básico más factor prestacional)	TOTAL	
Vendedor	660.000	1.165.996	1.165.996	13.991.948
Comisiones				12.006.000
TOTAL	660.000		1.165.9996	25.997.948

Cuadro 70. Gastos de ventas

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad operación	1.030.000	12.360.000
TOTAL	1.030.000	12.360.000

5.1.3.3 Gastos financieros (intereses). Para la creación de la empresa de Servicios Náuticos Recreativos SAS, necesita el financiamiento a través del sector financiero, para lo cual se investigó varias alternativas, siendo la mejor el ofrecido por el Banco BBVA que es del 21,28% efectiva anual a un plazo de 60 meses

5.1.3.4 Total de capital de trabajo. La unidad productiva ha estimado el siguiente capital de trabajo para su funcionamiento, que cubre un periodo de un mes. A continuación se relacionan:

Cuadro 71. Total Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR MES	VALOR A NECESITAR
Costos del servicio	17.493.696	34.987.393
Gastos de Administración y Ventas	8.900.575	8.900.575
Gastos Financieros	676.000	676.000
Gravamen del 4 x 1.000	51,800	155.400
TOTAL	27.070.271	44.563.968

5.1.4 Inversión total. Está conformado por tres rubros, que se resumen en: Inversión fija, Inversión diferida y capital de trabajo. Para el presente proyecto asciende a \$118.436.968.

Cuadro 72. Inversión Total del Proyecto

INVERSIÓN TOTAL	VALOR
Inversión Fija Cuadro 53	62.065.000
Inversión Diferida Cuadro 54	11.808.000
Inversión en Capital de Trabajo Cuadro 73	44.563.968
TOTAL	118.436.968

5.1.5 Fuentes de financiación. Para el montaje de la empresa de Servicios Náuticos SAS, se estima una inversión total de \$118.267.968, su financiamiento será con recursos propios por \$78.436.968 y se requiere de un crédito por valor de \$40.000.000.

Cuadro 73. Fuentes de financiación

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Recursos Propios	78.436.968	63%
Recursos de Crédito	40.000.000	37%
TOTAL	118.436.968	100%

El financiamiento con crédito corresponde al 37% del valor de la inversión total, los cuales se harán las proyecciones de pago con sus respectivos intereses, en un periodo de cinco años.

Cuadro 74. Resumen crédito

ÑO	PAGOS	INTERESES	ABONO A CAPITAL	SALDO
1	12,791,962	7,651,535	5,140,427	34,859,573
2	12,791,962	6,506,486	6,285,476	28,574,097
3	12,791,962	5,106,373	7,685,589	20,888,509
4	12,791,962	3,394,380	9,397,581	11,490,927
5	12,791,962	1,301,035	11,490,927	-0
TOTAL	63,959,809	23,959,809	40,000,000	

5.2 COSTOS Y GASTOS

5.2.1 Costos y gastos fijos. Conformados por los costos y gastos que no tiene fluctuación en el horizonte del proyecto y que se requieren independientemente del nivel de ventas de la empresa.

Cuadro 75. Costos Fijos

COSTOS FIJOS	AÑO 1
Mano de obra directa	62.680.856
Costos indirectos del servicio	21.483.500
Gastos administrativos	80.454.950
Gastos de ventas	33.617.948
TOTAL	198.237.255

Cuadro 76. Costos Fijos proyectados

COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de obra directa	62.680.856	62.680.856	62.680.856	62.680.856	62.680.856
Costos indirectos del servicio	21.483.500	21.483.500	21.483.500	21.483.500	21.483.500
Gastos administrativos	80.454.950	80.454.950	80.454.950	80.454.950	80.454.950
Gastos de ventas	33.617.948	33.617.948	33.617.948	33.617.948	33.617.948
TOTAL	198.237.255	198.237.255	198.237.255	198.237.255	198.237.255

5.2.2 Costos y gastos variables. Está conformado por los materiales, insumos y los gastos financieros del servicio de la empresa de Servicios Nauticos.

Cuadro 77. Costos Variables

COSTOS VARIABLES	AÑO 1
Materiales e insumos	125.760.000
Costos indirectos del servicio	9.252.335
Impuestos	22.763.139
TOTAL	157.775.474

Cuadro 78. Costos Variables proyectados

COSTOS VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inventarios de mercancías	125.760.000	132,048,000	138,650,400	145,582,920	149,069,687
Gastos ventas	9.252.335	8,187,326	6,871,255	5,247,507	3,246,817
Gastos financieros	22.763.139	27,790,722	33,136,941	38,832,707	46,203,226
TOTAL	157.775.474	168,026,048	178,658,596	189,663,133	198,519,730

5.2.3 Costo y gasto total unitario. Son los costos y gastos unitarios, teniendo en cuenta la cantidad de planes que se comercializan por parte de la empresa de servicios recreativos náuticos, que a continuación se relacionan:

Cuadro 79. Costos fijos unitarios

SERVICIOS	PORCENTAJE	COSTOS FIJOS	CANTIDADES	COSTOS FIJOS UNITARIO
Plan I Aventura Sol y Agua	39	62.680.856	840	91.639
Plan II Aventura Náutica	21	21.483.500	600	70.339
Plan III Paquete turístico Personal	40	80.454.950	840	94.116
TOTAL	100%	198.237.255		

Cuadro 80. Costos variables unitarios

SERVICIOS	PORCENTAJE	COSTOS VARIABLES	CANTIDADES	COSTOS VARIABLES UNITARIOS
Plan I Aventura Sol y Agua	39	61.265.139	840	72.935
Plan II Aventura Náutica	21	33.589.381	600	55.982
Plan III Paquete turístico Personal	40	62.920.954	840	74.906
TOTAL	100%	157.775.474		

Cuadro 81. Costos totales unitarios

SERVICIOS	COSTOS FIJOS UNITARIOS	COSTOS VARIABLES UNITARIOS	COSTOS TOTALES
Plan I Aventura Sol y Agua	91.639	72.935	164.574
Plan II Aventura Nautica	70.339	55.982	126.321
Plan III Paquete turisitico Personal	94.116	74.906	169.022

5.3 PRECIO DE VENTA

La empresa Servicios Náuticos Recreativos SAS., ha estimado todos los costos de acuerdo a los planes a ofrecer. A partir de este dato, se incluye el porcentaje de utilidad esperada (PV: Costos totales + % de utilidad), siendo un margen del 12,50%, lo cual permite establecer un precio competitivo para penetrar y sostenerse en el mercado.

Cuadro 82. Precio de venta

SERVICIOS	COSTOS TOTALES	UTILIDAD	PRECIO DE VENTA
Plan I Aventura Sol y Agua	164,574	20,426	185,000
Plan II Aventura Nautica	126,321	15,679	142,000
Plan III Paquete turisitico Personal	169,022	20,978	190,000

5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS

5.4.1 Ingresos. De acuerdo con la capacidad utilizada y proyectada, se elabora el presupuesto de ingresos para La empresa Servicios Náuticos Recreativos SAS en Barrancabermeja.

Cuadro 83. Presupuesto de ingresos año 1

SERVICIOS	CANTIDAD	PRECIO VENTA	VENTA MES	VENTAS AÑO 1
Plan I Aventura Sol y Agua	70	185,000	12,950,000	155,400,000
Plan II Aventura Nautica	50	142,000	7,100,000	85,200,000
Plan III Paquete turisitico Personal	70	190,000	13,300,000	159,600,000
TOTAL	190		33,350,000	400,200,000

Cuadro 84. Presupuesto de ingresos año 2

SERVICIOS	CANTIDAD	PRECIO VENTA	VENTA MES	VENTAS AÑO 2
Plan I Aventura Sol y Agua	74	185,000	13,597,500	163,170,000
Plan II Aventura Nautica	53	142,000	7,455,000	89,460,000
Plan III Paquete turisitico Personal	74	190,000	13,965,000	167,580,000
TOTAL	200		35,017,500	420,210,000

Cuadro 85. Presupuesto de ingresos año 3

SERVICIOS	CANTIDAD	PRECIO VENTA	VENTA MES	VENTAS AÑO 3
Plan I Aventura Sol y Agua	77	185,000	14,277,375	171,328,500
Plan II Aventura Nautica	55	142,000	7,827,750	93,933,000
Plan III Paquete turisitico Personal	77	190,000	14,663,250	175,959,000
TOTAL	209	-	36,768,375	441,220,500

Cuadro 86. Presupuesto de ingresos año 4

SERVICIOS	CANTIDAD	PRECIO VENTA	VENTA MES	VENTAS AÑO 4
Plan I Aventura Sol y Agua	81	185,000	14,991,244	179,894,925
Plan II Aventura Nautica	58	142,000	8,219,138	98,629,650
Plan III Paquete turisitico Personal	81	190,000	15,396,413	184,756,950
TOTAL	220		38,606,794	463,281,525

Cuadro 87. Presupuesto de ingresos año 5

SERVICIOS	CANTIDAD	PRECIO VENTA	VENTA MES	VENTAS AÑO 5
Plan I Aventura Sol y Agua	85	185,000	15,740,806	188,889,671
Plan II Aventura Nautica	61	142,000	8,630,094	103,561,133
Plan III Paquete turisitico Personal	85	190,000	16,166,233	193,994,798
TOTAL	231		40,537,133	486,445,601

5.4.2 Egresos. De acuerdo con la capacidad utilizada y proyectada, se elabora el presupuesto de egresos.

Cuadro 88. Egresos proyectados a cinco años

EGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos y materiales	118.125.000	125.318.813	132.950.728	141.047.428	149.637.216
Mano de obra directa	62,680,856	62,680,856	62,680,856	62,680,856	62,680,856
costos indirectos del servicios	21,483,500	21,483,500	21,483,500	21,483,500	21,483,500
Gastos de administración	80,454,950	80,454,950	80,454,950	80,454,950	80,454,950
Gastos de ventas	33,617,948	33,617,948	33,617,948	33,617,948	33,617,948
Pago de Impuestos	22,763,139	27,790,722	33,136,941	38,832,707	46,203,226
Abonos a capital	5,140,427	6,285,476	7,685,589	9,397,581	11,490,927
Pago de Intereses	7,651,535	6,506,486	5,106,373	3,394,380	1,301,035
TOTAL	356,012,729	366,263,303	376,895,851	387,900,388	396,756,985

5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

5.5.1 Estado de resultados proyectados. El Estado de Resultados, muestra las utilidades producidas en el negocio, en el período de análisis en el horizonte del proyecto (cinco años).

Básicamente compara ingresos causados de los costos y gastos en un período de operación, de igual forma el beneficio o pérdida que ha generado la actividad económica de una empresa en un determinado tiempo y adicionalmente produce como resultado el valor de los impuestos de renta. A continuación se presenta para la empresa Servicios Náuticos Recreativos SAS

Cuadro 89. Estado de Resultados proyectado

	Año	Año	Año	Año	Año
INGRESOS PLANES	1	2	3	4	5
Plan I Aventura Sol y Agua	155,400,000	163,170,000	171,328,500	179,894,925	188,889,671
Plan II Aventura Nautica	85,200,000	89,460,000	93,933,000	98,629,650	103,561,133
Plan III Paquete turistico Personal	159,600,000	167,580,000	175,959,000	184,756,950	193,994,798
TOTAL INGRESOS	400,200,000	420,210,000	441,220,500	463,281,525	486,445,601
Mano de Obra Directa MOD	62,680,856	62,680,856	62,680,856	62,680,856	62,680,856
Insumos y materiales D.	125,760,000	132,048,000	138,650,400	145,582,920	149,069,687
Costos Indirectos del servicio	21,483,500	21,483,500	21,483,500	21,483,500	21,483,500
COSTOS DELSERVICIO	209,924,356	216,212,356	222,814,756	229,747,276	233,234,043

Cuadro 89. (Continuación)

	Año	Año	Año	Año	Año
UTILIDAD BRUTA	190,275,644	203,997,644	218,405,744	233,534,249	253,211,559
Gastos de Personal	48,967,100	48,967,100	48,967,100	48,967,100	48,967,100
Gastos de Administración	31,487,850	31,487,850	31,487,850	31,487,850	31,487,850
Gastos de Personal de Ventas	25,997,948	25,997,948	25,997,948	25,997,948	25,997,948
Gastos de ventas	7,620,000	7,620,000	7,620,000	7,620,000	7,620,000
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	114,072,899	114,072,899	114,072,899	114,072,899	114,072,899
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS	76,202,745	89,924,745	104,332,845	119,461,350	139,138,660
Gastos Financieros	7,651,535	6,506,486	5,106,373	3,394,380	1,301,035
Gravamen del 4 x 1.000	1,600,800	1,680,840	1,764,882	1,853,126	1,945,782
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	66,950,410	81,737,419	97,461,590	114,213,844	135,891,843
Provisión para Impuestos	22,763,139	27,790,722	33,136,941	38,832,707	46,203,226
UTILIDAD NETA	44,187,271	53,946,697	64,324,649	75,381,137	89,688,616
RESERVAS	4,418,727	5,394,670	6,432,465	7,538,114	8,968,862

5.5.2 Flujo de caja proyectado. A continuación se detalla

Cuadro 90. Flujo de Caja año 0 al 3

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos operacionales		391,306,667	410,872,000	431,415,600
Recuperación de Cartera			8,893,333	9,338,000
Total de Ingresos Operacionales		391,306,667	419,765,333	440,753,600
Pagos de Costos				
Pago de insumos y materiales		125,760,000	132,048,000	138,650,400
Pago Mano de obra directa		62,680,856	62,680,856	62,680,856
Pago Costos Indirectos del servicio		21,483,500	21,483,500	21,483,500
Depreciaciones		-5,385,000	-5,385,000	-5,385,000
Total Pagos de Costos Operacionales		204,539,356	210,827,356	217,429,756
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		186,767,311	208,937,977	223,323,844
Pagos de Gastos				
Pago de Gastos de Administración		80,454,950	80,454,950	80,454,950
Amortizaciones		-2,361,600	-2,361,600	-2,361,600
Depreciaciones		-1,441,500	-1,441,500	-1,441,500
Pago de Gastos de Ventas		33,617,948	33,617,948	33,617,948
Pago de Impuestos		-	22,763,139	27,790,722
Total Pago de Gastos Operacionales		110,269,799	133,032,938	138,060,521

Cuadro 90. (Continuación)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		76,497,512	75,905,039	85,263,323
Inversiones				
Inversión Fija	62,065,000	-	-	-
Inversión Diferida	11,808,000			
Inversión en Capital de Trabajo	44,563,968			
Total de Inversiones	118,436,968	-	-	-
FLUJO DE CAJA LIBRE	-118,436,968	76,497,512	75,905,039	85,263,323
Financiación				
Aportes de los socios	78,436,968			
Crédito Financiero	40,000,000			
Total Ingresos de Financiación	118,436,968	-	-	-
Egresos de Financiación				
Abonos a capital		5,140,427	6,285,476	7,685,589
Pago de Intereses		7,651,535	6,506,486	5,106,373
Gravamen del 4 x 1.000		1,600,800	1,680,840	1,764,882
Pago de Utilidades			15,907,417	19,420,811
Total Egresos de Financiación		14,392,762	30,380,219	33,977,655
FLUJO DE CAJA DE FINANCIACIÓN	118,436,968	-14,392,762	-30,380,219	-33,977,655
SALDO FINAL DE CAJA Y	-118,436,968	62,104,750	45,524,820	51,285,668

Cuadro 91. Flujo de Caja año 4 al 6

	Año 0	Año 4	Año 5	Año 6
Ingresos operacionales		452,986,380	486,445,601	
Recuperación de Cartera		9,804,900	10,295,145	
Total de Ingresos Operacionales		462,791,280	496,740,746	
Pagos de Costos				
Pago de insumos y materiales		145,582,920	149,069,687	
Pago de mano de obra directa		62,680,856	62,680,856	
Pago Costos Indirectos del servicio		21,483,500	21,483,500	
Depreciaciones		-5,385,000	-5,385,000	
Total Pagos de Costos Operacionales		224,362,276	227,849,043	
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL BRUTO		238,429,004	268,891,704	
Pagos de Gastos				
Pago de Gastos de Administración		80,454,950	80,454,950	
Amortizaciones		-2,361,600	-2,361,600	
Depreciaciones		-1,441,500	-1,441,500	
Pago de Gastos de Ventas		33,617,948	33,617,948	
Pago de Impuestos		33,136,941	85,035,933	
Total Pago de Gastos Operacionales		143,406,739	195,305,732	

Cuadro 91. (Continuación)

	Año 0	Año 4	Año 5	Año 6
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		95,022,265	73,585,972	
Inversiones				
Inversión Fija	62,065,000	-	-	
Inversión Diferida	11,808,000			
Inversión en Capital de Trabajo	44,563,968			44,563,968
Total de Inversiones	118,436,968	-	-	
FLUJO DE CAJA LIBRE	-118,436,968	95,022,265	73,585,972	44,563,968
Financiación				
Aportes de los socios	78,436,968			
Crédito Financiero	40,000,000			
Otras Fuentes (Valor en libro)				27,932,500
Total Ingresos de Financiación	118,436,968	-		
Egresos de Financiación				
Abonos a capital		9,397,581	11,490,927	
Pago de Intereses		3,394,380	1,301,035	
Gravamen del 4 x 1.000		1,853,126	1,945,782	
Pago de Utilidades		23,156,874	27,137,209	
Total Egresos de Financiación		37,801,962	41,874,954	
FLUJO DE CAJA DE FINANCIACIÓN	118,436,968	51,285,668	57,220,303	
SALDO FINAL DE CAJA Y BANCOS	-118,436,968	57,220,303	31,711,018	72,496,468

El flujo de caja es una herramienta que permite determinar las necesidades reales de capital en los distintos momentos del desarrollo de la empresa. Aquél compara los ingresos efectivamente recibidos y los egresos efectivamente pagados.

Con base en el flujo de caja pueden determinarse los momentos en los cuáles se requiere los recursos. En el cuadro anterior se puede observar los resultados del flujo de caja para la empresa Servicios Náuticos Recreativos SAS, proyectados a cinco años, siendo positivos para los inversionistas en un horizonte de cinco años, siendo este estado la base para elaborar la evaluación financiera, económica y social de la iniciativa empresarial.

5.5.3 Balance general inicial y proyectado. A continuación se elabora el balance general proyectado para la empresa Servicios Náuticos Recreativos SAS

Cuadro 92. Balance General Proyectado

Balance General Proyectado		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
Caja y Bancos	44,563,968	106,668,717	152,193,537	203,479,205	260,699,508	292,410,526
Cartera (Cuentas por Cobrar)		8,893,333	9,338,000	9,804,900	10,295,145	-
Total Activo Corriente	44,563,968	115,562,051	161,531,537	213,284,105	270,994,653	292,410,526
Maquinaria y Equipo	41,450,000	41,450,000	41,450,000	41,450,000	41,450,000	41,450,000
Muebles y Enseres	4,725,000	4,725,000	4,725,000	4,725,000	4,725,000	4,725,000
Equipos de Oficina	9,690,000	9,690,000	9,690,000	9,690,000	9,690,000	9,690,000
Elementos de oficina	6,200,000	6,200,000	6,200,000	6,200,000	6,200,000	6,200,000
Depreciación Acumulada	-	-6,826,500	-13,653,000	-20,479,500	-27,306,000	-34,132,500
Total Activo Fijo Neto	62,065,000	55,238,500	48,412,000	41,585,500	34,759,000	27,932,500
Activos Diferidos	11,808,000	11,808,000	11,808,000	11,808,000	11,808,000	11,808,000
Amortización Diferida	-	-2,361,600	-4,723,200	-7,084,800	-9,446,400	-11,808,000
Activo Diferido Neto	11,808,000	9,446,400	7,084,800	4,723,200	2,361,600	-
TOTAL ACTIVOS	118,436,968	180,246,951	217,028,337	259,592,805	308,115,253	347,270,746
PASIVOS						
Obligaciones Financieras	5,140,427	6,285,476	7,685,589	9,397,581	11,490,927	-
Impuestos por pagar		22,763,139	27,790,722	33,136,941	38,832,707	
Total Pasivo Corriente	5,140,427	29,048,615	35,476,311	42,534,522	50,323,634	
Obligaciones de Largo Plazo	34,859,573	28,574,097	20,888,509	11,490,927	-	
PASIVO TOTAL	15,000,000	20,955,294	18,850,388	16,181,961	12,833,521	
Aportes Sociales	78,436,968	78,436,968	78,436,968	78,436,968	78,436,968	78,436,968
Utilidades Ejercicios Anteriores		-	39,768,544	72,413,153	110,884,527	155,570,676
Utilidades del Presente Ejercicio		39,768,544	32,644,609	38,471,374	44,686,149	53,582,545
Reservas		4,418,727	9,813,397	16,245,862	23,783,975	32,752,837
PATRIMONIO	78,436,968	122,624,238	160,663,517	205,567,356	257,791,619	320,343,026
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	118,436,968	180,246,951	217,028,337	259,592,805	308,115,253	320,343,026

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Esta iniciativa de la empresa de Servicios Náuticos Recreativos S.A.S, esta comprometida con la responsabilidad social empresarial y por consiguiente cumplirá lo siguiente:

- ✓ Aspectos sociales: Al constituirse como ente económico y jurídico, generará los empleos directos mediante contrato de trabajo fijo y por prestación de servicios, contribuyendo con el desarrollo económico del municipio de Barrancabermeja, además de los empleos indirectos, que sean sostenibles mediante la planeación de la empresa.
- ✓ Aspectos ambientales: La entidad al realizar su actividad económica en lugares donde existen espejos de agua, implementará estrategias y acciones para que los clientes no generen los materiales o desechos, protegiendo el medio ambiente, creando una cultura ambiental, por consiguiente se compromete a no generar residuos al aire o fuente de agua, reciclando aquellos elementos como carton y plásticos.
- ✓ Aspectos Laborales: La empresa realizará la planeación de los ingresos y egresos, estimando el presupuesto para la cancelación oportuna de los salarios básicos, prestaciones de seguridad social y de ley. Continuamente se compromete al desarrollo del talento humano, generando acciones para el trabajo en equipo.
- ✓ Relaciones con los proveedores: Mantener y conservar las buenas relaciones con los proveedores, para asegurar el suministro oportuno de los insumos requeridos en el proceso de prestación de servicios y la calidad de la atención a los clientes.
- ✓ Empoderamiento de la Etica como eje fundamental en las acciones diarias, evaluando el compromiso con la sociedad, a través del comportamiento, aplicar los valores, la responsabilidad, integridad, el respeto y la transparencia con toda una comunidad.

6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

6.2.1 Matriz de evaluación de impactos. La empresa de Servicios Náuticos Recreativos SAS, implementará acciones para contribuir a no generar impacto en el agua, suelo, aire o vegetal, debido a que su accionar o prestación de servicios se realizará en lugares donde hay espejos o fuentes de agua.

Por lo anterior, se elabora la matriz de evaluación de los impactos de la empresa de servicios, para tener una herramienta preventiva, teniendo en cuenta los recursos como son agua, aire, suelo y vegetales.

Cuadro 93. Matriz de Evaluación de Impactos.

RECURSOS	Criterio de evaluación	CARÁCTER		Importancia		
	Impactos	(+)	(-)	Alta	Media	Baja
AGUA	Alteración de morfología de drenajes		x			x
	Ocupación temporal de causas		x	x		
	Aumento de sólidos		x	x		
AIRE	Generación de ruido		x	x		
	Emisiones de polvo		x	x		
	Aumento de la temperatura		x			x
SUELO	Desestabilización de taludes		x			x
	Generación de procesos erosivos		x			x
	Aceleración de procesos erosivos		x			x
VEGETALES	Remoción de vegetal natural		x			x
	Tala de árboles		x			x

6.2.2 Plan de mitigación. (Antes, durante y después del proceso) dentro de un desarrollo sostenible.

Antes del proceso: El contacto con los clientes se realizará de forma virtual y personal, diariamente se revisan y actualizan la información de solicitudes, sugerencias recibidas con relación al servicio de recreación náutica, Así mismo, el contacto con los proveedores para articular los requerimientos. En esta etapa se manejará información o datos usando las Tic (Tecnología de la información y comunicación), no se presentan residuos ni impacto al medio ambiente. Se presentan algunos residuos como cajas de cartón y plásticos que serán reciclados adecuadamente.

Durante el proceso. Los clientes desde que ingresan al vehículo transportador de la chiva, se socializará la importancia del manejo de los residuos y en especial de gozar de las fuentes de agua sin dejar residuos dentro de los espejos de agua, creando una cultura ambiental. Se tendrá las bolsas y canecas para que las personas depositen sus residuos en lugares destinados.

Después del proceso. Se aplican las encuestas de satisfacción a cada cliente, con el fin de hacer seguimiento y control, incluyendo el tema de los residuos y de la importancia de crear cultura ambiental.

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

6.3.1 Valor presente neto. Es un criterio de decisión para evaluar una iniciativa empresarial, se determina por la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, considerado como año cero. Por consiguiente, es importante definir algunos factores macroeconómicos para su cálculo como son:

El TES³¹ se denomina a un título de deuda del gobierno de Colombia, para recaudar fondos. De acuerdo con el Comunicado de prensa No.036, Colombia reabrió el mercado de los bonos TES³², con vencimiento al año 2021, siendo la tasa ofrecida el 5,88%, este datos, se tiene en cuenta para el calculo respectivo.

La Tasa de riesgo media TR. Se considera su concepto el sobreprecio que paga un país para financiarse en los mercados, en comparación con otro país. Por lo tanto, el concepto de tasa de riesgo medio, es prioritario para deflactar la tasa, se considera la prima de riesgo de un país es la diferencia entre la expedición de bonos o títulos de deuda a 10 años. Cuanto mayor es el riesgo de un país más deberá remunerar éste a los inversores para que adquieran su deuda. En esta investigación se toma como referencia la tasa de riesgo media para el cálculo del pasivo pensional en Colombia, que se encuentra en el 12%³³.

$$TO = \frac{1 + TES}{1 + TR} - 1 \times 100$$

³¹ GACETA FINANCIERA. Definición del TES. Disponible <http://www.gacetafinanciera.com/DPI.pdf>

³² MINISTERIO DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO. Comunicado de prensa 036 de 2010. Disponible en <http://www.minhacienda.gov.co/porta/pls/porta/docs/1/5824589.PDF>

³³ BANCO DE LA REPÚBLICA. Tasa de interés de largo plazo interés técnico y pasivo pensional disponible en http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/be_796.pdf

$$TO = \frac{1 + 5,88\%}{1 + 12\%} - 1 \times 100$$

$$TO = \frac{1 + 0,0588}{1 + 0,12} - 1 \times 100$$

$$TO = 17.88\%$$

Con la relación:

$$TMAR = (TO \times RP + RC \times TI \times 1 - \% IMP)$$

TO: Tasa de oportunidad calculada

RP: Porcentaje de recursos propios

RC: Porcentaje de recursos de crédito

TI: Tasa de interés del crédito

% IMP: Porcentaje de impuesto a la Renta

TES: título de tesorería a 5 años Banco de la república

$$TMAR = (TO \times RP + RC \times TI \times 1 - \% IMP)$$

$$TMAR = (17.88\% \times 67\% + (33\% \times 21.28\%) \times 1 - 34\%$$

$$TMAR = (0.1788 \times 0.67 + 0.33 \times 0.2128 \times 1 - 0.34$$

$$TMAR = (0.119 + 0.0702 \times 0.66$$

$$TMAR = (0.119 + 0.046$$

$$TMAR = 0.1653: 16.53\% :$$

La Tasa Real o Tasa Deflactada que se utiliza al evaluar iniciativas empresariales, es aquella tasa donde el mercado financiero le ofrece a los inversionistas en ausencia de la inflación. Es importante analizar una inversión que involucre el manejo del dinero y el efecto que produce la inflación, por lo tanto se utilizará la

tasa de inflación del año 2014, que fue del 3.66% según el DANE³⁴. Los flujos de caja se trabajaron en pesos constantes, por lo tanto se debe deflactar la tasa con la siguiente fórmula:

$$TMAR\ DEFLACTADA = \frac{(1 + TMAR - 1)}{(1 + TI)} \times 100$$

$$TMAR\ DEFLACTADA = \frac{(1 + 0.1653 - 1)}{(1 + 0.0366)} \times 100$$

$$TMAR\ DEFLACTADA = \frac{(1.1653) - 1}{(1.0366)} \times 100$$

$$TMAR\ DEFLACTADA = 0.1124 \times 100$$

$$TMAR\ DEFLACTADA = 11.24\%$$

Cuadro 94. Valor presente Neto

Año 0	-118,436,968
Año 1	62,104,750
Año 2	45,524,820
año 3	51,285,668
Año 4	57,220,303
Año 5	31,711,018
Año 6	72,496,468
TASA	11.24%
VPN	105.685.581

6.3.2 Tasa interna de retorno TIR. Es la tasa porcentual, en la cual la diferencia entre los ingresos y egresos actualizados con esa tasa, hacen el Valor Presente Neto VPN igual a cero (0). Es aquella que sirve para determinar la rentabilidad del proyecto, facilitando la tasa de interés con que el inversionista está recuperando lo que aportó y de esta manera saber si vale la pena el proyecto o si es mejor invertir su dinero en otro tipo de negocio que le resulte más rentable.

³⁴ EL HERALDO.CO La inflación en Colombia en 2014, fue del 3.55%: DANE, disponible en <http://www.elheraldo.co/economia/la-inflacion-en-colombia-en-2014-fue-de-366-dane-179506>

Cuadro 95. Tasa Interna de Retorno

Año 0	-118,436,968
Año 1	62,104,750
Año 2	45,524,820
año 3	51,285,668
Año 4	57,220,303
Año 5	31,711,018
Año 6	72,496,468
TIR	39.18%

6.3.3 Periodo de recuperación. Para realizar el análisis del periodo de recuperación se elabora el siguiente cuadro:

Cuadro 96. Recuperación de la inversión

AÑO		FLUJO ESPERADO	TASA DE DESCUENTO	FACTOR DE DESCUENTO	VALOR ACTUAL	VALOR ACTUAL AJUSTADO
Año	0	-118,436,968	11.24%	1.000000	-118,436,968	-118,436,968
Año	1	62,104,750	11.24%	0.897585	55,829,513	-62,607,455
Año	2	45,524,820	11.24%	0.805660	36,789,702	-25,817,753
Año	3	51,285,668	11.24%	0.723148	37,257,446	11,439,693
Año	4	57,220,303	11.24%	0.649088	37,368,549	48,808,242
Año	5	31,711,018	11.24%	0.582612	18,616,811	67,425,052
Año	6	72,496,468	11.24%	0.328889	23,843,323	91,268,375

El período de recuperación de la inversión se estima en un periodo de dos años y diez meses aproximadamente.

6.3.4 Análisis de las razones financieras. Se calculan las siguientes razones financieras, para la Servicios Náuticos Recreativos S.A.S., teniendo en cuenta los saldos de los estados financieros:

- ✓ Razón circulante: $\frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo a corto plazo}}$

AÑO	Fórmula: Activo Circulante/ Pasivo a corto plazo	Respuesta
AÑO 1	$\frac{115.562.051}{29.048.615}$	3.98 veces
AÑO 2	$\frac{161.531.537}{35.476.311}$	4.55 veces
AÑO 3	$\frac{213.284.105}{42.534.522}$	5.01 veces
AÑO 4	$\frac{270.994.653}{50.323.634}$	8.45 veces
AÑO 5	$\frac{292.410.526}{}$	Al quinto año no tiene pasivo a corto plazo

Capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones en el corto plazo, es decir el número de veces que cubre con sus activos los pasivos a corto plazo. En este caso son 3.98 veces para el primer año de operaciones, siendo positivo porque será una liquidez alta de la empresa. En este caso va aumentando con el tiempo, por lo tanto, la empresa tendrá más solvencia.

Razones de rentabilidad:

Este indicador expresa que las ventas de la empresa generan un porcentaje de utilidad en el año correspondiente, es decir, por cada peso vendido en el primer año generó 11.04% para el primer año de operaciones, incrementándose año tras año.

A continuación se presenta el cálculo de la razón de rentabilidad.

✓ Razón Margen de utilidad sobre ventas: Utilidad neta / ventas totales

AÑO	Fórmula: utilidad Neta/ ventas totales	Respuesta
AÑO 1	$\frac{44.187.271}{400.200.000} \times 100$	11.04%
AÑO 2	$\frac{53.946.697}{420.210.000} \times 100$	12.84%
AÑO 3	$\frac{64.324.649}{441.220.500} \times 100$	14.58%
AÑO 4	$\frac{75.381.137}{463.281.525} \times 100$	16.27%
AÑO 5	$\frac{89.688.616}{486.445.601} \times 100$	18.44%

✓ **Razón Margen de utilidad bruta sobre ventas: Utilidad bruta / ventas totales**

AÑO	Fórmula: utilidad bruta / ventas totales x100	Respuesta
AÑO 1	$\frac{190.275.644}{400.200.00} \times 100$	47.55%
AÑO 2	$\frac{203.997.644}{420.210.000} \times 100$	48.55%
AÑO 3	$\frac{218.405.744}{441.220.500} \times 100$	49.50%
AÑO 4	$\frac{233.534.249}{463.281.525} \times 100$	50.41%
AÑO 5	$\frac{253.211.559}{486.445.601} \times 100$	52.05%

Esta razón indica que las ventas de la empresa generan utilidad bruta, sin tener en cuenta los gastos administrativos, financieros y de ventas. Por cada peso vendido genera un 47.55% para el primer año de operaciones.

✓ **Razón Rendimiento de la inversión: Utilidad neta / patrimonio**

AÑO	Fórmula: utilidad Neta/ patrimonio x100	Respuesta
AÑO 1	$\frac{16.004.786}{56.623.535} \times 100$	28.3%
AÑO 2	$\frac{16.516.721}{73.140.256} \times 100$	22.6%
AÑO 3	$\frac{16.950.533}{90.090.789} \times 100$	18.8%
AÑO 4	$\frac{17.307.163}{107.397.952} \times 100$	16.1%
AÑO 5	$\frac{17.589.777}{124.987.729} \times 100$	14.1%

La razón de rendimiento indica que la empresa tendrá para el primer año de operaciones 28.3% de rentabilidad sobre su patrimonio. Por lo tanto, se refiere a la capacidad del ente económico de generar ingresos a través de su patrimonio.

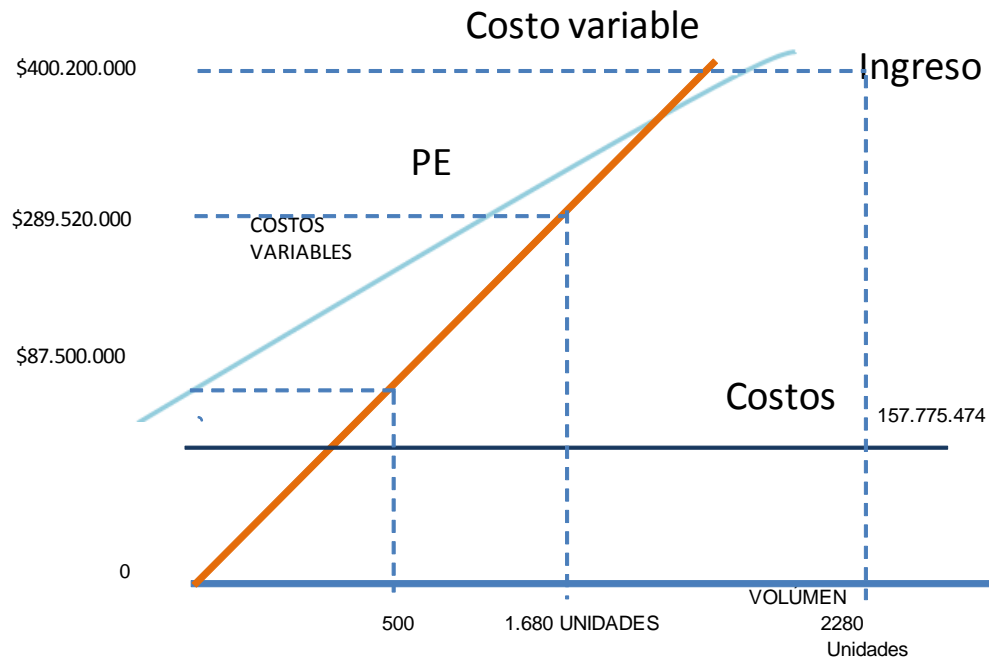
6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

A continuación se elabora el punto de equilibrio multiproducto.

Cuadro 97. Punto de equilibrio

PRODUCTOS (A)	CANTIDADES PROYECTADA (B) Ver cuadro 82	PRECIO UNITARIO (C) Ver cuadro 82	COSTO VARIABLE UNITARIO (D) Ver cuadro 79.	MARGEN CONTRIBUCIÓN UNITARIO (E) C- D	(F) PESO DE C / PRODUCTO B/TOTAL B	MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO (G) E*F	PUNTO EQUILIBRIO UNIDS (H) Total H *F
Plan Aventura Sol y Agua I	70	185,000	68,066	116,934	0.37	43,081	51
Plan Aventura Nautica II	50	142,000	52,245	89,755	0.26	23,620	37
Plan Paquete turistico Personal III	70	190,000	69,906	120,094	0.37	44,245	51
0	190	0			1	110,946	140

Figura 10. Punto de equilibrio.



7. CONCLUSIONES

Las autoras del proyecto concluyen lo siguiente:

- ✓ Existe un mercado para la comercialización de planes turísticos en el municipio de Barrancabermeja, de acuerdo con la investigación, la ciudad cuenta con 15.001 hogares de los estratos 3, 4 y 5, y en promedio visitan o salen a recreación 4.89 veces al año, por lo tanto demandan 40.540 servicios demandados.
- ✓ En el análisis de la competencia se identificaron tres establecimientos que ofrecen el servicio náutico en la ciudad de Barrancabermeja, que son el Centro Recreacional Cafaba, Club Nautico y Club Miramar, se pudo detectar que existe una demanda insatisfecha que se desplazan hacia otras localidades para gozar de este deporte.
- ✓ El logotipo de la empresa está orientado a posicionar el servicio náutico en la mente de los clientes, acompañado de las estrategias de publicidad y promoción, se considera que existirá una buena comunicación con los miembros de los hogares.
- ✓ En el estudio técnico, se definieron los factores que condicionan la capacidad del proyecto, se tuvo en cuenta la logística que implica el proceso de venta y la atención en la página web, por lo que se considera una buena estrategia para penetrar y sostenerse en el mercado. Sobre la localización se utilizó el estudio por puntos para definir el sitio de las oficinas. Con relación a los espejos de agua, la ciudad cuenta con la Ciénaga San Silvestre, la cual es la mejor opción para esta iniciativa empresarial. De igual forma, se desarrollaron otros temas que forman parte de este estudio como la distribución en planta y la estimación de los recursos físicos y humanos.
- ✓ En el estudio administrativo se determinó, la creación de una Sociedad por Acciones Simplificadas SAS, con una estructura flexible, ágil que aporte elementos importantes para la toma de decisiones: por eso se diseñó un organigrama y un análisis de los perfiles de los cargos, que le permita ser una organización activa que enfrente los desafíos y retos del mercado.

- ✓ En el estudio financiero, se cuantificaron los costos y gastos que sustentan el proceso de comercialización de los planes turísticos. Datos importantes para evaluar y sustentar un precio de venta competitivo. La información de este estudio, aportó insumos para la elaboración de los estados financieros, como son el estado de resultados, flujo de caja y balance general.

- ✓ El proyecto contempla estrategias en lo ambiental, por cuanto se va a utilizar la cienaga San Silvestre, se concientiza a los clientes y se hace un plan para recolectar los residuos como el plástico, botellas y cartón.

- ✓ Financieramente se estima conveniente el proyecto, toda vez que los criterios de evaluación del VPN es de \$105.685.581, la TIR 39.18% siendo atractivo para los inversionistas.

- ✓ Finalmente, de acuerdo con las conclusiones de cada estudio, de mercado, técnico, administrativo, financiero y de evaluación, es una iniciativa empresarial viable, factible y rentable, concluyendo su conveniencia para el montaje y puesta en marcha de la empresa de Servicios Nauticos en el municipio de Barrancabermeja.

8. RECOMENDACIONES

Las autoras del proyecto recomiendan lo siguiente:

- ✓ Los planes de recreación, deben ser ajustado e innovados permanentemente, por eso la importancia de un recreacionista directo con la empresa, que permita introducir valor agregado para los clientes.
- ✓ Los vendedores deben ser entrenados, para atender de forma virtual o personal a los clientes potenciales, con el fin de transmitir el mensaje sobre la comercialización de un servicio, donde se integra a las familias.
- ✓ Tener una actitud positiva frente a las necesidades y expectativas reales de los clientes, evaluar constantemente los resultados de la encuesta de satisfacción, que le permite evidenciar mejores condiciones en el servicio.
- ✓ Finalmente, de acuerdo con los resultados de la evaluación financiera, con los criterios de Tasa Interna de Retorno TIR, Valor Presente Neto VPN, las razones financieras y el punto de equilibrio, se recomienda crear esta iniciativa empresarial.

BIBLIOGRAFIA

ZEITHAML A. Valarie, "Marketing de servicios un enfoque de integración del cliente a la empresa", México, McGraw-Hill, 3pp

ALCALDÍA DE BARRANCABERMEJA. Plataforma logística multimodal Barrancabermeja, Julio de 2011. Disponible en internet en [https://www.google.com.co/search?q=plataforma+logística+en+barrancabermeja&oq=plataforma+logística+en+barra&aqs=chrome.1.69i57j0l2.9034j0j8&sourceid=chrome&espv=210&es_sm=122&ie=UTF-8] consultada el 02 de Noviembre de 2013.

ALCALDÍA DE BARRANCABERMEJA, "Barrancabermeja en cifras", oficina de planeación, 2006.

CAMARA DE COMERCIO. Observatorio Económico y de competitividad. Boletín: "Barrancabermeja, ciudad competitiva" Año 2010. Disponible en internet en [<http://www.ccbarranca.org.co/contenido/images/stories/observatorio/documentos/competitividad/barranca%20compite.pdf>] [Consultada el 08 de Abril de 2013]

CER. Observatorio del Mercado laboral del Magdalena Medio. Modulo Encuestas a Hogares de Barrancabermeja. 2012. Pág. 5.

DANE. Departamento Administrativo Nacional de estadísticas. Cuentas Nacionales, cuentas satélites. Disponible en internet en [www.dane.gov.co] consultado el 08 de Septiembre de 2013.

OMT. Organización Mundial del Turismo. Panorama OMT del turismo internacional. Disponible en internet en [<http://mkt.unwto.org/es/publication/panorama-omt-del-turismo-internacional-edicion-2012>] consultado el día 08 de Septiembre de 2013

Organización Mundial de Turismo. "Entender el turismo: Glosario Básico. Disponible en internet en [<http://media.unwto.or/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>] consultado el día 08 de Septiembre de 2013.

REDES Consultores. Estudio de gran visión del turismo en México: perspectiva 2020. Reporte Analítico. Disponible en internet en [http://sistemanacionaldecapacitacion-turismo.stps.gob.mx/sncst/pdf/6_estudio

[_gran_vision_del_turismo_en_mexico_perspectiva_2020.pdf](#)] consultada el 02 de Noviembre de 2013.

SANCHO, Amparo. Introducción al turismo. PDF, pág. 46 Julio de 2008

SANCHEZ RIVERO y Fajardo Calderón. La competitividad de los destinos Turísticos: Un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos. Aplicación a los municipios extremeños” PDF pág. 3.

VASQUEZ, Edgar. Artículo “Impala comienza proyecto de navegabilidad en el Rio Magdalena” Disponible en internet en [<http://consolidar.com.co/>] consultada el 02 de Noviembre de 2013

ANEXOS

ANEXO A. Encuesta



Encuesta Consumidor de Servicio Recreativo y Náutico en la Ciudad de Barrancabermeja

Nombres y Apellidos _____

Estrato _____ Genero _____ Edad _____ Estado Civil _____

La presente encuesta es para determinar la viabilidad de crear una empresa de servicios náuticos y recreativos en la ciudad de Barrancabermeja. El proyecto es adelantado por estudiantes del programa de profesionalización en Gestión Empresarial de la UIS, octavo semestre.

1. ¿Cuántas personas conforman su núcleo familiar? _____

2. ¿En su núcleo familiar acostumbran realizar actividades de recreación?

Si No

¿Con que periodicidad lo hace?

Semanal Quincenal Mensual Otro

3. ¿Cuáles son los motivos para realizar las actividades de recreación?

- a. Periodo de Vacaciones
- b. Estrés laboral
- c. Cambio de actividades
- d. Otro Cuál _____

4. ¿Qué influye a la hora de tomar la decisión de realizar actividades de recreación?

- a. Recomendaciones de terceros
- b. Revistas
- c. Agencia de viajes
- d. Tradición
- e. Páginas Web

f. Otro Cuál _____

5. Dentro de las alternativas que contempla para las actividades de recreación, incluye actividades náuticas. Si su respuesta es No explique porque.

Si

No Porque _____

6. ¿Qué tipo de deporte náutico y recreativo practicaría?

a. Jet-sky (Moto Acuática)

b. Banana board

c. Bolas Acuáticas

d. Pesca artesanal

e. Otro

f. Ninguno

Cuál _____

7. ¿Cuál de los siguientes criterios considera usted determinante a la hora de acudir a una empresa que preste servicios recreativos?

a. Por precio

b. Por seguridad

c. Por confiabilidad en el servicio

d. Por qué encuentran variedad en los planes

e. Por qué están incluidos los lugares que visitaría

f. Servicio

g. Forma de pago

h. Otro

8. ¿En qué lugares de Barrancabermeja prefiere para realizar actividades de recreación?

a. Clubes

b. Fincas

c. Ríos, ciénagas o quebradas

d. Parques de la ciudad

e. Otros

Cual _____

9. Dentro de un servicio nautico recreativo le gustaria gozar de un paseo por los lugares ecoturísticos en chiva turística?

Si

No Porque _____

10. Dentro de un servicio nautico recreativo le gustaria gozar de un paseo por la cienaga san Silvestre en Bote?

Si

No

Porqué_____

11. Dentro de un servicio nautico recreativo le gustaria gozar de un paseo por la cienaga San Silvestre en Jets Sky?

Si

No

Porqué_____

12. Dentro de un servicio nautico recreativo le gustaria gozar de un paseo por la cienaga San Silvestre en Banana Board?

Si

No

Porqué_____

13. Dentro de un servicio nautico recreativo le gustaria gozar de un paseo por la cienaga San Silvestre en Esferas Acuaticas?

Si

No

Porqué_____

14. De sus ingresos que porcentaje destina para su recreación mensualmente

a. 100.000 – 149.000

b. 149.000 – 199.000

c. 200.000- 249.000

e. Más de 250.000

15. Que forma de pago prefiere utilizar para realizar las actividades recreativas?

a. Efectivo

b. Crédito personal

c. Tarjeta de crédito

d. Otros

16. Si existiera una empresa prestadora de servicios náuticos y recreativos en la ciudad de Barrancabermeja, estaría interesado en utilizar sus servicios? Si su respuesta es No explique porqué.

a. Si

b. No Porqué_____

17. De esta nueva alternativa empresarial del servicio nautico ¿Cuál de los siguientes servicios le llama la atención?

Plan 1. Aventura Sol y Agua: Duración: Un día de recorrido. Chiva turística, préstamo de bicicletas o jet sky, sky náutico, Banana board o el smirke

Plan 2. Aventura Náutica: Duración: Cuatro horas. préstamo de bicicletas o jet-sky, Banana board o el smirke (deslizador inflable en forma de banana)

Plan 3. Construya su propio paquete turístico: Alimentación, transporte, Jet-sky, Banana board, smirke, actividades grupales, pesca artesanal, guianza turística.

18 Cuando utiliza los servicios náutico en Barrancabermeja ¿Dónde solicita los servicios?

Parque Recrecional Cafaba

Club Náutico

Club Miramar

No utiliza el servicio en esta ciudad