

**FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UN PROYECTO ECOTURISTICO  
COMUNITARIO EN EL CAÑON DEL RIO CHICAMOCHA, SANTANDER**

**GUSTAVO ALDANA MAYORGA  
IGNACIO CHAVES JAIMES  
NINFA VALBUENA GARCIA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE EDUCACION A DISTANCIA  
PRODUCCION AGROINDUSTRIAL  
BUCARAMANGA  
2008**

**FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UN PROYECTO ECOTURISTICO  
COMUNITARIO EN EL CAÑON DEL RIO CHICAMOCHA, SANTANDER**

**GUSTAVO ALDANA MAYORGA  
IGNACIO CHAVES JAIMES  
NINFA VALBUENA GARCIA**

**Proyecto de Grado como requisito para optar al título de  
Profesional en Producción Agroindustrial**

**Director  
LUIS HOMERO PUENTES FUENTES  
Administrador de Empresas**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE EDUCACION A DISTANCIA  
PRODUCCION AGROINDUSTRIAL  
BUCARAMANGA  
2008**

*A Dios por darnos la sapiencia y la fe para seguir adelante. A mis compañeros por sus tiempos, tristezas y alegrías compartidas.*

*Un hombre sin un sueño y un plan, es un hombre sin futuro.*

*Gustavo*

*A mi madre Irma, a mi esposa Gloria Amparo y a mis hijas Karen Lizeth, Ivonne Giselle, Luisa Fernanda y Lia Valentina, que me dieron apoyo y me infundieron el valor para seguir siempre adelante con el proceso de formación profesional. A todos mis amigos y personas que me rodearon durante los años de estudios universitarios.*

*Ignacio*

*Al Dios de la vida por el don de la salud y la sabiduría. Antonio García (q.e.p.d.) quién me enseñó que en la capacitación, sencillez y humildad estaba el éxito. A mis hijas Derly Katterine y Candy Yanina por comprender mis ausencias. A mis padres y hermanos por el apoyo moral y económico. A la universidad por abrirme las puertas para cumplir este reto... A mis compañeros por la tolerancia y a todos los que me brindaron apoyo incondicional.*

*Ninfa*

## **AGRADECIMIENTOS**

Los autores expresan sus agradecimientos a:

Omar Moreno Hoyos, Coordinador del Programa de Gestión Agroindustrial, por su colaboración y gestión para la culminación con éxito del presente proyecto

Carlos Aníbal Vásquez, por su colaboración durante toda la carrera.

Luis Homero Puentes, Director del Proyecto, por su valioso apoyo y asesoría en el transcurso de la investigación.

Familiares y amigos que confiaron en el trabajo que se llevó a cabo y apoyaron de forma incondicional a los autores.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	22
1. GENERALIDADES	26
1.1 CONTEXTO GEOGRAFICO Y ECONOMICO	26
1.1.1 Contexto geográfico.	26
1.1.2 Riqueza Natural del Cañón del Chicamocha	28
1.1.3. Turismo en el Cañón del Chicamocha. Situación económica del área del proyecto.	32
1.2. OTURISMO COMO OPCIÓN DE DESARROLLO	37
1.2.1 Antecedentes	37
1.2.2 Justificación.	37
1.2.3 Sector Ecoturístico	42
1.3 ASPECTOS LEGALES	43
1.3.1 A Nivel de Política Nacional	43
1.3.2 A Nivel de Leyes y Decretos	44
1.3.3 A Nivel de Reglamentación Específica	45
2 ESTUDIO DE MERCADOS	46
2.1 OBJETIVOS	46
2.1.1 Objetivo General	46
2.1.2 Objetivos Específicos	46
2.2 DESCRIPCION DE LOS SERVICIOS	46
2.2.1 Especificaciones y Usos.	46
2.2.2 Servicios Sustitutos o Similares.	52
2.2.3 Productos Complementarios.	52
2.2.4 Atributos de los Servicios.	53
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	54
2.3.1 Mercado Potencial.	54
2.3.2 Mercado Objetivo.	54
2.4 LA DEMANDA	54

2.4.1 Investigación de mercados.	54
2.4.2 Estimación de la Demanda.	84
2.4.3 Evolución histórica de la demanda.	85
2.4.4 Proyección de la demanda.	85
2.5 LA OFERTA	86
2.6 RELACION ENTRE OFERTA Y DEMANDA	86
2.7 CANAL DE COMERCIALIZACION	87
2.8 PRECIOS	87
2.8.1 Análisis de precios.	87
2.8.2 Estrategias de fijación de precios.	88
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION	88
2.9.1 Logosímbolo de la Cooperativa.	88
2.9.2 Eslogan.	89
2.9.3 Medios Publicitarios.	89
2.9.4 Presupuesto de Publicidad y Promoción.	90
2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	90
3 ESTUDIO TECNICO	92
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	92
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.	92
3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto.	92
3.1.3. Capacidad del proyecto	93
3.2 LOCALIZACION	98
3.2.1 Macrolocalizacion.	98
3.2.2 Microlocalizacion.	100
3.2.3. Descripción técnica del proceso.	102
3.2.4. Diagrama de proceso.	103
3.2.5. Recursos.	104
3.3.4 Distribución de áreas.	108
3.4 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES TÉCNICAS DEL PROYECTO	108
4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	109
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	109
4.2 CONSTITUCION DE LA EMPRESA	110
4.2.1 Visión.	110

4.2.2 Misión.	110
4.2.3 Objetivos.	111
4.2.4 Políticas de la Empresa.	111
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	113
4.3.1 Organigrama	113
4.3.2 Descripción de los Cargos	114
4.3.3. Asignación salarial.	121
4.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO	121
5 ESTUDIO FINANCIERO	123
5.1 INVERSIONES	123
5.1.1 Inversión Fija.	123
5.1.3 Inversión de Capital de Trabajo.	128
5.1.4. Inversión total	133
5.1.5 Fuentes de Financiamiento	133
5.2 COSTOS	133
5.2.1 Costos Fijos.	133
5.2.2 Costos Variables.	134
5.2.3 Costo total unitario.	135
5.2.4 Precio de venta.	136
5.2.5 Punto de equilibrio.	136
5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS A 5 AÑOS	137
5.3.1. Presupuestos de ingresos	138
5.3.2. Presupuesto de egresos.	138
5.4. ESTADOS DE RESULTADOS	138
5.5. FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS	139
5.6. BALANCE GENERAL (PRIMER AÑO).	139
6 EVALUACION DEL PROYECTO	142
6.1 IMPACTO SOCIAL	142
6.1.1 Generación de Empleo	142
6.1.2 Generación de Tributos.	142
6.1.3 Generación de Competencias.	143
6.2 IMPACTO AMBIENTAL	143
6.3 EVALUACION FINANCIERA	144

6.3.1 Valor Presente Neto.	144
6.3.2 Tasa interna de retorno TIR.	146
6.3.3. Periodo de recuperación.	147
6.3.4 Análisis de las razones financieras.	148
CONCLUSIONES	151
BIBLIOGRAFIA	152
ANEXO	155

## LISTADO DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1 Principales plantas encontradas en el Cañón del Chicamocha.	30
Cuadro 2 Listado de aves endémicas y amenazadas del Cañón del Chicamocha.	32
Cuadro 3 Comparativo de visitantes años 2.007 – 2.008	43
Cuadro 4 Descripción de los paquetes ecoturísticos.	48
Cuadro 5 Ficha Técnica de la Investigación de Mercados.	57
Cuadro 6 Atractivos que motivaron la visita al Parque Nacional Chicamocha.	59
Cuadro 7 Atractivos encontrados en el Parque Nacional Chicamocha.	60
Cuadro 8 Turismo realizado con mayor frecuencia.	61
Cuadro 9 Ponderación de los atractivos del Cañón del Chicamocha.	62
Cuadro 10 Preferencia por nuevos servicios de turismo alternativo.	63
Cuadro 11 Frecuencia probable de visita al proyecto ecoturístico.	64
Cuadro 12 Motivaciones para la práctica del senderismo.	65
Cuadro 13 Frecuencia para la práctica del senderismo.	66
Cuadro 14 Práctica del senderismo en el Cañón del Chicamocha.	67
Cuadro 15 El Chicamocha como alternativa para senderismo.	68
Cuadro 16 Atractivos del Cañón del Chicamocha.	69
Cuadro 17 Servicios adicionales para disfrutar en el Cañón del Chicamocha.	70
Cuadro 18 Probable frecuencia de visita.	71
Cuadro 19 Vereda de ubicación	72
Cuadro 20 Cultivos predominantes en los predios.	73
Cuadro 21 Promedio de ingresos mensuales.	74
Cuadro 22 Nivel de Escolaridad.	75
Cuadro 23 Expectativas frente al Parque Chicamocha.	76
Cuadro 24 Razones por las cuales los turistas visitan el Cañón del Chicamocha.	77
Cuadro 25 Animales identificados por los jóvenes.	78
Cuadro 26 Plantas identificadas por los jóvenes	79
Cuadro 27 Percepción acerca del ecoturismo.	80
Cuadro 28 Disposición de participar en el proyecto.	81
Cuadro 29 Formas de vinculación al proyecto.	82
Cuadro 30 Atractivos paisajísticos de la región.	83

Cuadro 31 Mitos y leyendas de la región.	84
Cuadro 32 Demanda Potencial Proyectada.	86
Cuadro 33 Relación entre Oferta y Demanda.	87
Cuadro 34 Precios de venta de los servicios del proyecto.	88
Cuadro 35 Presupuesto de Publicidad y Promoción de lanzamiento	90
Cuadro 36 Presupuesto de Publicidad y Promoción de operación mensual	90
Cuadro 37 Horas laborales para el servicio de caminatas	93
Cuadro 38 Capacidad diseñada para el servicio de caminatas ecológicas	93
Cuadro 39 Capacidad diseñada para el servicio de camping	94
Cuadro 40 Capacidad diseñada de las cabañas	94
Cuadro 41 Capacidad diseñada del servicio de restaurante	94
Cuadro 42 Distribución de capacidad diseñada del servicio de restaurante	95
Cuadro 43 Horas laborales para el servicio de caminatas	95
Cuadro 44 Capacidad instalada del servicio de caminatas	95
Cuadro 45 Capacidad instalada del servicio de camping	96
Cuadro 46 Capacidad instalada del servicio de cabañas	96
Cuadro 47 Capacidad instalada del servicio de restaurante	96
Cuadro 47 Distribución de la capacidad instalada del servicio de restaurante	96
Cuadro 48 Capacidad utilizada y proyecta del servicio de caminatas ecológicas	97
Cuadro 49 Capacidad utilizada y proyecta del servicio de camping	97
Cuadro 50 Capacidad utilizada y proyecta del servicio de cabañas	97
Cuadro 51 Capacidad utilizada y proyecta del servicio de restaurantes	98
Cuadro 52 Requerimiento de construcciones y adecuaciones	105
Cuadro 53 Requerimientos de Maquinaria y equipos	105
Cuadro 54 Requerimientos de Muebles y equipos	106
Cuadro 55 Requerimientos de equipo de oficina	106
Cuadro 56 Requerimiento de utensilios	106
Cuadro 57 Descripción del cargo de Gerente.	114
Cuadro 58 Descripción del cargo de Secretaria.	115
Cuadro 59 Descripción del cargo de Coordinador Operativo.	116
Cuadro 60 Descripción del cargo de Cocinero.	117
Cuadro 61 Descripción del cargo de Auxiliar de Cocina.	118
Cuadro 62 Descripción del cargo de Mesero.	119

Cuadro 63 Descripción del cargo de Guía Ecoturístico.	120
Cuadro 64 Asignación salarial	121
Cuadro 65 Factor de carga prestacional	121
Cuadro 66 Inversión de Construcciones y adecuaciones	124
Cuadro 67 Inversión de Maquinaria y equipos	124
Cuadro 68 Inversión de muebles y enseres	125
Cuadro 70 Utensilios para el servicio de camping	126
Cuadro 71 Utensilios para el servicio de cabañas	126
Cuadro 72 Utensilios para el servicio de restaurante	127
Cuadro 73 Total inversión fija	128
Cuadro 74 Inversión Diferida	128
Cuadro 75 Costo de materias primas	129
Cuadro 76 Mano de obra directa	129
Cuadro 77 Mano de obra directa para el servicio de restaurante	130
Cuadro 78 Costos indirectos del servicio	130
Cuadro 79 Costos totales del servicio	131
Cuadro 80 Nómina administrativa	131
Cuadro 81 Depreciación de muebles y enseres, construcción y equipo de oficina	132
Cuadro 82 Amortización de diferidos	132
Cuadro 83 Gastos generales	132
Cuadro 84 Total gastos de administración y ventas	133
Cuadro 85 Resumen de capital de trabajo.	133
Cuadro 86 Inversión total	133
Cuadro 87 Costos Fijos de los servicio de caminatas, camping y cabañas	134
Cuadro 88 Costos Fijos por el servicio de restaurante	134
Cuadro 89 Costos variables de los servicio de caminatas, camping y cabañas	135
Cuadro 90 Costos variables del servicio de restaurante	135
Cuadro 91 Costo total unitario de los servicios de caminatas, camping y cabañas	135
Cuadro 92 Costo total unitario del servicio de restaurante	135
Cuadro 93 Precio de venta de los servicios de caminatas, camping y cabañas	136
Cuadro 94 Precio de venta del servicio de restaurante	136
Cuadro 95 Punto de equilibrio por tipo de servicio en unidades	137
Cuadro 96 Presupuesto de ingresos a 5 años	138

Cuadro 97 Presupuesto de costos del servicio a 5 años	138
Cuadro 98 Presupuesto de gastos de administración y de ventas a 5 años	138
Cuadro 99 Estado de resultados proyectado a 5 años	139
Cuadro 100 Flujo de caja proyectado a 5 años	140
Cuadro 101 Balance general inicial y primer año	141
Cuadro 102 Valor presente neto	145
Cuadro 103 TIR	147
Cuadro 104 Recuperación de la inversión	147
Cuadro 105 razón corriente para el primer año	148
Cuadro 106 Nivel de endeudamiento	149
Cuadro 107 Razón pasivo - capital	149
Cuadro 108 Rotación de activos totales	149
Cuadro 109 Margen bruto de ganancias	150
Cuadro 110 Margen neto de ganancias	150

## LISTADO DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Mapa de la Cuenca del río Chicamocha.	26
Figura 2. Panorámica del Sector de San Antonio Bajo, Aratoca.	27
Figura 3. Planta de Motua <i>Agave cocui</i> .	29
Figura 4 Subespecie endémica <i>Momotus momota olivaresii</i> .	31
Figura 5 Comparativo de visitantes años 2.007 – 2.008	43
Figura 6 Joven del municipio de Aratoca mostrando las hojas del <i>Agave cocui</i> .	49
Figura 7 Práctica de Observación de Aves en el Cañón.	50
Figura 8 Guías Ilustradas para la Observación de Aves.	51
Figura 9 Grupo de jóvenes en un campamento en el Cañón del Chicamocha.	52
Figura 10 Capacitación en ornitología dirigida a los jóvenes de Aratoca.	53
Figura 11 Atractivos que motivaron la visita al Parque Nacional Chicamocha.	59
Figura 12. Atractivos encontrados en el Parque Nacional Chicamocha.	60
Figura 13 Turismo realizado con mayor frecuencia.	61
Figura 14 Ponderación de los atractivos del Cañón del Chicamocha.	62
Figura 15 Preferencia por nuevos servicios de turismo alternativo.	63
Figura 16 Frecuencia probable de visita al proyecto ecoturístico.	64
Figura 17 Motivaciones para la práctica del senderismo	66
Figura 18 Frecuencia para la práctica del senderismo.	66
Figura 19 Práctica del senderismo en el Cañón del Chicamocha.	67
Figura 20 El Chicamocha como alternativa para senderismo.	68
Figura 21 Atractivos del Cañón del Chicamocha.	69
Figura 22 Servicios adicionales para disfrutar en el Cañón del Chicamocha.	70
Figura 23 Probable frecuencia de visita.	71
Figura 24 Vereda de ubicación	72
Figura 25 Cultivos predominantes en los predios.	73
Figura 26 Promedio de ingresos mensuales.	75
Figura 27 Nivel de Escolaridad.	76
Figura 28 Expectativas frente al Parque Chicamocha.	77
Figura 29 Razones por las cuales los turistas visitan el Cañón del Chicamocha.	78

Figura 30	Animales identificados por los jóvenes.	79
Figura 31	Plantas identificadas por los jóvenes.	80
Figura 32	Percepción acerca del ecoturismo.	81
Figura 33	Disposición de participar en el proyecto.	81
Figura 34	Formas de vinculación al proyecto.	82
Figura 35	Atractivos paisajísticos de la región.	83
Figura 36	Mitos y leyendas de la región.	84
Figura 37	Canal de comercialización propuesto	87
Figura 38.	Logosímbolo de la Cooperativa de Trabajo Asociado.	89
Figura 39	Macrolocalización del proyecto.	99
Figura 40	Localización de Aratoca.	100
Figura 41	Mapa de la localización de Aratoca.	101
Figura 42	Microlocalización del proyecto.	102
Figura 43	Diagrama de proceso de los caminatas y senderismo paquetes ecoturísticos.	103
Figura 44.	Ciclo del servicio	104
Figura 45	Organigrama de la Cooperativa de Trabajo Asociado.	113

## LISTADO DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo A. Cuestionario dirigido a potenciales consumidores de los servicios ecoturísticos en el Cañón del Chicamocha (Grupos de caminantes).	155
Anexo B. Cuestionario dirigido al segmento de mercado: Visitantes del Parque Nacional Chicamocha.	156
Anexo C. Entrevista dirigida a los habitantes de la región (Potenciales beneficiarios del proyecto).	157

## GLOSARIO

**Acuaturismo** (Según la Ley 300 de 1996): Es una forma de turismo especializado que tiene como motivación principal el disfrute por parte de los turistas de servicios de alojamiento, gastronomía y recreación, prestados durante el desplazamiento por ríos, mares, lagos y en general por cualquier cuerpo de agua, así como de los diversos atractivos turísticos que se encuentren en el recorrido utilizando para ello embarcaciones especialmente adecuadas para tal fin.

**Agroturismo** (Según la Ley 300 de 1996): Es un tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas. Por sus características, este tipo de turismo es desarrolla en actividades vinculadas a la agricultura, la ganadería u otra actividad, buscando con ello generar un ingreso adicional a la economía rural.

**Capacidad de Carga** (Según la Ley 300 de 1996): Es el nivel de aprovechamiento turístico (número de personas) que una zona puede soportar asegurando una máxima satisfacción a los visitantes y una mínima repercusión sobre los recursos naturales y culturales. Esta noción supone la existencia de límites de uso, determinada por factores medio ambientales, sociales y de gestión que define la autoridad ambiental

**Caza** (Según Decreto 1608 de 1978): Todo acto dirigido a la captura de animales silvestres ya sea dándoles muerte, mutilándolos o atrapándolos vivos y la recolección de sus productos. Se comprende bajo la acción genérica de cazar, todo medio de buscar, perseguir, acosar, aprehender o matar individuos o especímenes de la fauna silvestre o recolectar sus productos.

**Caza Científica** (Según la Ley 2811 de 1974): Es la que se practica únicamente con fines de investigación o estudios dentro del país.

**Caza Comercial** (Según Decreto 1608 de 1978): Es aquella que se realiza por personas naturales o jurídicas para obtener beneficio económico. El concepto de caza comercial se aplica tanto a la acción genérica de cazar como a las actividades conexas a su ejercicio.

**Caza de Control** (Según Decreto 1608 de 1978): Es aquella que se realiza con el propósito de regular la población de una especie de la fauna silvestre, cuando así lo requieran circunstancias de orden social, económico o ecológico.

**Caza Deportiva** (Según Decreto 1608 de 1978): Es aquella que se practica como recreación y ejercicio, sin otra finalidad que su realización misma; por tanto no puede tener ningún fin lucrativo.

**Caza de Fomento** (Según Decreto 1608 de 1978): Aquella que se realiza con el exclusivo propósito de adquirir individuos o especímenes de la fauna silvestre para el establecimiento de zocriaderos o cotos de caza

**Ecoturismo** (Según la Ley 300 de 1996): Es aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. El ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos. Por lo tanto, el Ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza. El desarrollo de las actividades ecoturísticas debe generar ingresos destinados al apoyo y fomento de la conservación de las áreas naturales en las que se realiza y a las comunidades aledañas.

**Etnoturismo** (Según la Ley 300 de 1996): Es el turismo especializado y dirigido que se realiza en territorios de los grupos étnicos con fines culturales, educativos y recreativos que permite conocer los valores culturales, forma de vida, manejo ambiental, costumbres de los grupos étnicos, así como aspectos de su historia.

**Fauna Silvestre** (Según la Ley 2811 de 1974): El conjunto de animales que no han sido objeto de domesticación, mejoramiento genético o cría y levante regular, o que han regresado a su estado salvaje, excluidos los peces y todas las demás especies que tienen su ciclo total de vida dentro del medio acuático.

**Paquete turístico:** Producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, manutención y transporte), por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta<sup>1</sup>.

**Producto Turístico:** Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.

**Turismo Metropolitano** (Según la Ley 300 de 1996): Es el turismo especializado que se realiza en los grandes centros urbanos, con fines culturales, educativos y

---

<sup>1</sup> Glosario de Turismo y Hostelería. En: <http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,paquete+tur%C3%ADstico.xhtml>

recreativos, que dé lugar a la conservación del patrimonio histórico y cultural; a creación de espacios públicos de esparcimiento comunitario que propenden por el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales urbanos.

**Turismo Rural** (Ing. Ernesto Barrera) Se hace sobre la base de caracterizar al turismo rural por el ámbito en el que se desenvuelve la actividad incluyendo, además, el contacto con la población local y el respeto por la naturaleza y sin perjuicio de que las categorías que se enuncian pueden ser más, entendemos que practican el turismo rural, tanto aquellas personas que se alojan en un predio agrícola con el interés de conocer, disfrutar y practicar alguna actividad agropecuaria (agroturistas), como los cazadores, pescadores, científicos, estudiantes en viajes de egreso, turistas de paso, empresarios que participan de un evento o retiro, etc. Un concepto fundamental a la hora de definir el turismo rural, desde la perspectiva del desarrollo rural, es que los servicios ofrecidos por productores agropecuarios enriquecen y cargan de autenticidad al producto.

## RESUMEN

### 1. TITULO

**FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UN PROYECTO ECOTURISTICO COMUNITARIO EN EL CAÑÓN DEL RIO CHICAMOCHA, SANTANDER\*.**

### 2. AUTORES

Gustavo Aldana Mayorga, Ignacio Chaves Jaimes y Ninfa Valbuena García\*\*.

### 3. PALABRAS CLAVES

Factibilidad, Proyecto comunitario, Ecoturismo, Cañón del Chicamocha, Biodiversidad, Caminatas ecológicas, Observación de aves.

### 4. DESCRIPCION

Los recursos que ofrece la biodiversidad en el país no solamente se encuentran en las regiones geográficas tradicionalmente ricas, sino que a medida que avanza la investigación en materia de inventarios biológicos, se encuentra que nuevas áreas aparentemente pobres en términos de biodiversidad ricas en plantas y animales no imaginables. Organizaciones como Wildlife Conservation Society, Birdlife International y Proaves Colombia, consideran al Cañón del Chicamocha como un ecosistema rico y diverso en aves endémicas y amenazadas, además de llamar la atención entre los biólogos y conservacionistas de Colombia y el exterior sobre la necesidad de conservar este importante recurso.

El presente proyecto pretende aprovechar la biodiversidad del Cañón del río Chicamocha y los conocimientos tradicionales de sus pobladores, a través de un proyecto ecoturístico que brinde opciones laborales para los jóvenes residentes en esta zona. Para conocer las reales posibilidades del proyecto desde el punto de vista comercial, técnico, administrativo y económico, fue necesario llevar a cabo un estudio de factibilidad, que permite afirmar que el proyecto es viable y su implementación es posible, siempre que se consideren todos los aspectos aquí mencionados y se tenga en cuenta el contexto socioeconómico tan particular de la zona de estudio.

El proyecto plantea la creación de una Cooperativa de Trabajo Asociado como figura jurídica para la constitución legal de la empresa conformada por jóvenes de la región. Por otra parte, en cuanto a la evaluación financiera; éste presenta una inversión total de \$94.034.059, alcanzando una Tasa Interna de Retorno del 30,45%, el período de recuperación de la inversión es positivo, el proyecto tiene la capacidad de recuperar la inversión antes de terminar el quinto año y un valor presente neto de \$105.546.117.

---

\* Proyecto de Grado.

\*\* Instituto de Educación a Distancia, INSED, UIS. Producción Agroindustrial, Director, Luís Homero Puentes

## SUMMARY

### 1. I TITLE

**FEASIBILITY FOR THE ASSEMBLY OF A PROJECT COMMUNITY ECOTURISTICO IN THE CANYON OF THE RIVER CHICAMOCHA, SANTANDER\***

### 2. AUTHORS

Gustavo Aldana Mayorga, Ignacio Chaves Jaimes and Ninfa Valbuena García\*\*

### 3. PASSWORDS

Feasibility, community Project, Ecotourism, Canyon of the Chicamocha, Biodiversity, ecological Walks, Observation of birds.

### 4. DESCRIPTION

The resources that he/she offers the biodiversity in the country are not only in the traditionally rich geographical regions, but rather as the investigation advances as regards biological inventories, it is found that new seemingly poor areas in rich biodiversity terms in plants and non imaginable animals. Organizations like Wildlife Conservation Society, Birdlife International and Proves Colombia, they consider to the Canyon of the Chicamocha like a rich and diverse ecosystem in endemic and threatened birds, besides getting the attention among the biologists and conservationist of Colombia and the exterior about the necessity of conserving this important resource.

The present project seeks to take advantage of the biodiversity of the Canyon of the river Chicamocha and the traditional knowledge of its residents, through a project ecoturístico that offers labour options for the resident youths in this area. To know the real possibilities of the project from the commercial point of view, technician, administrative and economic, went necessary to carry out a study of feasibility that allows to affirm that the project is viable and its implementation is possible, whenever they are considered all the aspects here mentioned and one keeps in mind the socioeconomic context so peculiar of the study area.

The project outlines the creation of a Cooperative working Associate as artificial figure for the legal constitution of the company conformed for young of the region. On the other hand, as for the financial evaluation; this presents a total investment of \$94.034.059, reaching an Internal Rate of Return of 30,45%, the period of recovery of the investment is positive, the project has the capacity to recover the investment before finishing the fifth year and a net present value of \$105.546.117.

---

\* Project of Grade.

\*\* Institute of Education at Distance, INSED, UIS. Agroindustrial production, Director, Luís Homero Bridges

## INTRODUCCION

Dada la importancia que presentan los ecosistemas estratégicos para la supervivencia del hombre y el desarrollo de las comunidades, las áreas naturales comienzan a cobrar gran importancia como prestadoras de servicios ambientales y oferentes de materias primas para la industria. De esta forma, en ausencia de unidades productivas tradicionales como la ganadería, la agricultura o la minería, la conservación de estas áreas puede garantizar los ingresos económicos de alternativas para sus pobladores a partir de productos y servicios de la biodiversidad.

Actividades como el cultivo de frutas exóticas, las flores tropicales, las plantas medicinales o el ecoturismo, inician el camino hacia la consolidación de una industria basada en productos forestales no madereros para Colombia, donde el uso responsable del recurso se constituye en la principal herramienta para garantizar la sostenibilidad de la extracción en el tiempo. No obstante, el biocomercio en Colombia no puede mantener su ritmo de crecimiento en ausencia de una investigación aplicada responsable de validar el conocimiento tradicional y garantizar la calidad de los productos y servicios. Este sector se desarrolla en la medida que nuevas investigaciones avancen hacia el uso comunitario de los recursos, desarrollen nuevas técnicas de aprovechamiento y gestionen los recursos de inversión que garanticen el montaje de las empresas.

Los recursos que ofrece la biodiversidad en el país no solamente se encuentran en las regiones geográficas tradicionalmente ricas en recursos naturales renovables (Amazonía, Orinoquía y Chocó biogeográfico). En la medida en que avanza la investigación en materia de inventarios biológicos, se encuentra que nuevas áreas aparentemente pobres en términos de biodiversidad presentan riquezas en plantas y animales no imaginables. Los desiertos andinos (bosques xerofíticos) son un ejemplo típico de esta situación, donde no se aprecia a simple vista una riqueza natural, pero son ecosistemas ricos en fauna y flora que como en el caso de Méjico, se caracterizan por ser una gran fuente de materias primas para la industria de la farmacología vegetal y la gastronomía. Según CONABIO (2005), la Península de Yucatán en Méjico exporta a los Estados Unidos cerca de 2.000 toneladas de orégano silvestre *Lippia graveolens* por año<sup>2</sup>, una especie de la Familia Verbenácea de gran similitud en morfología, aroma y sabor a *Lippia origanoides*, especie local del Cañón del Chicamocho.

---

<sup>2</sup> Huerta, C. Orégano mexicano: Oro vegetal, CONABIO, México, 2002. p. 1. (En: [www.maph49.galeon.com/biodiv2/oregano.html](http://www.maph49.galeon.com/biodiv2/oregano.html)).

El Cañón del río Chicamocha sobresale por la presencia de matorrales ricos en plantas pertenecientes a las familias botánicas de las verbenáceas, cactáceas y agaváceas principalmente. Muchas plantas de estos grupos son usadas tradicionalmente por los pobladores de las partes bajas del Cañón, que recurren a ellas como fuente de alimento para sus animales, condimento o la cura de dolencias y enfermedades. Estos conocimientos etnobotánicos se han transmitido de una generación a otra, sin embargo, las migraciones de los jóvenes a los centros urbanos ponen en peligro la continuidad de estos procesos de transmisión del conocimiento.

Una de las alternativas para el aprovechamiento sostenible de los ecosistemas y las áreas naturales, es el ecoturismo, entendido como aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin perturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que pueden encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales (Ceballos-Lascuráin, 1996).

El ecoturismo es una de las formas de turismo que exhiben mayor crecimiento a escala mundial. En la última década, América Latina y el Caribe presentan un aumento exponencial de la oferta de productos de turismo basado en el contacto con la naturaleza. El ecoturismo constituye una de las actividades con mayor potencial para integrar las tres dimensiones del desarrollo sostenible (económico, social y ambiental)<sup>3</sup>.

El Cañón del río Chicamocha presenta una serie de atractivos que lo hacen susceptible para la práctica del ecoturismo; la riqueza de aves endémicas y amenazadas como el cucarachero de nicéforo y el colibrí ventricastaño, la diversidad de plantas útiles representadas principalmente por la familia de las verbenáceas; grupo de plantas aromáticas utilizadas en la cocina y medicina tradicional, al igual que la familia de las cactáceas, caracterizadas principalmente por los géneros *Opuntia*, *Mammillaria*, *Notocactus* y *Melocactus*, de gran potencial como plantas ornamentales.

En cuanto a la riqueza cultural, el Cañón del río Chicamocha se constituyó en una gran área de asentamiento del pueblo Guane, que además de brindar plantas para su medicina, proporcionaba buena parte de su dieta. Esta dieta se basaba en "coyal" (pescado); "cocarama" aves de la familia Cracidae; "Corúa" (carnes rojas); "casabe" (tortas de yuca); "bito-pacua", bebida fermentada de maíz denominada después "chicha". Endulzaban la chicha con jugos de frutas, miel de abejas

---

<sup>3</sup> CEPAL, Memorias del seminario internacional de ecoturismo: Políticas locales para oportunidades globales, Santiago Chile, mayo de 2001.

silvestres, y sumo de la misma caña del maíz, pero tal vez el alimento que más llamaba la atención entre la cultura Guane, fueron las hormigas Culonas a las cuales dieron por nombre "Copricó", que traducido a la lengua Guane significa "Alimento nupcial" o "Comida matrimonial", "Copri" significa unir, y "Co" alimento, que posteriormente por influencia española se adoptó el término "Culona".

Este territorio presenta además formaciones geomorfológicas especiales que han sido objeto de inspiración popular para la creación de mitos y leyendas sobre el pueblo Guane. De igual forma, aún existen los caminos de Lenguerque que ofrecen posibilidades para la práctica del senderismo y la observación de aves.

Todas estas condiciones y expresiones naturales y culturales que posee el Cañón del Chicamocha, se aprecian como un potencial endógeno de la región y además estimulan a los gobiernos locales y departamental, a los inversionistas y a los habitantes de la zona, a identificar posibilidades de negocio y establecer proyectos de inversión encaminados a la generación de ingresos a partir de la venta de servicios de turismo especializado (etnoturismo, ecoturismo, turismo de aventura, agroturismo, etc).

Por estas razones, este trabajo de grado buscó analizar la factibilidad para el montaje de un proyecto ecoturístico comunitario en el Cañón del Rio Chicamocha, consistente en adecuación de espacios que ofrezca servicios como Caminatas ecoturísticas, camping, cabañas, y restaurante con platos típicos de la región, como son el cabro, la carne asada, pollo a la plancha, gallina criolla, entre otros, para la práctica del senderismo, cañoning, rapel, cabalgatas y demás, la creación de un centro de educación ambiental encargado de dar a conocer a los visitantes las bellezas naturales a nivel de fauna y flora silvestre y formaciones geomorfológicas. Por otro lado, es importante, que se establezca una muestra de productos tradicionales de la región, donde la capricultura estabulada tradicional se muestre como una actividad de bajo impacto ambiental y que ofrezca diferentes productos como el cabrito, la pepitoria y derivados de la leche de la cabra como el arequipe, el yogurt, kumis y los quesos.

Para llevar a cabo todo este montaje en el futuro, es necesario primero realizar una simulación del proyecto en el papel. Esto permitirá que con el estudio de factibilidad, se analicen todas las variables y riesgos que presenta el proyecto desde sus aspectos técnicos, económicos, financieros, legales y de viabilidad social y ambiental. Cabe aclarar que el ecoturismo tiene implícito el componente de conservación ambiental, por lo tanto sus prácticas no generan un impacto ambiental considerable y en muchos casos suelen destinarse porcentajes de los ingresos por ventas en los proyectos ecoturísticos, para la conservación de las plantas, animales y el patrimonio cultural de la zona.

El proyecto pretende aprovechar la biodiversidad del Cañón del río Chicamocha y los conocimientos tradicionales de sus pobladores, a través de un proyecto ecoturístico que brinde opciones laborales para los jóvenes residentes en esta zona. Para conocer las reales posibilidades del proyecto desde el punto de vista comercial, técnico, administrativo y económico, fue necesario llevar a cabo un estudio de factibilidad, que permite afirmar que el proyecto es viable y su implementación es posible, siempre que se consideren todos los aspectos aquí mencionados y se tenga en cuenta el contexto socioeconómico tan particular de la zona de estudio.

El análisis de la factibilidad para el montaje de una empresa ecoturística, consistió en conocer todos los aspectos positivos y negativos que incidirían a la hora de la implementación de dicha empresa.

De esta forma, el trabajo inició con el estudio de mercados, que analizó aspectos como la demanda y oferta actual y futura, de servicios ecoturísticos, servicios sustitutos o similares, inventario de competidores, conocimiento de sus estructuras de costos, precios de venta y posibilidades de acceso a mercados actuales y potenciales.

Posterior al estudio de mercados, se realizó el estudio técnico, que arroja información pertinente a cerca de las formas, alternativas y procesos de los servicios. Este estudio incluyó el análisis de la ingeniería de la actividad, las mejores opciones a nivel de localización del proyecto, la distribución física adecuada de la planta y otros aspectos como la maquinaria y equipos necesarios, mano de obra especializada y los costos de producción.

El estudio financiero se alimentó con la información arrojada por el estudio de mercados, sobre los precios y volúmenes de venta, y por otro lado, tomó la información del estudio técnico referente a los volúmenes y costos de producción. De esta forma, el estudio financiero estableció la proyección de ingresos por ventas, la proyección de costos operacionales y la obtención de utilidades durante la vida de la empresa.

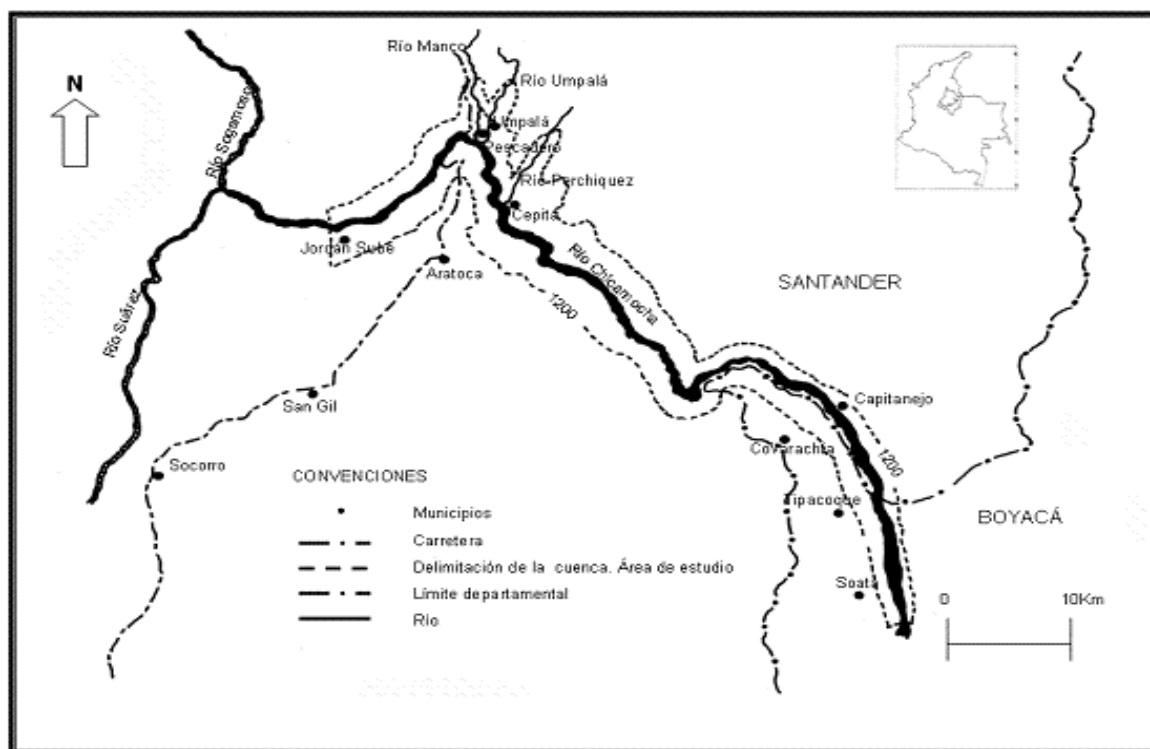
Finalmente, se realizó la evaluación del proyecto, para conocer el impacto en términos económicos (TIR, VPN, Rentabilidad y PRI), en términos sociales (empleos generados, población pobre y vulnerable involucrada) y en términos ambientales (ambiente sano, recuperación de los ecosistemas, impactos ambientales del proyecto, conservación de fauna y flora).

## 1. GENERALIDADES

### 1.1 CONTEXTO GEOGRAFICO Y ECONOMICO

**1.1.1 Contexto geográfico.**<sup>4</sup> La parte baja de la cuenca del río Chicamocha (Aratoca, Cepitá y Jordán Sube) se caracteriza por poseer fuertes pendientes, suelos pedregosos y una vegetación xerofítica típica de zonas áridas y semiáridas, estos paisajes se han venido modificando a través del tiempo a raíz de actividades como la tala, quema, extracción de leña y el sobre pastoreo caprino (Véase figura 1)

Figura 1. Mapa de la Cuenca del río Chicamocha.



Fuente: Tomado de Albesiano & Fernández, 2006.

A primera vista se podría pensar en la escasa diversidad de plantas y animales silvestres de esta región, no obstante, estudios recientes de Albesiano, Rangel & Cadena, (2003) sobre vegetación y de Parra *et. al.*, (2002) sobre diversidad de aves, muestran una gran riqueza en biodiversidad que presenta necesidades de

<sup>4</sup> Albesiano & Fernández, 2006.

conservación pero también posibilidades de uso sostenible mediante la recuperación de los suelos a base de residuos orgánicos y abonos de la misma naturaleza, en aras de lograr una mejor y mayor producción forestal y de silvo pastoreo. (Véase figura 2)

**Figura 2. Panorámica del Sector de San Antonio Bajo, Aratoca.**



La economía de la zona está condicionada por la baja fertilidad de sus suelos y los largos períodos de sequía que se presentan en la región. Los campesinos basaron sus ingresos durante dos décadas en el cultivo del anís *Pimpinella anisum*, producción que era vendida en su totalidad a la empresa Licorera de Santander como insumo para el aguardiente, sin embargo, esta empresa en la década de los 80's tomó la determinación de importar esencias artificiales de anís, dejando a los productores del Chicamocha sin opciones productivas que ofrecieran un sustento para su familia.

En ese momento se iniciaron trabajos para desarrollar actividades agrícolas que reemplazaran el cultivo del anís, pero la baja calidad de los suelos y el mencionado problema de la escasa precipitación, impidieron el éxito en estas actividades. Los moradores al ver que agrícolamente no tenían muchas esperanzas, vieron la cría de caprinos como una estrategia viable de supervivencia, como quiera estos animales se adaptan perfectamente a las condiciones de aridez y topografía de la región. A raíz de esta situación la zona se ha convertido en “distrito caprino”, caracterizado por la presencia de animales

criollos de baja producción lechera pero de gran rusticidad y muy apetecidos en la cocina santandereana por su sabor particular, según los mismos habitantes de la región, resultado del consumo de plantas silvestres con características singulares de dulzor y aliño.

Cabe aclarar, que a pesar de ser la principal actividad generadora de ingresos en la zona, la capricultura extensiva practicada en el Cañón del Chicamocha no representa una fuente de ingresos que garantice una calidad de vida aceptable para los habitantes de la región.

Otra actividad productiva que se lleva a cabo por parte de los habitantes del Cañón es la elaboración de los sacos de fique. Para esto se adquiere la fibra del fique en los cascos urbanos de la región y durante una semana la familia campesina se dedica a esta actividad intensiva en mano de obra, pero que genera tan solo cerca de \$30.000 a la semana para toda la familia, eso sin tener en cuenta la mano de obra de la familia en los costos de fabricación del saco, que puede ser superior a los veinte jornales para procesar una arroba (25Lb.) de fibra de fique.

Estas situaciones de pobreza y exclusión que padecen las familias habitantes del Chicamocha, merecen la atención de las autoridades, instituciones de apoyo y organizaciones no gubernamentales. Para esto, es necesario iniciar un trabajo de acercamiento a las comunidades con el fin de conocer su real situación y de una forma participativa, formular propuestas que generen un desarrollo local y el mejoramiento de su calidad de vida.

Actualmente se encuentran en ejecución grandes proyectos como el Parque Nacional del Chicamocha, el complejo turístico o el teleférico, que lamentablemente solo apuntan hacia el enriquecimiento de unos grupos de inversionistas en particular y que por ende no inciden positivamente en la economía de las comunidades pobres de la zona. Por estas razones, este trabajo pretende plantear una opción productiva para que los habitantes de la región aprovechen la llegada de turistas y visitantes al Parque Nacional del Chicamocha, ofreciendo paquetes ecoturísticos para aquellos visitantes especializados cuyo interés radica en la contemplación de la naturaleza y el conocimiento de la riqueza cultural de la zona.

### **1.1.2 Riqueza Natural del Cañón del Chicamocha**

- **Vegetación.** Uno de los recursos más promisorios que poseen los bosques subxerofíticos y en particular el Cañón del Chicamocha, es su vegetación caracterizada por plantas de gran rusticidad que se han adaptado a condiciones de extrema sequía y baja fertilidad de los suelos. No obstante, esta vegetación presenta algunos atributos que la hacen especial, entre ellos, los usos que las

comunidades locales hacen de de estas plantas sea para la alimentación humana y animal o en la medicina tradicional.

La familia de las Agaváceas es de gran importancia en la zona, encontrando su mayor representante en una especie de fique silvestre conocido por los pobladores locales como “motua” y denominado científicamente *Agave cocui*, Esta planta no presenta usos tradicionales en el Chicamocha, no obstante, posee diversas propiedades que están siendo validadas científicamente en Venezuela a través de un proyecto que se desarrolla en estado Falcón, donde además de usar su fibra para el tejido de sacos y artesanías, producen una bebida similar al tequila y sus hojas en cocimiento y cataplasmas son usadas en la medicina natural.

Entre otras situaciones especiales que presenta la vegetación del Chicamocha, se encuentra el potencial que posee la familia de las Verbenáceas como plantas aromáticas usadas en cocina y medicina. Se destaca el caso particular de *Lippia organoides* que presenta usos en cocina por ser una especie de orégano americano y usos industriales por sus altos contenidos de Carvacrol y Timol caracterizados por su acción desinfectante y acaricida respectivamente. (Véase figura 3)

**Figura 3. Planta de Motua *Agave cocui*.**



Fuente: Tomado de Albesiano & Fernández, 2006.

Además del atractivo que ofrecen las plantas de la región del Chicamocha por sus usos tradicionales, también se encuentran especies ornamentales como los cactus de los géneros *Melocactus* y *Mammillaria* y la orquídea *Catleya trianae*. Por otra parte, es urgente el desarrollo de iniciativas de conservación para dos especies de plantas endémicas seriamente amenazadas; la Ceiba buchona *Cavanillesia Chicamochae* y la palma *Zamia encephalarthoides*.<sup>5</sup>(Véase cuadro 1)

**Cuadro 1 Principales plantas encontradas en el Cañón del Chicamocha.**

Familia	Nombre Científico
Acantácea	<i>Ruellia tuberosa</i>
Agaváceas	<i>Fourcraea macrophylla</i>
	<i>Agave cocuy</i>
Apocináceas	<i>Thevetia peruviana</i>
	<i>Rauwolfia tetraphyla</i>
Borragináceas	<i>Heliotropium fruticosum</i>
Bromeliáceas	<i>Tillandsia recurvata</i>
Cactáceas	<i>Opuntia dinelli</i>
	<i>Opuntia depauperata</i>
	<i>Stenocereus griseus</i>
	<i>Pilosocereus santanderensis</i>
	<i>Melocactus pescaderensis</i>
	<i>Mammillaria columbiana</i>
Caparidáceas	<i>Cleome sp.</i>
Cesalpínáceas	<i>Senna sp.</i>
	<i>Cassia sp.</i>
Ciperáceas	<i>Cyperus rotundus</i>
Commelináceas	<i>Tradescantia multiflora</i>
Euforbiáceas	<i>Jatropha gossypifolia</i>
Fabáceas	<i>Indigofera suffruticosa</i>
	<i>Tephrosia cinerea</i>
Flacurtiáceas	<i>Casearia tremula</i>
Liliácea	<i>Aloe vera</i>
Malváceas	<i>Abutilon giganteum</i>
	<i>Abutilon umbellatum</i>
	<i>Melochia mollis</i>
Meliáceas	<i>Cedrela odorata</i>
Mimosáceas	<i>Prosopis juliflora</i>
Polipodiáceas	<i>Cheilantes microphylla</i>
Sapindáceas	<i>Cardiospermum coluteoides</i>
Escrofulariácea	<i>Capraria biflora</i>
Solanáceas	<i>Cestrum alternifolium</i>
	<i>Solanum crotonifolium</i>
Verbenáceas	<i>Lippia origanoides</i>

Fuente: Tomado de Santamaría-Bueno, 2006.

<sup>5</sup> Santamaría-Bueno, 2006.

- **Aves.** Considerando que una de las actividades más asociadas al ecoturismo es la observación de aves, éstas se constituyen en un recurso valioso en el Cañón del Chicamocha si consideramos el alto grado de endemismos y especies amenazadas presentes en la zona.

No es un secreto que Colombia es frecuentada por conservacionistas y observadores de aves de todo el mundo debido al primer puesto que ocupa en diversidad de aves en el planeta. A su vez, estos observadores de aves asumen retos para conocer nuevas especies en condiciones especiales como los endemismos y las amenazas de extinción. (Véase figura 4)

**Figura 4 Subespecie endémica *Momotus momota olivaresii*.**



Fuente: Ortiz-Cárdenas, 2006.

Un grupo de instituciones entre las cuales se encuentran Conservación Internacional, Wildlife Conservation Society, Birdlife International y Proaves Colombia, identificaron las principales especies de aves presentes en el cañón del Chicamocha, su grado de vulnerabilidad y distribución geográfica y altitudinal. Esta experiencia ha permitido considerar al Cañón del Chicamocha como un ecosistema rico y diverso en avifauna, además de llamar la atención entre los biólogos y conservacionistas de Colombia y el exterior sobre la necesidad de conservar este importante recurso. (Véase cuadro 2)

**Cuadro 2 Listado de aves endémicas y amenazadas del Cañón del Chicamocha.**

Nombre científico	Nombre común	Importancia/condición
Ortalis colombiana	Guacharaca Colombiana	Endémica
Thryothorus nicefori	Cucarachero del nicéforo	Endémica - En Peligro Crítico
Momotus momota olivaresii	Upa	Subespecie endémica
Myiarchus apicalis	Atrapamoscas apical	Endémica
Amazilia castaneiventris	Colibrí Ventricastaño	Endémica - En Peligro Crítico
Arremon schlegeli canidorsum	Pinzón alidorado	Subespecie endémica

Fuente: Aves en peligro de los Valles secos del Chicamocha, Proaves, 2006.

Es pertinente traer a colación la idea que asume al turismo especializado de observación de aves como una de las principales opciones de conservación de las especies y a su vez la posibilidad de generar ingresos económicos para las comunidades locales, que tras un proceso de sensibilización ambiental y formación ecológica, adquieren un sentido de pertenecía y responsabilidad frente al recurso fauna. Cabe aclarar que toda actividad ejecutada dentro del proyecto ecoturístico donde se trate el tema de la flora y la fauna local, se llevará a cabo de forma pasiva sin intervenir en los ciclos normales de desarrollo de las especies. De ninguna manera se tendrá un contacto físico con las aves de la región y la observación se limitará a un trabajo de contacto visual a través de binoculares y manejo de guías ilustradas y fotografías sobre aves de Colombia. Esta condición va en concordancia y respeto a los principios del ecoturismo en cuanto a evitar al máximo el contacto con los animales y las plantas presentes en los ecosistemas.<sup>6</sup>

**1.1.3. Turismo en el Cañón del Chicamocha. Situación económica del área del proyecto.** En los mercados de las provincias Guanentina y Comunera es frecuente observar la llegada de frutas y hortalizas silvestres que son cultivadas por campesinos que viven en las veredas más apartadas; cucurbitáceas con forma de papa conocidas popularmente por los campesinos como “papa aérea”, pequeños pimentones nativos y unas cuantas fibras de algodón guane, hacen parte del germoplasma silvestre que aun conservan los “abuelos” que viven en esta región de Santander.

La cuenca baja del Cañón del río Chicamocha (Cepitá, Aratoca y Jordán Sube), se caracteriza por poseer fuertes pendientes, suelos pedregosos y una vegetación xerofítica típica de zonas áridas y semiáridas, estos paisajes se han venido modificando a través del tiempo por el sobrepastoreo caprino.

<sup>6</sup> Aves en peligro de los Valles secos del Chicamocha, Proaves, 2006.

La economía de la zona está condicionada por la baja fertilidad de sus suelos y los largos períodos de sequía que se presentan en la región. Los campesinos basaron sus ingresos durante varias décadas en el cultivo del anís *Pimpinella anisum*, producción que era vendida en su totalidad a la Empresa Licorera de Santander como insumo para el aguardiente, sin embargo, esta empresa en la década de los 70's tomó la determinación de importar esencias artificiales de anís, dejando a los productores del Chicamocha sin opciones productivas que ofrecieran un sustento para sus familias.

En ese momento se iniciaron trabajos para desarrollar actividades agrícolas que reemplazarán el cultivo del anís, pero la baja calidad de los suelos y el mencionado problema de la escasa precipitación, impidieron el éxito en estas actividades. A raíz de esta situación la zona se ha convertido en un “distrito caprino”, caracterizado por la presencia de animales criollos de baja producción lechera pero de gran rusticidad y muy apetecidos en la cocina santandereana por su sabor particular, resultado según los mismos habitantes de la región, del consumo de plantas silvestres por parte de los animales. Cabe aclarar, que a pesar de ser la principal actividad generadora de ingresos en la zona, la capricultura extensiva practicada en el Cañón del Chicamocha no representa una fuente de ingresos que garantice una calidad de vida aceptable para las comunidades.

Otra actividad productiva que se lleva a cabo por parte de los habitantes del Cañón es la elaboración de los sacos de fique. Para esto se adquiere la fibra del fique en los cascos urbanos de la región y durante una semana la familia campesina se dedica a esta actividad intensiva en mano de obra, pero que genera tan solo cerca de \$30.000 a la semana para el núcleo familiar, eso sin considerar la mano de obra en los costos de fabricación del saco, que puede ser superior a los veinte jornales para procesar una arroba (25Lb) de fibra de fique.

A primera vista se podría pensar en la escasa diversidad de plantas y animales silvestres presentes en esta región, sin embargo, estudios recientes de Albesiano, Rangel & Cadena (2003) sobre vegetación, y de Parra *et al.* (2002) sobre diversidad de aves, muestran una gran riqueza en biodiversidad que presenta necesidades de conservación pero también posibilidades de uso sostenible a través de alternativas como el ecoturismo.

Hasta ahora se está percatando acerca de la riqueza en biodiversidad que presenta el Cañón del río Chicamocha, no obstante, los proyectos que se encuentran en ejecución como el Parque Nacional del Chicamocha, el complejo turístico o el teleférico, apuntan hacia el beneficio de grandes inversionistas privados, pero que no resuelven el problema de la pobreza y la exclusión de las comunidades locales.

En vista que la comunidad se encuentra como espectadores ante el desarrollo turístico de la región solamente se conoce un muchacho llamado Elkin Jaimes que ahora es parte de los guías turísticos del Proyecto de Panachi las empresas deberían explotar el talento humano de la región vinculando a la comunidad en estas actividades, capacitándolos.

- **Turismo en la provincia Guanentina.** El turismo en la provincia Guanentina es una práctica reciente, esta actividad tal vez no tiene más de quince años. En esa época, se inició principalmente por iniciativa particular la construcción de una infraestructura hotelera básica en la provincia Guanentina y focalizada fundamentalmente en el municipio de San Gil, con el fin de atraer turistas y visitantes a la región. Hoteles como el Bella Isla y el Mesón del Cuchicute en San Gil, se empezaron a convertir en destinos para el descanso de los Santandereanos y Boyacenses. Posteriormente, lugares como Barichara, Guane y Curití, empezaron a demostrar que los destinos turísticos no necesariamente deben estar ubicados en las carreteras nacionales o departamentales, y desarrollaron toda una propuesta turística basada en los significados que las provincias Guanentina y Comunera tienen para los colombianos como raíz de la independencia de Colombia. Este patriotismo sumado al rescate del patrimonio cultural en Barichara, San Gil y el Socorro, realmente definieron a la provincia como un destino turístico nacional.

Posteriormente, nace el turismo de aventura, principalmente a través de pequeñas empresas sin mucha experiencia que vieron la posibilidad de captar la atención de los turistas en actividades diferentes al descanso o la contemplación del paisaje. Hoy existen en San Gil siete empresas dedicadas al turismo de aventura, que han trazado rutas que atraviesan varios municipios; empezando en el Valle de San José, pasando por Páramo, Curití, Barichara y Guane. Entre las actividades que se practican está el parapente, rapel, escalada, canotaje y canopy; sin embargo, se aprecia la ausencia de una regulación referente al control de estas actividades, no existe regulación de tarifas, los guías no tienen una formación profesional y dentro de los programas y prácticas no hay ningún tipo de manejo del entorno ambiental.

Viendo toda esta situación, la alcaldía de San Gil junto al Centro de Productividad y Competitividad de la Provincia Guanentina, se encuentran desarrollando un proyecto de apoyo y organización de la cadena productiva del turismo en San Gil, que desde el año 2006 viene convocando a todos los prestadores de servicios hoteleros del municipio para realizar un diagnóstico participativo y la agenda de trabajo del sector. Hasta el momento el proceso se viene adelantando con San Gil de forma aislada, sin tener en cuenta la concepción de provincia y de corredor turístico, que precisamente implica el manejo de la región sin considerar las fronteras municipales. En este caso, los otros municipios involucrados en esta cadena, se ven afectados en cuanto a su proceso de maduración como prestadores de servicios turísticos.

Entre otros avances de la cadena turística en San Gil, se destaca la declaratoria de San Gil como capital turística de Santander a través de una ordenanza de la asamblea departamental, la ampliación de la capacidad hotelera en los municipios conectados al corredor turístico y la voluntad política del gobierno departamental y los gobiernos municipales de proyectar la provincia dentro de los tres primeros destinos turísticos del país en el mediano plazo. Pero tal vez, el mayor avance y a su vez la situación que viene generando todas las expectativas, tiene que ver con la construcción del Parque Nacional del Chicamocha, que sin estar involucrado dentro de ninguna categoría de área protegida del sistema de parques nacionales naturales, se presenta como el proyecto turístico más ambicioso de la historia santandereana.

La Gobernación de Santander inició en el 2006 la construcción del Parque Nacional del Chicamocha, el más ambicioso proyecto turístico en el departamento, el cual, en palabras del entonces gobernador "hará honor a la raza santandereana y a su estirpe comunera, sitio que será orgullo de nuestro país por la majestuosidad como está concebido".

La inversión de este complejo, que incluye el Monumento a la santandereanidad, asciende a los 12 mil millones de pesos y está ubicado en el sitio Ventanas o Caucaiyá, en el mejor mirador del cañón del Chicamocha, en el municipio de Aratoca.

El proyecto compromete cerca de 300 hectáreas, e incluye el pueblo santandereano, el museo guane, la plaza de banderas, el mirador, la plaza de las costumbres, una plaza para espectáculos para 2.000 personas, zonas de camping, área comercial, senderos peatonales, vías de acceso y parqueadero; así como en una segunda etapa, la instalación del teleférico, un centro de convenciones y otros servicios que se ofrecerán al sector privado, como un complejo ecoturístico.

Con la proclamación de San Gil como capital turística de Santander, se aprecia la necesidad de empezar a desarrollar un turismo más amigable con el medio ambiente, no solo en cuanto a reducción de impactos por la contaminación generada por esta actividad, sino además por la posibilidad de prestar servicios de turismo ecológico en las áreas naturales presentes en los municipios del corredor turístico (Socorro, San Gil, Curití, Barichara y Aratoca).

En este sentido, el ecoturismo como una opción de desarrollo para el corredor comprendido entre Aratoca y Barichara, podría representar el acceso de las comunidades residentes en esta región, al negocio del turismo, sin la necesidad de los grandes inversiones requeridas para la infraestructura en el turismo convencional, convirtiéndose en uno de los usos potenciales de la biodiversidad en la zona de estudio.

*“El teleférico, de acuerdo con los estudios técnicos de Ecosing Europa, tendrá un recorrido de 6.3 kilómetros, en dos tramos. El primero parte del Parque Monumento de la Santandereanidad (Caucayá) a la Estación Central, en orillas del río Chicamocha, con una altura máxima de 1.325 metros y una duración de 7 minutos. Para luego ir hasta la Mesa de los Santos, en un recorrido en el que se invertirán 13 minutos. Los trazados se realizarán con 45 cabinas, cada una con capacidad para 8 personas, las cuales se movilizarán a una velocidad de 1,5 metros por segundo, apropiada para contemplar el espectáculo paisajístico que ofrece el Cañón del Chicamocha”.*<sup>7</sup>

- **Noticia de la postulación del Cañón del Chicamocha como maravilla de Suramérica.** La majestuosidad del Cañón de Chicamocha podría ser seleccionado como una de las siete maravillas naturales de Suramérica, luego de que su geografía fuera incluida en la lista de candidatos a recibir este reconocimiento.

Así lo aseguró el Secretario de Desarrollo departamental, Juan José Landínez, quien dijo que a su despacho llegó una carta donde se anunció la postulación del Cañón del Chicamocha, como una de las maravillas naturales del continente.

El jefe de la cartera de desarrollo departamental invitó a los santandereanos para que realicen su voto a través de la página web.

Para realizar la votación, se debe seleccionar entre las diferentes opciones el continente suramericano, y de la lista que de allí se despliega, el Cañón del Chicamocha.

Además del atractivo santandereano, en el listado se encuentran por Colombia, el Río Amazonas, la Isla de Malpelo y el Pico de Colón en la Sierra Nevada de Santa Marta.

Así mismo los santandereanos podrán votar por atractivos turísticos de otros continentes.

La votación estará abierta hasta el 31 de diciembre de 2008.

“Es un reconocimiento a nuestra naturaleza, a las bellezas de Santander y del país. El Cañón, evidentemente, es imponente y asombroso. Por eso invito a los santandereanos a que estén atentos a la votación que se va a abrir con el fin de que expresen su opinión con respecto a las nuevas maravillas naturales del

---

<sup>7</sup> <http://www.escriitoresyperiodistas.com/Ejemplar22/chica.htm>

mundo, y apoyen nuestro Cañón de Chicamocha que realmente merece estar entre esas bellezas”,<sup>8</sup> señaló el funcionario.

Otros de los nominados:

1. Cueva del Guacharo – Venezuela.
2. El volcán Tatio – Chile.
3. Islas Galápagos – Ecuador.
4. Lago Titicaca – Perú.
5. Lago Nahuel Hugoi – Argentina.
6. Archipiélago Fernando de Noroña – Brasil.

## **1.2. OTURISMO COMO OPCIÓN DE DESARROLLO**

**1.2.1 Antecedentes,** el Ministerio del Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, a través de la Unidad Administrativa Especial del Sistema de Parques Nacionales (UAESPNN), viene desarrollando desde hace unos diez años, una estrategia para la promoción del ecoturismo en las diferentes áreas naturales del sistema de parques nacionales, reservas de la sociedad civil, reservas privadas, y en general, aquellas áreas que por sus atractivos naturales y culturales, sean susceptibles de manejar a través de un turismo sostenible.

Por otro lado, los esfuerzos privados para convertir a la contemplación de la naturaleza y los paisajes en opciones productivas rentables, se aprecian en una serie de iniciativas, como por ejemplo los contratos de concesión de los parques naturales como Tayrona y Amacayacu, la construcción de los mariposarios de Calarcá y Cali y el montaje de un gran número de proyectos que involucran actividades como el senderismo, la observación de aves, la etnobotánica e incluso deportes de aventura y agroturismo.

Sin embargo, la política para el desarrollo del ecoturismo en Colombia aun se encuentra como un documento inconcluso, no hay una articulación entre la ley nacional de turismo y la política nacional de biodiversidad, son escasos los programas de formación en el tema, y lo que es más grave aun, no hay una claridad conceptual acerca del ecoturismo, dejando a la especulación la construcción de conceptos regionales basados en intereses particulares y atractivos regionales, donde prácticas como la espeleología, los deportes extremos y el agroturismo, crean conceptos locales empíricos del ecoturismo motivados exclusivamente por necesidades económicas de los inversionistas.

**1.2.2 Justificación.** Para Ceballos-Lascuráin (1996), una de las alternativas para el aprovechamiento sostenible de los ecosistemas y las áreas naturales, es el ecoturismo, entendido como aquella modalidad turística ambientalmente

---

<sup>8</sup> <http://www.vanguardia.com/2008/7/13/eco1.htm>

responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin perturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que pueden encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales<sup>9</sup>.

El ecoturismo es una de las formas de turismo que exhiben mayor crecimiento a escala mundial. En la última década, América Latina y el Caribe presentan un aumento exponencial de la oferta de productos de turismo basado en el contacto con la naturaleza. El ecoturismo constituye una de las actividades con mayor potencial para integrar las tres dimensiones del desarrollo sostenible (económico, social y ambiental)<sup>10</sup>.

El Cañón del río Chicamocha presenta una serie de atractivos que lo hacen susceptible para la práctica del ecoturismo; la riqueza de aves endémicas y amenazadas como el cucarachero de nicéforo y el colibrí ventricastaño, la diversidad de plantas útiles representadas principalmente por la familia de las verbenáceas; grupo de plantas aromáticas utilizadas en la cocina y medicina tradicional, al igual que la familia de las cactáceas, caracterizadas principalmente por los géneros *Opuntia*, *Mammillaria*, *Notocactus* y *Melocactus*, de gran potencial como plantas ornamentales.

En cuanto a la riqueza cultural, el Cañón del río Chicamocha se constituyó en una gran área de asentamiento del pueblo Guane, que además de brindar plantas para su medicina, proporcionaba buena parte de su dieta. Esta dieta se basaba en "coyal" (pescado); "cocarama" aves de la familia Cracidae; "Corúa" (carnes rojas); "casabe" (tortas de yuca); "bito-pacua", bebida fermentada de maíz denominada después "chicha". Endulzaban la chicha con jugos de frutas, miel de abejas silvestres, y sumo de la misma caña del maíz, pero tal vez el alimento que más llamaba la atención entre la cultura Guane, fueron las hormigas Culonas a las cuales dieron por nombre "Copricó", que traducido a la lengua Guane significa "Alimento nupcial" o "Comida matrimonial", "Copri" significa unir, y "Co" alimento, que posteriormente por influencia española se adoptó el término "Culona"<sup>11</sup>.

Este territorio presenta además formaciones geomorfológicas especiales que han sido objeto de inspiración popular para la creación de mitos y leyendas sobre el pueblo Guane. De igual forma, aún existen los caminos de Lenguerque que ofrecen posibilidades para la práctica del senderismo y la observación de aves.

---

<sup>9</sup> CEPAL, Memorias del seminario internacional de ecoturismo: Políticas locales para oportunidades globales, Santiago de Chile, mayo de 2001. p.12.

<sup>10</sup> *Ibíd.*, p. 9.

<sup>11</sup> SANTAMARIA, Andrés. La hormiga culona, riqueza que brota de las tierras santandereanas. Corporación Bucaramanga Emprendedora. 2006. p. 7.

Todas estas condiciones y expresiones naturales y culturales que posee el Cañón del Chicamocha, se aprecian como un potencial endógeno de la región y además estimulan a los gobiernos locales y departamental, a los inversionistas y a los habitantes de la zona, a identificar posibilidades de negocio y establecer proyectos de inversión encaminados a la generación de ingresos a partir de la venta de servicios de turismo especializado (etnoturismo, ecoturismo, turismo de aventura, agroturismo, etc.).

Por estas razones, este trabajo de grado busca analizar la factibilidad del montaje de una empresa comunitaria para el ofrecimiento de servicios ecoturísticos, consistente en la adecuación de posadas campesinas para el recibimiento y atención al turista, la recuperación de los caminos de Lenguerque para la práctica del senderismo, la creación de un centro de educación ambiental encargado de dar a conocer a los visitantes las bellezas naturales a nivel de fauna silvestre, vegetación y formaciones geomorfológicas.

Para llevar a cabo todo este montaje en el futuro, es necesario primero realizar una simulación del proyecto de inversión en el papel. Esta simulación le permite el estudio de factibilidad, que busca analizar todas las variables y riesgos que presenta el proyecto desde sus aspectos técnicos, económicos, financieros, legales y de viabilidad social y ambiental. Cabe aclarar que el ecoturismo tiene implícito el componente de conservación ambiental, por lo tanto sus prácticas no generan un impacto ambiental considerable y en muchos casos suelen destinarse porcentajes de los ingresos por ventas en los proyectos ecoturísticos, para la conservación de las plantas, animales y el patrimonio cultural de la zona.

Algunos consideran que Marco Polo fue el primer turista de la historia cuando viajó a Asia hace ochocientos años. Otros opinan que fueron los aristócratas británicos cuando pasaban semanas enteras en las playas del sur de Europa... Pero no cabe duda a la hora de decidir quién fue el fundador de los viajes organizados: en 1841 Thomas Cook alquiló un tren para transportar a los turistas de la nobleza inglesa a los balnearios y estaciones termales alejadas de la ciudad.

### **¿POR QUÉ SURGIÓ EL TURISMO?<sup>12</sup>**

Hace poco más de 50 años, **se redujo la jornada laboral** (¡ya no había que trabajar 12 horas seguidas!), y así quedó tiempo libre durante el día y los fines de semana. ¿Por qué no visitar atractivos parajes naturales y pasear por las ciudades

---

<sup>12</sup> Microsoft ® Encarta ® 2008. © 1993-2007 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

llenas de monumentos? También **se generalizaron las vacaciones de verano ¡pagadas!** y los trabajadores de las ciudades se escapaban a las playas para descansar y disfrutar.

El **turismo** es el desplazamiento que hacemos las personas fuera de nuestro medio habitual para descansar, conocer costumbres distintas, visitar lugares históricos, pasear por espacios naturales... ¡No tiene nada que ver con el trabajo!

Al principio los afortunados fueron muy pocos (ricos y nobles), aunque en la actualidad son muchas las personas que disfrutan de **viajes organizados** al extranjero y fines de semana en paraísos naturales. ¿Eres turista? ¿En qué lugar pasas las vacaciones?

Muchas veces los viajes están organizados por **touropadoras mayoristas, cadenas hoteleras, agencias de viaje o compañías aéreas**. ¿Sabías que el coche privado y el avión son los medios de transporte preferidos por los turistas?

¿CUÁLES SON LOS TIPOS DE TURISMO?

Podemos ser turistas de un día, de un fin de semana (¿sabes que hay familias que compran una **segunda vivienda** en el campo para escapar de la ciudad?), de varias semanas (por ejemplo, el **turismo estival**, que se realiza durante las **vacaciones de verano**)... ¿Sabías que en España la ley dice que los trabajadores y trabajadoras pueden disfrutar de 4 semanas de vacaciones al año, mientras que en Japón disponen solo de 2 semanas?

Según el destino o las intenciones de los turistas, existen distintas formas de turismo: **de playa** (buscamos sol y el mar de los países cálidos), **de montaña** (ecológico y de esquí), **cultural** (¿por qué no visitar el museo del Prado o las pirámides aztecas?), **rural** (huir de las ciudades para ir a casas de pueblos, rodeadas de montañas), **de compras** (¿por qué no acercarse a Miami o Londres para comprar productos inexistentes en nuestro país?), **orientado a la sanidad** (son los balnearios, los centros para personas de la Tercera Edad y jubilados), **religioso** (ir a La Meca, Roma, Jerusalén o el Camino de Santiago en España)...

El turismo se puede practicar dentro de las fronteras de un país (nacional) o puede ser internacional.

- **EL TURISMO INTERNACIONAL.** El turismo internacional es un **fenómeno reciente** y casi exclusivo de las sociedades desarrolladas. Hace cincuenta años solo había 25 millones de turistas internacionales y en el año 2003 el número rebasó los ¡700 millones! en todo el mundo.

Los **principales destinos turísticos** del mundo son:

- Europa, especialmente los países del Mediterráneo y las ciudades milenarias (París, Londres, Praga...).
- Estados Unidos y las costas del Caribe.
- Ancestrales países asiáticos, como China, India, Tailandia...
- Archipiélagos de Oceanía como Fiyi y Samoa.
- Países del norte de África (Egipto, Túnez...) y de Oriente Próximo (Israel, Jordania, Turquía...).
- Paraísos naturales africanos (¿has oído hablar de los **safaris** por Kenia y Tanzania, de las playas cristalinas de las islas Seychelles...?).
- Centros culturales prehispánicos de América (Perú, México...).

- **ESPAÑA ES EL SEGUNDO DESTINO MUNDIAL** de turismo internacional: solo Francia recibe más turistas internacionales y solo Estados Unidos la supera en cantidad de ingresos turísticos. En 1982 visitaron España más de 40 millones de turistas y en 2003 esta cifra superó los ¡52 millones! (fíjate que en España solo viven unos 42 millones de personas...).

### ¿QUÉ EFECTOS TIENE EL TURISMO?

El turismo tiene numerosas **ventajas**:

- **Genera riqueza** en los países de destino. El turista deja mucho dinero (en hoteles, restaurantes, alquiler de coches, compras...). Y se crean muchos puestos de trabajo: en España hay casi 2 millones de personas empleadas directamente en actividades turísticas o relacionadas con ellas, y en México son 20 de cada 100 trabajadores: camareros, conductores de autobuses, guías turísticos, empleados de hotel...
- **Contribuye al intercambio de actitudes** sociales y culturales entre los pueblos.

Aunque el turismo también tiene algunos **inconvenientes**:

- La **estacionalidad** (cuando el turismo se concentra solo en unos meses al año) puede provocar el aumento de los precios en los lugares turísticos (y esto perjudica a los habitantes de la zona) y el paro (las personas pierden su empleo cuando acaba la temporada turística). Aunque hay ciudades como Roma o París que reciben turistas todo el año. ¿Has sido tú uno de ellos?

- La **masificación** (miles de personas en un mismo lugar y momento) ha transformado los paisajes naturales (piensa en Cancún o Benidorm, con sus altísimos edificios...) y puede provocar destrucción del medio natural, además de problemas en las dotaciones de agua potable, tráfico en las carreteras...

- **EL OCIO Y LOS PARQUES TEMÁTICOS.** El **ocio** es el tiempo libre del que disponemos las personas. En los últimos 15 años se han creado numerosos **centros de ocio** (con decenas de cines, tiendas, restaurantes, salones de juegos...) y **parques temáticos** (parques de atracciones, zoológicos...).

¿Has oído hablar de Disneylandia (Orlando, Estados Unidos), de Xanadú (el mayor parque de nieve de Europa bajo techo, cerca de Madrid, España), de Futuroscope (Poitiers, Francia) o de Terra Mítica (Benidorm, España)? ¿Cuáles más conoces y has visitado?

**1.2.3 Sector Ecoturístico.**<sup>13</sup> Colombia es un lugar privilegiado por la naturaleza con una enorme diversidad de ambientes naturales que permiten desarrollar una gran variedad de actividades turísticas y recreativas que proporcionan a los visitantes disfrute y conocimiento, sin causar daño al medio ambiente. Estas actividades es lo que se conoce con el nombre de ecoturismo.

Las actividades ecoturísticas que es posible llevar a cabo en los Parques Nacionales Naturales colombianos pueden llegar a ser muy emocionantes y tan variadas como nuestros paisajes. Ríos, montañas, mares, lagunas, selvas, picos nevados, grutas, paredes escarpadísimas, árboles muy altos y olas enormes harán las delicias de todo aquel que se aventure a explorar uno de los países más ricos del mundo en diversidad natural.

Durante el primer trimestre del año 2008 han visitado las áreas con vocación ecoturística **215.028 personas**, presentándose un incremento del 9% si se compara con el mismo periodo del año anterior. Este aumento de visitantes durante el mes de marzo, se debió a que la temporada de Semana Santa en el 2008 se presentó durante este mes, mientras que en el 2007 dicha temporada tuvo lugar en abril.

Así mismo, este posicionamiento dentro del gusto de los colombianos y extranjeros que prefieren el ecoturismo en las áreas protegidas del Sistema de Parques Nacionales Naturales se debe en gran parte al programa de fortalecimiento del ecoturismo y a las campañas de promoción y divulgación que han motivado a miles de personas a disfrutar en estos espacios naturales de sus temporadas de recreación, educación y sensibilización ambiental. Las áreas con

---

<sup>13</sup> <http://www.parquesnacionales.gov.co/PNN/portel/libreria/php/decide.php?patron=01>.

mayor visitancia fueron Tayrona, Corales del Rosario, Nevados, Corota y Old Providence.

**Cuadro 3 Comparativo de visitantes años 2.007 – 2.008**

MES/AÑO	2007	2008	COMPARATIVO 2007-2008
ENERO	132.919	118.702	-11
FEBRERO	34.106	33.750	-1
MARZO	28.932	60.568	109
TOTAL	197.964	215.028	9

Fuente: Dato obtenido en consulta a la Secretaría de Desarrollo Social de la Gobernación de Santander.

**Figura 5 Comparativo de visitantes años 2.007 – 2.008**



Fuente: Dato obtenido en consulta a la Secretaría de Desarrollo Social de la Gobernación de Santander.

### 1.3 ASPECTOS LEGALES

Los aspectos legales que regulan y controlan el ecoturismo en Colombia pueden apreciarse en tres niveles; el nivel de Política Nacional, el nivel de Leyes y Decretos y el nivel de Reglamentación específica.

#### 1.3.1 A Nivel de Política Nacional

- Política Nacional de Biodiversidad, 1995. Ministerio del Medio Ambiente – Instituto Alexander Vön Humboldt.
- Política de Bosques, 1996. Ministerio del Medio Ambiente – Departamento Nacional de Planeación DNP.
- Política de Gestión Ambiental para la Fauna Silvestre en Colombia, 1997. Ministerio del Medio Ambiente.

- Política para el Desarrollo del Ecoturismo, 2004. Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo territorial – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

### **1.3.2 A Nivel de Leyes y Decretos**

- Decreto 2811 de 1974 – Código Nacional de los Recursos Naturales.
- Decreto 1449 de 1977 – Normas de conservación de los recursos naturales por parte de los propietarios de los predios rurales.
- Decreto 622 de 1977 – Sistema de Parque Nacionales Naturales (UAESPNN).
- Decreto 1333 de 1978 – Educación Ecológica.
- Decreto 1608 de 1978 – Reglamentación de la actividad de caza en Colombia.
- Ley 84 de 1989 – Estatuto Nacional de Protección Animal.
- Ley 99 de 1993 – Sistema Nacional Ambiental.
- Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo.
- Decreto 1996 de 1999 – Reglamentación de las Reservas Naturales de la Sociedad Civil.
- Ley 611 de 2000 – Manejo Sostenible de Especies de Fauna Silvestre.
- Ley 788 de 2002 – Incluye la exención de renta para servicios de ecoturismo.
- Decreto 1220 de 2005 – Licencias ambientales.
- Decreto 4688 de 2005 – Reglamenta la caza comercial en Colombia.
- Ley 1021 de 2006 – Ley General Forestal.
- Ley 79 de 1988 – Reglamenta las Cooperativas de trabajo asociado.
- Ley 1014 de 2006 – Fomento de la cultura del emprendimiento.

### **1.3.3 A Nivel de Reglamentación Específica**

- Resolución 1317 de 2000 del Ministerio del Medio Ambiente – Establecimiento de zocriaderos de ciclos cerrado y abierto.
- Resolución 074 de 2002 del Ministerio de Agricultura – Reglamento Nacional de Producción Ecológica.
- Resolución 0572 de 2005 de Ministerio del Medio Ambiente – Establece los listados de especies de fauna silvestre amenazada en el país.

## 2 ESTUDIO DE MERCADOS

### 2.1 OBJETIVOS

**2.1.1 Objetivo General:** Realizar un estudio de mercados que permita reunir información relacionada con las variables del mercadeo, demanda, oferta, canales, precios y publicidad y promoción determinando la viabilidad comercial de un proyecto ecoturístico comunitario en el Cañón del río Chicamocha.

#### 2.1.2 Objetivos Específicos

- Describir los servicios que se ofrecerán en el proyecto ecoturístico, así como sus atributos y formas de negociación.
- Identificar el mercado potencial y objetivo, para los servicios que se ofrecerán dentro del proyecto ecoturístico comunitario.
- Determinar la demanda efectiva actual y futura, frente a los servicios ecoturísticos en el Cañón del río Chicamocha
- Precisar la oferta actual y futura, determinando su grado y nivel competitivo de los servicios ecoturísticos en el Cañón del río Chicamocha.
- Conocer el canal de comercialización más apropiado para llegar a los potenciales consumidores de los servicios ecoturísticos en el Cañón del río Chicamocha.
- Fijar estrategias de precios competitivos y acorde a las necesidades de los consumidores de los servicios ecoturísticos en el Cañón del río Chicamocha
- Diseñar un plan publicitario y promocional a través de estrategias que permita posicionar la empresa como proyecto ecoturístico comunitario acorde al contexto geográfico y a las características de los servicios a ofrecer.

### 2.2 DESCRIPCION DE LOS SERVICIOS

Los servicios que se ofrecerán en el proyecto ecoturístico comunitario se seleccionaron a partir de la sistematización de los instrumentos de recolección de información. De esta forma, se priorizaron aquellos servicios atractivos para los potenciales consumidores, quienes fueron entrevistados para conocer sus hábitos y preferencias en cuanto al turismo.

**2.2.1 Especificaciones y Usos.** El ecoturismo según la Ley 300 de 1996, es aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con

un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo sostenible.

El ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos. Por lo tanto, el ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza.

El desarrollo de las actividades ecoturísticas debe generar ingresos destinados al apoyo y fomento de la conservación de las áreas naturales en las que se realiza y a las comunidades aledañas.

De acuerdo a la información obtenida sobre las preferencias de los consumidores potenciales, el proyecto ofrecerá los siguientes servicios:

- **Senderismo y caminatas ecológicas.** Una de las principales actividades realizadas dentro de ecoturismo son las caminatas y el senderismo, no obstante, este senderismo siempre debe estar enfocado al aprendizaje sobre las especies animales y vegetales, así como a los conocimientos tradicionales y culturales de los pobladores locales. Esto quiere decir, que para que una zona geográfica sea susceptible de la práctica del senderismo ecológico debe tener una riqueza natural y cultural intrínseca. Las principales experiencias sobre senderismo ecológico en el país se presentan a nivel de los Parques Nacionales Naturales, territorios que han sido protegidos por la nación, donde todas las actividades que se llevan a cabo en su interior se limitan a la contemplación, la educación y la investigación.

El Cañón del Chicamocha presenta toda una red de antiguos caminos de herradura denominados por algunos historiadores como los “caminos de Leguerque”, haciendo alusión al explorador alemán Leo Vön Lenguerque. Estos caminos están perfectamente identificados por los pobladores locales del Cañón y son usados en la actualidad para llevar víveres a las veredas más apartadas.

El proyecto utilizará tres senderos que se encuentran el sector de San Antonio Bajo de Aratoca, estos caminos conducen desde la escuela hasta el río y permiten una vista inigualable del Cañón, facilitando la realización de las actividades pedagógicas por parte de los ecoguías. La existencia de tres senderos con topografías y distancias diferentes facilitará la labor de los guías puesto que de acuerdo al estado físico de las personas que conforman los grupos, se decidirá la ruta, el tiempo y la distancia del recorrido.

Dentro del senderismo ecológico, el guía realiza una charla sobre etnobotánica mostrando las principales plantas de la zona, su taxonomía, grado de

vulnerabilidad y usos tradicionales, haciendo énfasis en la necesidad de conservar estas plantas por su función ecológica e importancia para las comunidades.

Para poder ofrecer el senderismo ecológico dentro de un proyecto empresarial es necesario estructurar este servicio dentro de una Ruta ecoturística de la región, tal como sucede con otros proyectos de senderismo ecológico en la localidad, como El Diviso en Floridablanca, el Rasgón en Piedecuesta o los Estoraques en la Playa de Belén, Norte de Santander. Se creará la “Ruta ecoturística Bucaregua”, que además de definir el tipo de servicio que se prestará, facilita las labores de promoción comercial e identificación de los clientes potenciales.

Se plantea Chiflas como el punto de partida puesto que éste se constituye en un sitio central por donde obligatoriamente circulan los viajeros entre Bucaramanga y Bogotá. Por otra parte, desde este lugar parte la vía hacia la Vereda San Antonio de Aratocha y específicamente el sector San Antonio Bajo, lugar de ubicación de la ruta ecoturística.

El senderismo ecológico se ofrecerá a través de cuatro paquetes ecoturísticos, donde se refiere a los grupos de personas que serán clasificados, por su calidad y número, que contempla, observación de paisajes, aves, especies, charlas sobre botánica entre otros. Estos paquetes se dividieron en cuatro alternativas, el personal compartido, el individual, el de grupo familiar y empresarial. (Véase cuadro 4)

**Cuadro 4 Descripción de los paquetes ecoturísticos.**

Nombre del Paquete	Descripción
Paquete Personal Compartido	El paquete personal compartido se realiza con un grupo de diez personas que parten desde Chiflas hasta el proyecto ecoturístico en la Vereda San Antonio. Se denomina personal compartido porque dicho grupo se conforma con personas que van acercándose al punto de salida. Se inicia la travesía en el momento de completar el cupo de diez personas.
Paquete Personal Individual	Se plantea con el objeto de atender situaciones donde sin haberse conformado un grupo, una sola persona desee conocer la zona y esté en capacidad de cancelar el valor por el recorrido individual. Es muy probable que el paquete personal individual sea poco frecuente puesto que no es común que personas solas deseen conocer una ruta ecoturística.

Paquete familiar (Máx. 6 personas)	El paquete familiar está dirigido a grupos familiares o de personas conocidas entre sí, que llegan a Chiflas para desplazarse desde este punto hasta la Ruta Bucaregua. A diferencia del paquete personal compartido donde se cancela de forma individual, el paquete familiar presenta una tarifa única para todo el grupo. El Guía destinará un máximo de dos horas para el grupo en la observación de aves y la charla sobre botánica.
Paquete Empresarial (Máx. 15 personas)	El paquete empresarial es similar al paquete familiar pero está dirigido a grupos cercanos a las quince personas. Tiene una tarifa única para el grupo y la duración del recorrido oscilará entre 1 y 3 horas dependiendo de la disponibilidad de tiempo del grupo y su estado físico.

Existe una experiencia previa liderada por la Corporación Bucaramanga Emprendedora (Incubadora de Empresas de Base Tecnológica), quienes capacitaron a un grupo de veinte jóvenes del Chicamocha en ecoturismo y gestión empresarial y se llevó a cabo una prueba piloto sobre ruta ecoturística. Se recibieron tres grupos de jóvenes de Bucaramanga que acamparon en el área de San Antonio Bajo y manifestaron estar satisfechos con la experiencia.

La prueba piloto brinda pautas sobre las posibilidades de la ruta en el sector de San Antonio Bajo, a su vez, se constituye en una condición previa favorable para el proyecto, puesto que es un valor agregado importante poder contar con un grupo de jóvenes capacitados y que ya han definido un perfil para la vinculación al proyecto. Cabe aclarar, que diez de estos jóvenes hacen parte de los potenciales beneficiarios de la empresa. Figura 5. Joven del municipio de Aratoca mostrando las hojas del *Agave cocui*. (Véase figura 6)

**Figura 6 Joven del municipio de Aratoca mostrando las hojas del *Agave cocui*.**



- **Comida Típica Santandereana.** Se ofrecerán siete platos de comida típica santandereana en el proyecto. El menú se elaboró a partir de los platos más tradicionales de la zona.

La empresa contará con un área de cocina completamente dotada para la preparación de la comida típica, además, se construirá un kiosco para el restaurante. La selección del personal encargado de la cocina y restaurante responderá al conocimiento del beneficiario y a sus expectativas frente a la vinculación al proyecto.

- **Salidas de Campo para Observación de Aves.** Lo más importante en la observación de las aves es que el visitante pueda disfrutar las salidas de campo, que logre ver e identificar las especies más representativas de la región y que conozca su importancia en términos de ecología, distribución geográfica y vulnerabilidad. Para alcanzar esto, el guía debe estar en capacidad de transmitir estos conocimientos de una forma pedagógica y didáctica, y que como un valor agregado del proyecto, se logre sensibilizar a los visitantes sobre las necesidades de conservar este recurso. El Guía debe tener bien claro aspectos que facilitan una exitosa salida de observación; los sectores de tránsito de las aves, los horarios de mayor presencia, las fuentes de alimento natural, entre otros.(Véase figura 7)

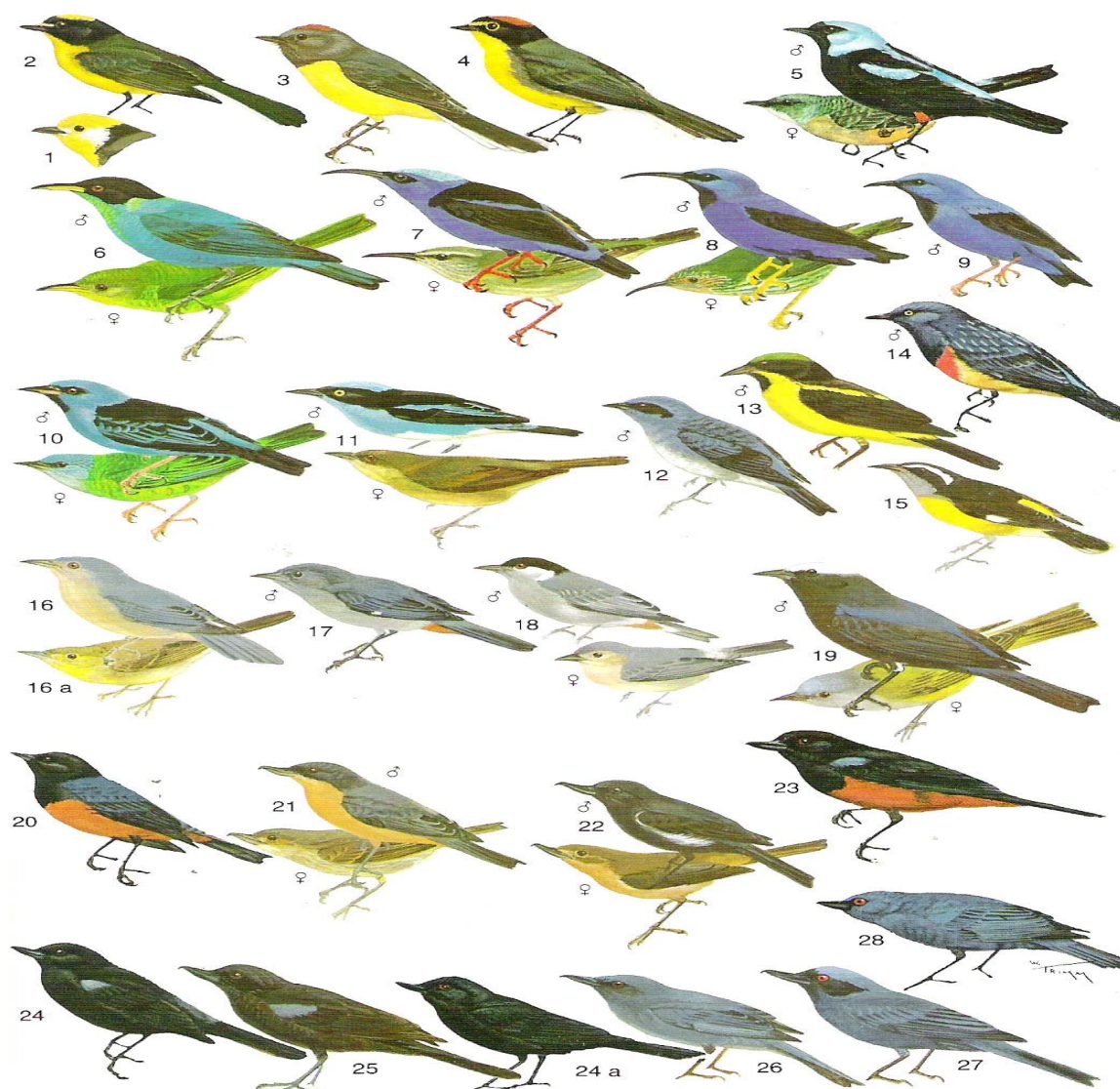
**Figura 7 Práctica de Observación de Aves en el Cañón.**



La observación de aves se caracteriza por ser una práctica de no intervención, esto quiere decir, que la captura de los individuos es solamente visual y en ningún

momento se debe poner en riesgo la estabilidad de las poblaciones. Para facilitar la labor, el proyecto contará con una docena de binoculares que serán entregados a las personas que conforman el grupo de observadores, a su vez, se explicará el manejo de estos equipos, el enfoque, la visión binocular y otras recomendaciones como el silencio, los movimientos suaves y la identificación en las guías ilustradas de aves de Colombia.(Véase figura 8)

**Figura 8 Guías Ilustradas para la Observación de Aves.**



**Fuente: Princeton University, 2001.**

Las guías ilustradas de aves se pueden adquirir en las librerías especializadas de ciudades como Bogotá, Medellín o Cali. También se encuentran en los centros de

documentación de la CDMB y la CAS y en Internet en los portales de instituciones como Proaves Colombia, Natural Bird Conservancy y el Instituto Humboldt. Para el uso de los guías en el proyecto, se digitalizarán las planchas del libro Aves de Colombia de Princeton University, se imprimirán a color y se plastificarán para formar un documento argollado de uso exclusivo de los ecoguías.

- **Camping y Hospedaje en una Cabaña Tradicional.** Con el fin de brindar opciones a las personas que deseen estar más de un día en la zona, se han diseñado dos servicios adicionales; el primero es el camping, puesto que el área es suficientemente plana, sin presencia de depredadores naturales peligrosos y sin problemas de orden público, el segundo es el hospedaje en una cabaña de guadua que será construida por uno de los beneficiarios del proyecto. Cabe aclarar, que la guadua que será utilizada, será traída de la Vereda Clavellinas de Aratoca, donde esta especie prolifera de forma natural. (Véase figura 9)

**Figura 9 Grupo de jóvenes en un campamento en el Cañón del Chicamocho.**



**2.2.2 Servicios Sustitutos o Similares.** Las provincias Guanentina y Comunera ofrecen una gran variedad de opciones en materia de turismo. El turismo especializado de bajo costo, entendido como ecoturismo, agroturismo, etnoturismo, turismo de aventura y otras variantes, se constituyen en servicios similares que han empezado a aprovechar una demanda potencial caracterizada principalmente por consumidores que además del descanso buscan la aventura y conocimiento.

**2.2.3 Productos Complementarios.** Productos típicos de la región como; artesanías en fique, hormigas culonas, lácteos de cabra, productos de

biodiversidad obtenidos legalmente, libros de la naturaleza, guías de fauna y flora de la región, fotografías, postales, entre otros.

Posteriormente, se programará actividades dirigida a otros segmentos, como son estudiantes de las instituciones públicas y privadas como son, los cursos de capacitación Flora silvestre etnobotanica y Fauna silvestre con énfasis en ornitología

#### 2.2.4 Atributos de los Servicios.

- **El Conocimiento.** El principal atributo de los servicios que se ofrecerán en el proyecto es el conocimiento, como un valor agregado diferenciador con respecto a los servicios sustitutos o similares. A diferencia del turismo de descanso, el ecoturismo es fundamentalmente una práctica educativa que además de aportar conocimientos, entretiene, divierte y sensibiliza.

Tomar el conocimiento como un atributo dentro del proyecto implica que las personas involucradas en éste, deban apropiarse toda la información posible referente a los temas técnicos, administrativos y pedagógicos de la empresa y desarrollar las suficientes destrezas y habilidades que garanticen la satisfacción de los clientes y la sostenibilidad del proyecto en el tiempo. (Véase figura 10)

**Figura 10 Capacitación en ornitología dirigida a los jóvenes de Aratoca.**



- **La Innovación.** Otro valor agregado lo genera el hecho de ser la primera propuesta de ecoturismo para la zona, esto quiere decir que la región probablemente carece de personas expertas en el tema del ecoturismo, entendido éste obviamente como el aprendizaje sobre la naturaleza y la cultura dentro de

ambientes de entretenimiento al aire libre. De ahí tal vez que las principales expresiones ecoturísticas de tipo comercial en el país, se encuentren en regiones como el Valle del Cauca, Antioquia y el Eje Cafetero.

## **2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

**2.3.1 Mercado Potencial.** El Universo potencial demandante lo conforman los visitantes del Parque Nacional Chicamocha.

**2.3.2 Mercado Objetivo.** Considerando que el proyecto pretende incursionar en los servicios de turismo sostenible, se identificaron dos segmentos de mercado interesantes para la empresa; el primero son los actuales visitantes del Parque Nacional Chicamocha, quienes pueden disfrutar de una oferta de servicios al interior del Parque, pero no encuentran suficientes opciones de descanso, recreación o aventura en las áreas aledañas. El segundo segmento identificado son los caminantes y practicantes del senderismo del Área Metropolitana de Bucaramanga, que debido a su gusto y pasión por la naturaleza y una buena salud, se constituyen en un grupo focal con potencial de consumo de los productos y servicios del proyecto.

## **2.4 LA DEMANDA**

### **2.4.1 Investigación de mercados.**

- **Descripción del problema de investigación de mercados:** El Cañón del río Chicamocha sobresale por la presencia de matorrales ricos en plantas pertenecientes a las familias botánicas de las verbenáceas, cactáceas y agaváceas principalmente. Muchas plantas de estos grupos son usadas tradicionalmente por los pobladores de las partes bajas del Cañón, que recurren a ellas como fuente de alimento para sus animales, condimento o la cura de dolencias y enfermedades. Estos conocimientos etnobotánicos se han transmitido de una generación a otra, sin embargo, las migraciones de los jóvenes a los centros urbanos ponen en peligro la continuidad de estos procesos de transmisión del conocimiento.

El proyecto pretende aprovechar la biodiversidad del Cañón del río Chicamocha y los conocimientos tradicionales de sus pobladores, a través de un proyecto ecoturístico que brinde opciones laborales para los jóvenes residentes en esta zona. Para conocer las reales posibilidades del proyecto desde el punto de vista comercial, técnico, administrativo y económico, fue necesario llevar a cabo un estudio de factibilidad, que permite afirmar que el proyecto es viable y su implementación es posible, siempre que se consideren todos los aspectos aquí mencionados y se tenga en cuenta el contexto socioeconómico tan particular de la zona de estudio.

La economía de la zona está condicionada por la baja fertilidad de sus suelos y los largos períodos de sequía que se presentan en la región. Los campesinos basaron sus ingresos durante dos décadas en el cultivo del anís *Pimpinella anisum*, producción que era vendida en su totalidad a la empresa Licorera de Santander como insumo para el aguardiente, sin embargo, esta empresa en la década de los 80's tomo la determinación de importar esencias artificiales de anís, dejando a los productores del Chicamocha sin opciones productivas que ofrecieran un sustento para su familia.

En ese momento se iniciaron trabajos para desarrollar actividades agrícolas que reemplazaran el cultivo del anís, pero la baja calidad de los suelos y el mencionado problema de la escasa precipitación, impidieron el éxito en estas actividades. Los moradores al ver que agrícolamente no tenían muchas esperanzas, vieron la cría de caprinos como una estrategia viable de supervivencia, como quiera estos animales se adaptan perfectamente a las condiciones de aridez y topografía de la región. A raíz de esta situación la zona se ha convertido en "distrito caprino", caracterizado por la presencia de animales criollos de baja producción lechera pero de gran rusticidad y muy apetecidos en la cocina santandereana por su sabor particular, según los mismos habitantes de la región, resultado del consumo de plantas silvestres con características singulares de dulzor y aliño.

Cabe aclarar, que a pesar de ser la principal actividad generadora de ingresos en la zona, la capricultura extensiva practicada en el Cañón del Chicamocha no representa una fuente de ingresos que garantice una calidad de vida aceptable para los habitantes de la región, para lo cual sea una alternativa adicional de otros ingresos

Otra actividad productiva que se lleva a cabo por parte de los habitantes del Cañón es la elaboración de los sacos de fique. Para esto se adquiere la fibra del fique en los cascos urbanos de la región y durante una semana la familia campesina se dedica a esta actividad intensiva en mano de obra, pero que genera tan solo cerca de \$30.000 a la semana para toda la familia, eso sin tener en cuenta la mano de obra de la familia en los costos de fabricación del saco, que puede ser superior a los veinte jornales para procesar una arroba (25Lb.) de fibra de fique.

Estas situaciones de pobreza y exclusión que padecen las familias habitantes del Chicamocha, merecen la atención de las autoridades, instituciones de apoyo y organizaciones no gubernamentales. Para esto, es necesario iniciar un trabajo de acercamiento a las comunidades con el fin de conocer su real situación y de una forma participativa, formular propuestas que generen un desarrollo local y el mejoramiento de su calidad de vida.

Actualmente se encuentran en ejecución grandes proyectos como el Parque Nacional del Chicamocha, el complejo turístico o el teleférico, que lamentablemente solo apuntan hacia el enriquecimiento de unos grupos de inversionistas en particular y que por ende no inciden positivamente en la economía de las comunidades pobres de la zona.

Por estas razones, este trabajo pretende plantear una opción productiva para que los habitantes de la región aprovechen la llegada de turistas y visitantes al Parque Nacional del Chicamocha, ofreciendo paquetes ecoturísticos para aquellos visitantes especializados cuyo interés radica en la contemplación de la naturaleza y el conocimiento de la riqueza cultural de la zona.

Por lo anterior, se hace necesario realizar una investigación de mercados, que permita recopilar información referente a comprobar el nivel de aceptación y viabilidad comercial de la creación de una empresa ecoturística comunitario en el Cañón del Río Chicamocha, santander

▪ **Necesidades de información:**

Se requiere describir los servicios que prefiere los visitantes ecoturísticos, así como sus atributos y formas de negociación.

Se hace necesario Identificar el mercado potencial y objetivo, para los servicios que se ofrecerán dentro del proyecto ecoturístico comunitario.

Se debe determinar la demanda efectiva actual y futura, frente a los servicios ecoturísticos en el Cañón del río Chicamocha

Se desea precisar la oferta actual y futura, determinando su grado y nivel competitivo de los servicios ecoturísticos en el Cañón del río Chicamocha.

Se debe conocer el canal de comercialización más apropiado para llegar a los potenciales consumidores de los servicios ecoturísticos en el Cañón del río Chicamocha.

Se requiere fijar estrategias de precios competitivos y acorde a las necesidades de los consumidores de los servicios ecoturísticos en el Cañón del río Chicamocha

Se hace necesario diseñar un plan publicitario y promocional a través de estrategias que permita posicionar la empresa como proyecto ecoturístico comunitario acorde al contexto geográfico y a las características de los servicios a ofrecer.

- **Ficha Técnica:** Desde lo metodológico, la presente investigación de mercados permite evidenciar los siguientes aspectos. (Véase cuadro 5)

**Cuadro 5 Ficha Técnica de la Investigación de Mercados.**

Tipo de Investigación	<p>Investigación descriptiva para conocer las condiciones de la cuenca media del Cañón del río Chicamocha en cuanto a su riqueza en biodiversidad, belleza paisajística y estado de sus prácticas culturales, mitos y leyendas. A su vez, la investigación analizará la posibilidad de aprovechar y maximizar este potencial endógeno en beneficio de las comunidades locales.</p> <p>La investigación involucra métodos cuantitativos como la determinación de la oferta y la demanda de productos y servicios y la definición de costos de producción, a su vez, se recurre a métodos cualitativos como la identificación de los aspectos que motivan el consumo del producto, el análisis del patrimonio natural y cultural de la región y el diseño de una estrategia de mercadeo.</p>
Método de investigación	<p>Se utiliza el método científico para la presente investigación y el estudio de factibilidad como una herramienta que involucra métodos cuantitativos como la determinación de la oferta y la demanda de productos y servicios y la definición de costos de producción, a su vez, se recurre a métodos cualitativos como la identificación de los aspectos que motivan el consumo del producto, el análisis del patrimonio natural y cultural de la región y el diseño de una estrategia de mercadeo.</p>
Fuentes de Información	<p>Fuentes primarias: Información recopilada a través de las entrevistas y encuestas dirigidas a potenciales consumidores y beneficiarios del proyecto, a su vez, a expertos en el tema del turismo y ecoturismo.</p> <p>Fuentes secundarias: Literatura sobre biodiversidad, biocomercio y ecoturismo y literatura sobre estudios de factibilidad, estudios de mercados y planes de negocios (Véase bibliografía).</p>
Técnicas de recolección de información	<p>Encuestas: Aplicación a 30 clientes potenciales (grupos de caminantes), aplicación a 30 visitantes del Parque Nacional Chicamocha y 20 miembros de la comunidad como potenciales beneficiarios del proyecto productivo.</p>
Instrumento	<p>Cuestionario:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuestionario dirigido a grupos de caminantes (Anexo A).</li> <li>2. Cuestionario dirigido a visitantes del Parque Nacional Chicamocha (Anexo B).</li> <li>3. Cuestionario dirigido a beneficiarios potenciales (Anexo C).</li> </ol>
Modo de aplicación	<p>Aplicación directa: Aplicación personal de la encuesta (Encuestador – encuestado).</p>
Definición de población	<p>La población se definió a partir del análisis de las necesidades de información para el estudio, de esta forma, para obtener información acerca de las expectativas de la comunidad frente al proyecto y su conocimiento acerca de la región, obviamente la mejor fuente de información la constituye la misma comunidad.</p> <p>En cuanto a fuente de información sobre la demanda de los servicios de ecoturismo, se decidió trabajar con consumidores potenciales como los actuales visitantes del parque Chicamocha y</p>

	los grupos de caminantes del área metropolitana de Bucaramanga.
Proceso de muestreo	Se convocó una reunión con un grupo de habitantes de la zona (Grupo focal) y después de una sensibilización se aplicará la entrevista personalizada.
Marco muestral	Grupos de caminantes: Área metropolitana de Bucaramanga.  Visitantes del Parque: Aratoca (Instalaciones del Parque Nacional Chicamocha.  Miembros de la comunidad: Grupo de jóvenes del Sistema Tutorial de Aprendizaje SAT (Vereda San Antonio, Aratoca).
Alcance	Cuenca media del Cañón del río Chicamocha (Aratoca y Cepitá).
Tiempo de aplicación	1. Cuestionario dirigido a grupos de caminantes: 1 mes (agosto/06). 2. Cuestionario dirigido a visitantes del Parque Nacional Chicamocha 15 días (diciembre/06)  3. Cuestionario dirigido a beneficiarios potenciales: 1 día (septiembre/06)  Otros instrumentos: Formato de recolección de información sobre fauna y flora silvestre y sobre mitos y leyendas de la región (agosto y septiembre/06).

▪ **Tabulación y Análisis de Resultados.** Antes de entrar en la descripción de los diferentes productos y servicios que se ofrecerán en la empresa, es necesario presentar el análisis de las encuestas dirigidas a los consumidores actuales y potenciales (turistas y practicantes del senderismo), quienes han arrojado información relevante acerca de sus gustos y preferencias frente a los servicios que desean disfrutar en la zona de estudio, las probables frecuencias de consumo y los atractivos que motivan su visita al Cañón del Chicamocha.

- **Encuesta Dirigida a los Visitantes del Parque Nacional Chicamocha.** La encuesta se aplicó a un grupo de treinta visitantes del Parque Nacional Chicamocha en el período comprendido entre el 12 y el 15 de diciembre de 2006, con el objeto de indagar acerca de las razones que motivaron su presencia en el lugar, así como la impresión que se tiene después de la visita y las necesidades de atracciones adicionales en la zona.

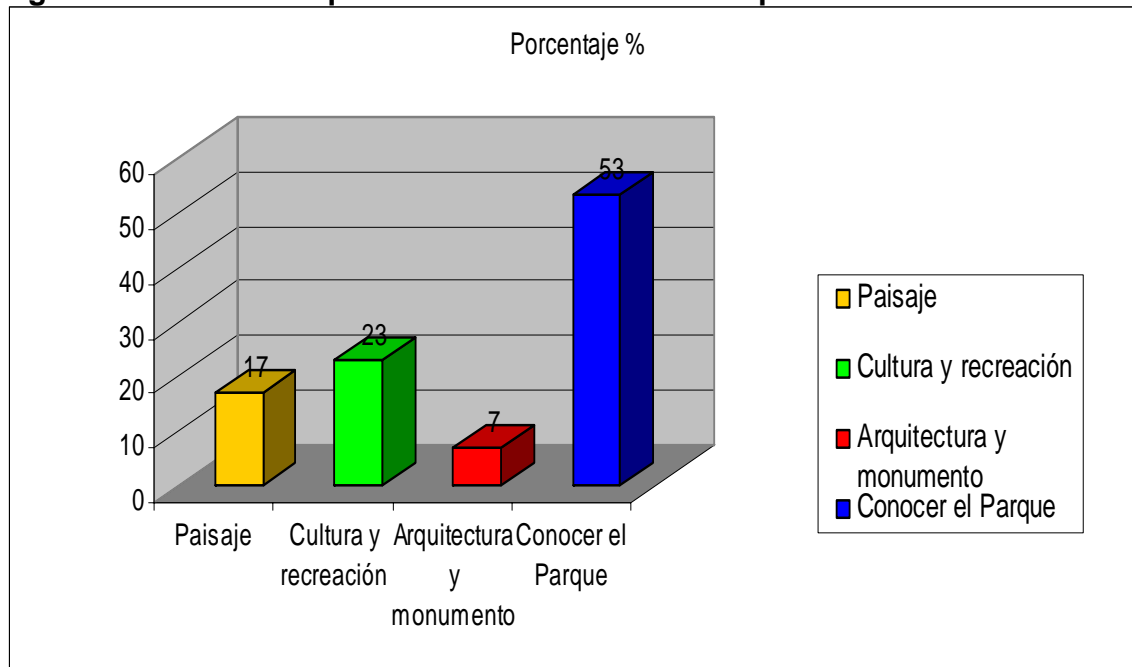
**1. ¿Qué lo motivó a visitar el Parque Nacional Chicamocha?** Referente a los aspectos que motivan a las personas a visitar el Parque Nacional Chicamocha, se aprecia claramente que la curiosidad se constituye en la principal razón de la visita (53%). Esta situación se presenta debido a que la mayor parte de los visitantes son viajeros que transitan entre Bogotá y Bucaramanga y que aprovechan la oportunidad para conocer el Parque.

La cultura y la recreación son la segunda razón por la que se visitó el Parque Chicamocha (23%) y el paisaje de la zona es la razón que motivó al 17% de los encuestados visitantes, no obstante, sumadas estas dos razones alcanzan el 40% de las respuestas de los encuestados. Esta situación es importante puesto que el paisaje y la cultura de la zona son los principales atractivos del ecoturismo y hacen parte del patrimonio cultural y natural de la región.(Véase cuadro 6, figura 11)

**Cuadro 6 Atractivos que motivaron la visita al Parque Nacional Chicamocha.**

Atractivo	Respuestas	Porcentaje %
Paisaje	5	17
Cultura y recreación	7	23
Arquitectura y monumento	2	7
Conocer el Parque	16	53
Total	30	100%

**Figura 11 Atractivos que motivaron la visita al Parque Nacional Chicamocha.**



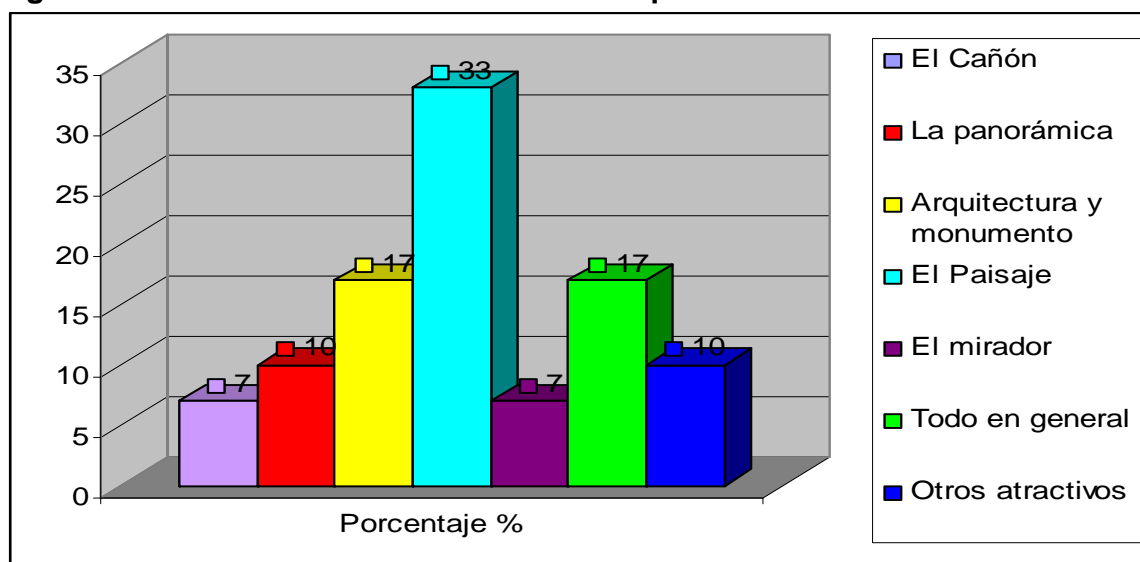
**2. ¿Cuál cree usted que es el principal atractivo turístico del Parque Nacional Chicamocha?.** Posterior a los recorridos realizados por los visitantes en el

Parque Nacional Chicamocha, se indagó sobre los atractivos encontrados en éste. El paisaje es el principal atractivo identificado por los visitantes encuestados (33%), de igual forma, atractivos como el cañón del río, la panorámica y el mirador se refieren también al componente paisajístico. Sumados estos alcanzarían realmente un 87% de las respuestas de los encuestados. En cuanto a otros atractivos, el 10% de los encuestados identificaron la exposición de los avestruces como el principal, y el 17% de las personas manifiestan que la arquitectura del Parque y el monumento a la Santandereanidad son el mayor atractivo.(Véase cuadro 7, figura 12)

**Cuadro 7 Atractivos encontrados en el Parque Nacional Chicamocha.**

Atractivo	Respuestas	Porcentaje %
El Cañón	2	7
La panorámica	3	10
Arquitectura y monumento	5	17
El Paisaje	10	33
El mirador	2	7
Todo en general	5	17
Otros atractivos	3	10
Total	30	100%

**Figura 12. Atractivos encontrados en el Parque Nacional Chicamocha.**



**3. ¿Qué tipo de turismo realiza con mayor frecuencia?** Con respecto a las preferencias de las personas encuestadas en cuanto al turismo, se aprecia que el

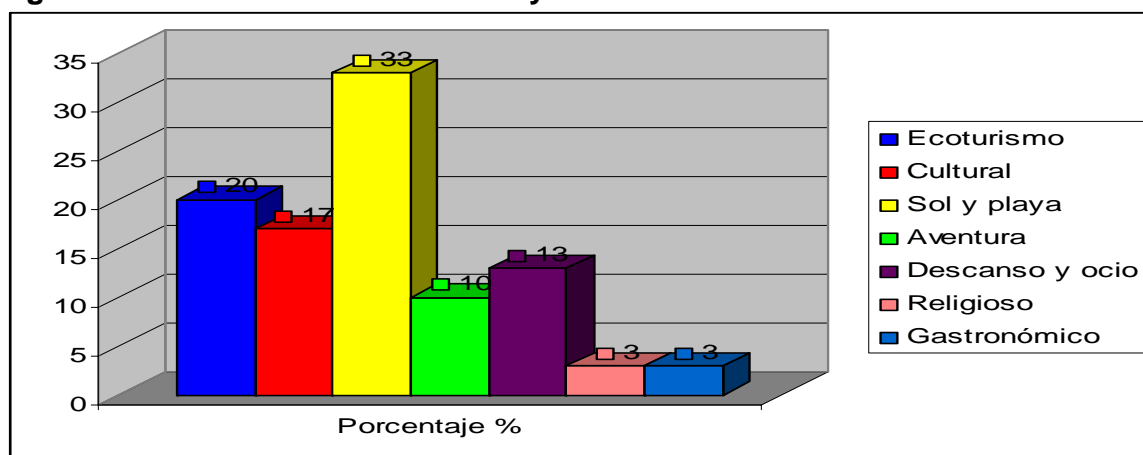
turismo de sol y playa sigue siendo el más solicitado por los consumidores (escogido por el 33% de los encuestados). De igual forma, se evidencia que buena parte las personas que visitan el Parque Nacional Chicamocha gustan de un turismo alternativo diferente al de sol y playa y al turismo convencional de descanso y ocio. Es así como el 20% de los encuestados prefieren el ecoturismo, el 17% busca un turismo cultural y el 10% practica el turismo de aventura.

Considerando que tres formas de turismo (ecoturismo, aventura y turismo cultural) suman el 47% de las preferencias de los consumidores, es claro que en los últimos años el turismo alternativo ha venido ganando terreno en el mercado. Esto como consecuencia principalmente de la política de promoción del turismo por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial.(Véase cuadro 8, figura 13)

**Cuadro 8 Turismo realizado con mayor frecuencia.**

Turismo	Respuestas	Porcentaje %
Ecoturismo	6	20
Cultural	5	17
Sol y playa	10	33
Aventura	3	10
Descanso y ocio	4	13
Religioso	1	3
Gastronómico	1	3
Total	30	100%

**Figura 13 Turismo realizado con mayor frecuencia.**

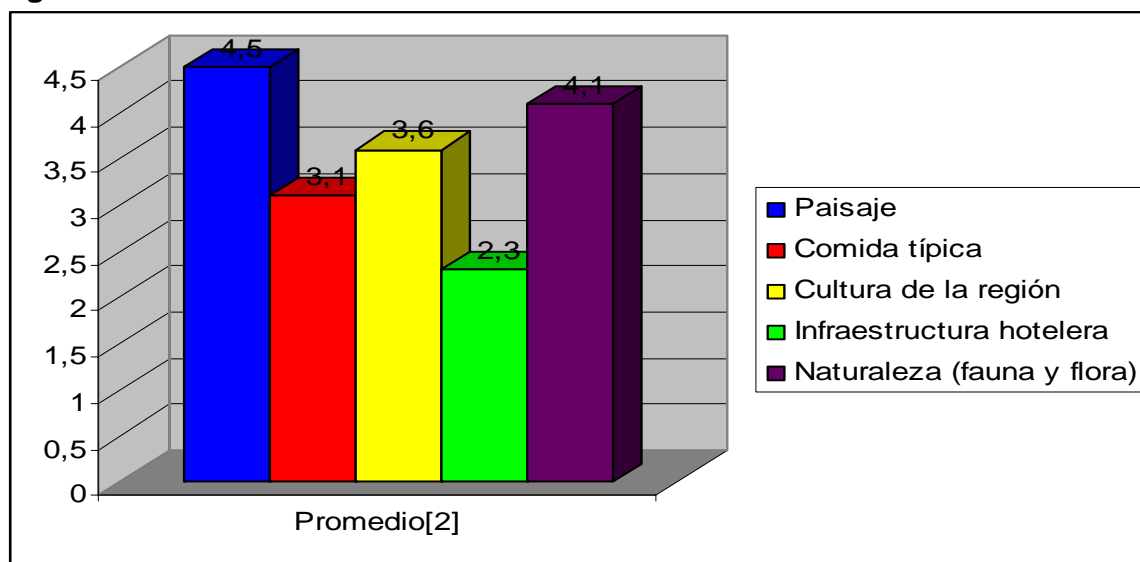


4. ¿De las siguientes razones, cuáles son las que presentan un mayor atractivo en el Cañón del río Chicamocha? Para conocer la valoración que los encuestados dan a los diferentes atractivos de la zona de estudio, se pidió que calificaran cinco tipos de atractivos diferentes. Nuevamente el paisaje se presenta como el atractivo con mayor calificación para la zona de estudio (4,5 puntos), seguido de la naturaleza con 4,1 puntos. Este último surge como un nuevo elemento no planteado por los encuestados en las preguntas anteriores, pero que se puede constituir en un atractivo interesante dado el alto grado de endemismos en fauna y flora presentes en ese ecosistema, así como en su potencial de uso para la industria y el comercio. La cultura de la región continúa siendo bien valorada por los encuestados; con una calificación de 3,6 puntos se presenta como el tercer atractivo de importancia para la zona de estudio, seguido por la comida típica con una calificación de 3,1 sobre cinco puntos. (Véase cuadro 9, figura 14)

**Cuadro 9 Ponderación de los atractivos del Cañón del Chicamocha.**

Atractivo	Puntaje <sup>14</sup>	Promedio <sup>15</sup>
Paisaje	136	4,5
Comida típica	94	3,1
Cultura de la región	107	3,6
Infraestructura hotelera	70	2,3
Naturaleza (fauna y flora)	123	4,1

**Figura 14 Ponderación de los atractivos del Cañón del Chicamocha.**



<sup>14</sup> Puntaje sobre 150 puntos posibles (30 encuestados con una calificación máxima de 5 puntos por atractivo).

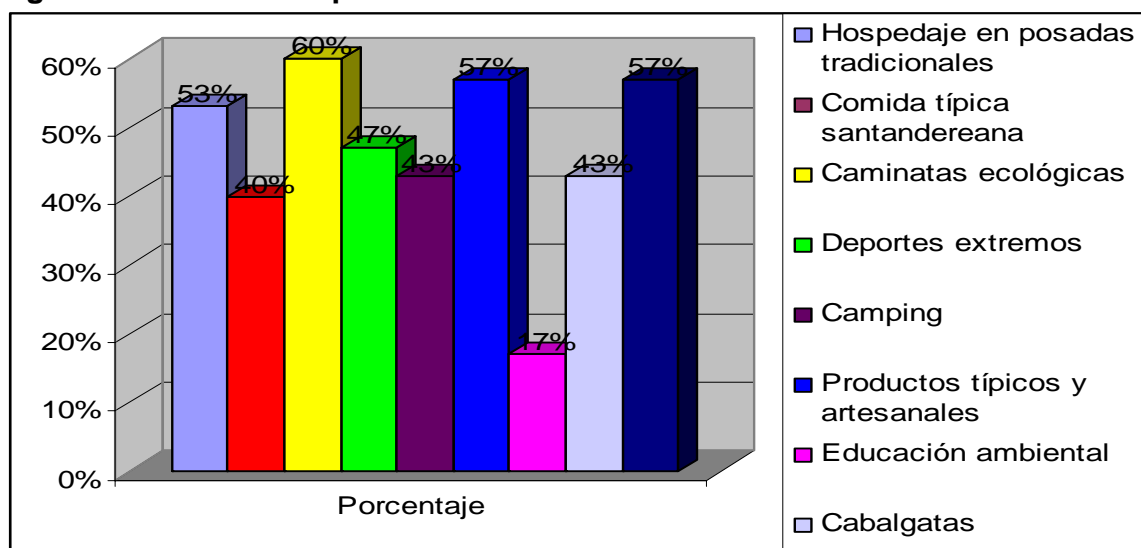
<sup>15</sup> Calificación promedio sobre 5 puntos.

**5. ¿De los siguientes servicios, cuáles quisiera disfrutar en un parque ecológico en el Cañón del Chicamocha?** Considerando que el Parque Nacional Chicamocha ofrece una serie de productos y servicios en su interior, este aspecto hace referencia a posibles actividades alternativas que se podrían ofrecer en el proyecto ecoturístico comunitario. El 60% de los encuestados considera necesario el servicio de caminatas ecológicas por senderos y caminos de Lenguerque. A su vez, los productos típicos y artesanales y la posibilidad de visitar un mariposario, son dos opciones interesantes para el 57% de los encuestados. La cuarta opción seleccionada por los encuestados es el hospedaje en posadas tradicionales (53%), sin embargo, como es bien sabido, la zona carece de una infraestructura hotelera mínima que garantice unas comunidades a los visitantes. Por otra parte, servicios como la comida típica, los deportes extremos o el camping tienen buena aceptación por parte de algunos encuestados, no obstante, son servicios ofrecidos dentro del mismo Parque Nacional Chicamocha o por parte de operadores contratados para ese efecto. (Véase cuadro 10, figura 15)

**Cuadro 10 Preferencia por nuevos servicios de turismo alternativo.**

Turismo	Respuestas	Porcentaje
Hospedaje en posadas tradicionales	16	53%
Comida típica santandereana	12	40%
Caminatas ecológicas	18	60%
Deportes extremos	14	47%
Camping	13	43%
Productos típicos y artesanales	17	57%
Educación ambiental	5	17%
Cabalgatas	13	43%
Visita a un mariposario	17	57%

**Figura 15 Preferencia por nuevos servicios de turismo alternativo.**



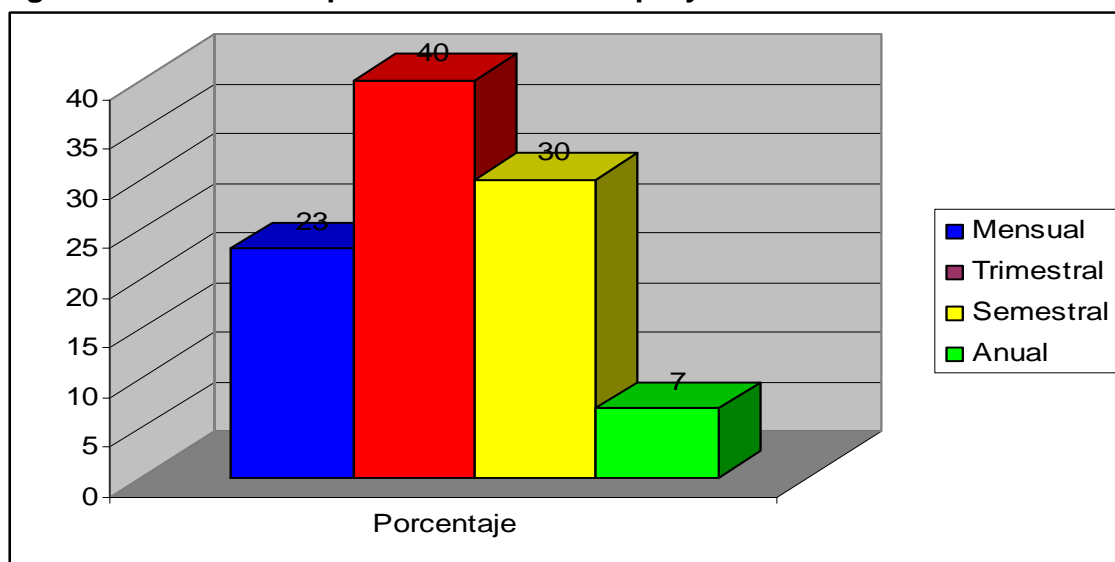
**6. ¿Si estuviera de acuerdo con el servicio de un parque ecológico en el Cañón del Chicamocha, cuál sería su frecuencia de visita?** Con el fin iniciar el análisis de la probable demanda de los servicios ecoturísticos en la zona de estudio, se preguntó a los encuestados sobre la frecuencia de visita al proyecto ecoturístico siempre que este ofreciera los atractivos priorizados por ellos en la calificación anterior. Cabe aclarar que el análisis y proyección de demanda se llevará a cabo extrapolando los datos de frecuencia probable de visita de las personas encuestadas con los datos estimativos de visitantes planteados por la Corporación Parque Nacional Chicamocha y la Gobernación de Santander.

La frecuencia probable de visita seleccionada por un mayor número de encuestados es la trimestral (40%), seguida por la semestral con un 30% de los encuestados y en menor grado la mensual y anual con 23% y 7% respectivamente. (Véase cuadro 11, figura 16)

**Cuadro 11 Frecuencia probable de visita al proyecto ecoturístico.**

Frecuencia	Respuestas	Porcentaje
Mensual	7	23
Trimestral	12	40
Semestral	9	30
Anual	2	7
Total	30	100%

**Figura 16 Frecuencia probable de visita al proyecto ecoturístico.**



- **Encuesta Dirigida a los Potenciales Clientes de los Servicios.** Esta encuesta fue dirigida al segmento de mercado de los caminantes, quienes debido a su gusto y pasión por el senderismo y la naturaleza se constituyen en clientes potenciales del proyecto ecoturístico.

La encuesta se aplicó a un grupo de treinta caminantes y practicantes de senderismo en el período comprendido entre el 2 y el 4 de marzo de 2007, con el objeto de indagar acerca de las razones que motivan la práctica de esta actividad y las necesidades de conocer y disfrutar nuevos escenarios para su práctica. La totalidad de los entrevistados se ubicaron en el Parque La Flora de la Corporación Autónoma para la defensa de la Meseta de Bucaramanga CDMB, localizado en el Barrio Terrazas de Bucaramanga.

**1. ¿Qué lo motiva a ser un caminante?** Sobre los aspectos que motivan la práctica del senderismo, se aprecia claramente que una buena salud y un buen estado físico se constituyen en la principal motivación para realizar esta actividad (57%). Esta situación se presenta debido a que la mayor parte de los practicantes del senderismo son personas mayores de cuarenta años que empiezan a cuidar su salud para detener el envejecimiento.

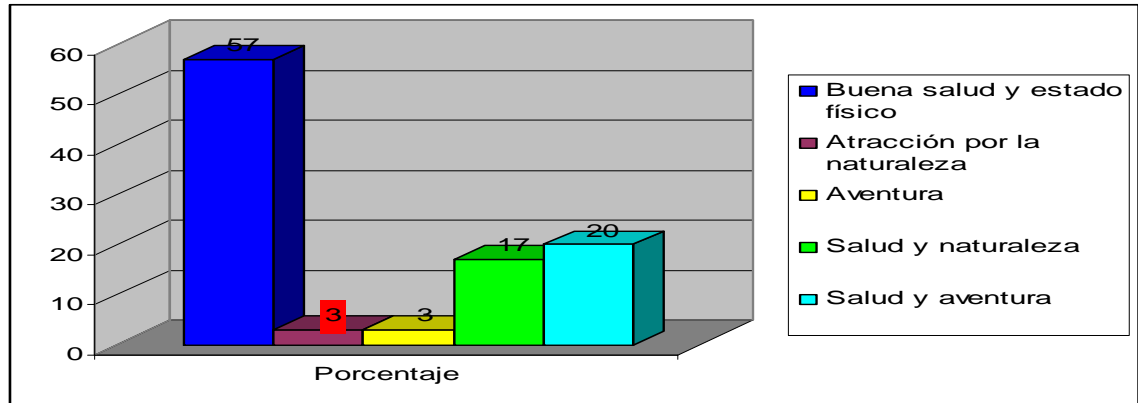
La salud junto a la aventura fueron identificadas por el 20% de los encuestados, seguido por la salud y la naturaleza con un 17%. Son pocos los caminantes que identifican la aventura como única motivación para la práctica del senderismo (3%). La misma situación se presenta con la atracción por la naturaleza que fue identificada tan solo por un entrevistado.

Lo anterior lleva a reflexionar acerca de las necesidades de este segmento de mercado, cuya motivación principal es un buen estado de salud, pero practican el senderismo porque les brinda la posibilidad adicional de estar en contacto con la naturaleza, ganancia que no se obtiene con un gimnasio cerrado. (Véase cuadro 12, figura 17)

**Cuadro 12 Motivaciones para la práctica del senderismo.**

Motivación	Respuestas	Porcentaje
Buena salud y estado físico	17	57
Atracción por la naturaleza	1	3
Aventura	1	3
Salud y naturaleza	5	17
Salud y aventura	6	20
Total	30	100%

**Figura 17 Motivaciones para la práctica del senderismo**

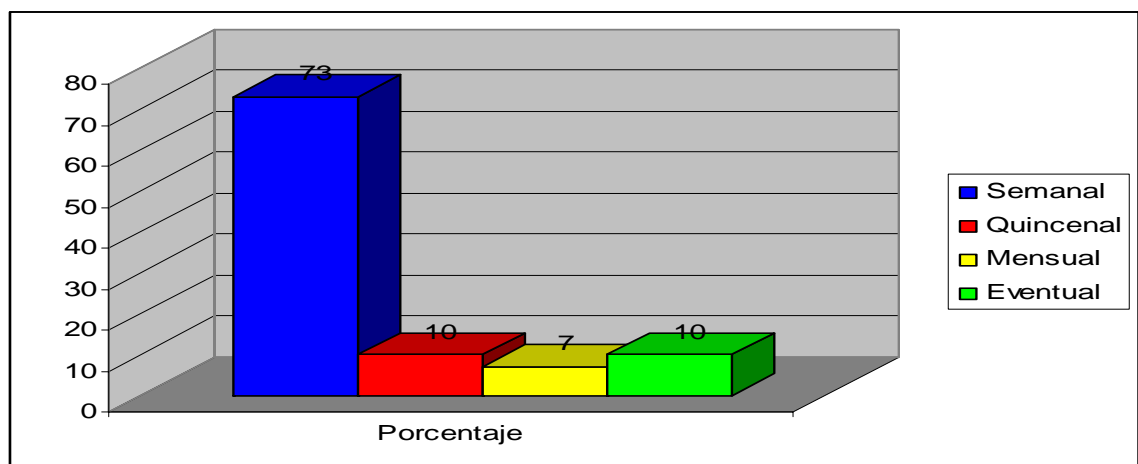


2. ¿Con qué frecuencia realiza salidas para la práctica del senderismo? En cuanto a la frecuencia, se evidencia que la gran mayoría (73%) de los caminantes son constantes en esta actividad realizándola semanalmente. El 27% restante de los entrevistados no es muy constante en la práctica del senderismo, no obstante, tan solo 10% de ellos la realizan de forma eventual. (Véase cuadro 13, figura 18)

**Cuadro 13 Frecuencia para la práctica del senderismo.**

Frecuencia	Repuestas	Porcentaje
Semanal	22	73
Quincenal	3	10
Mensual	2	7
Eventual	3	10
Total	30	100%

**Figura 18 Frecuencia para la práctica del senderismo.**



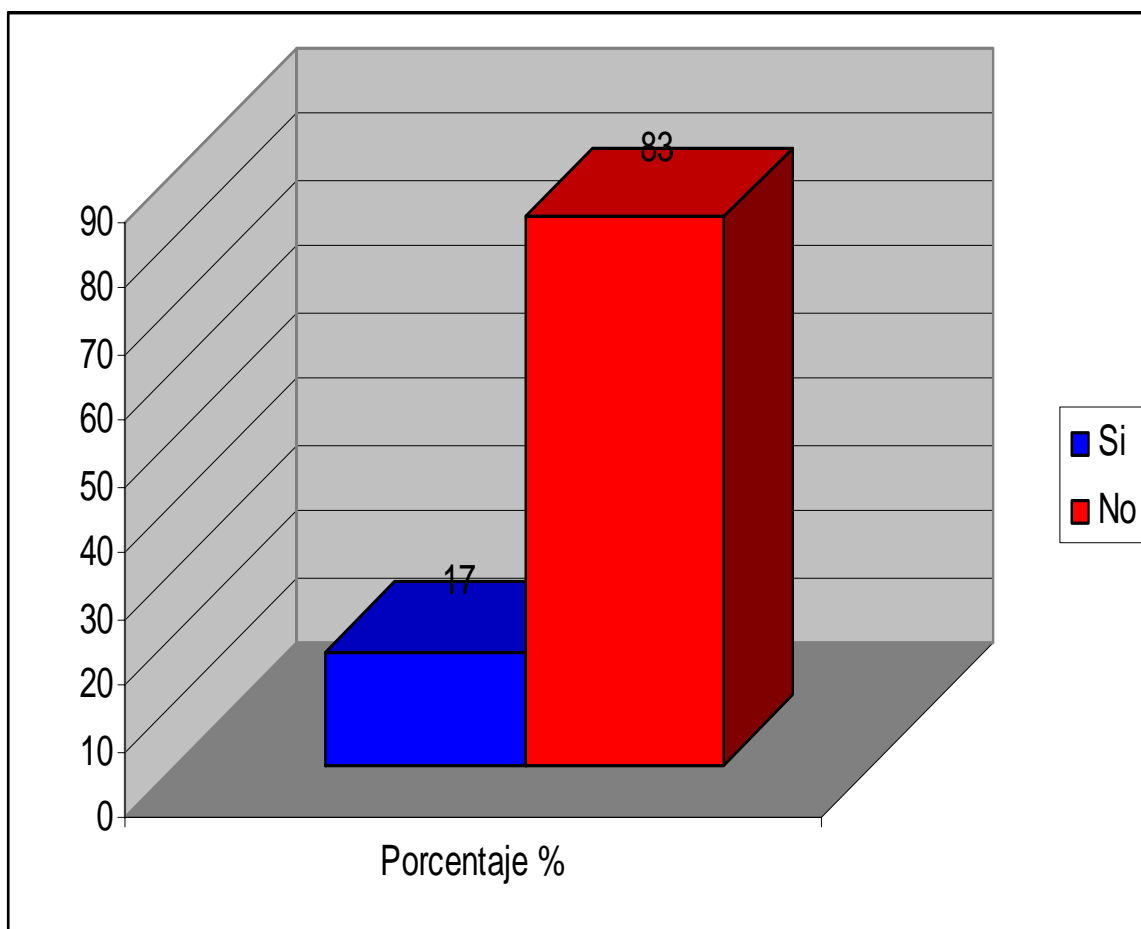
**3. ¿Ha realizado senderismo en el Cañón del río Chicamocha?** Tan solo el 17% de los entrevistados ha practicado el senderismo en el Cañón del Chicamocha, este bajo porcentaje podría responder a larga distancia entre la zona y el área metropolitana de Bucaramanga.

Hasta hace un par de años algunos grupos de caminantes comenzaron a organizar visitas a esta zona que por las fuertes temperaturas y la difícil topografía es considerado un lugar para caminantes experimentados y con gran estado físico.(Véase cuadro 14, figura 19)

**Cuadro 14 Práctica del senderismo en el Cañón del Chicamocha.**

Concepto	Respuestas	Porcentaje %
Si	5	17
No	25	83
Total	30	100%

**Figura 19 Práctica del senderismo en el Cañón del Chicamocha.**



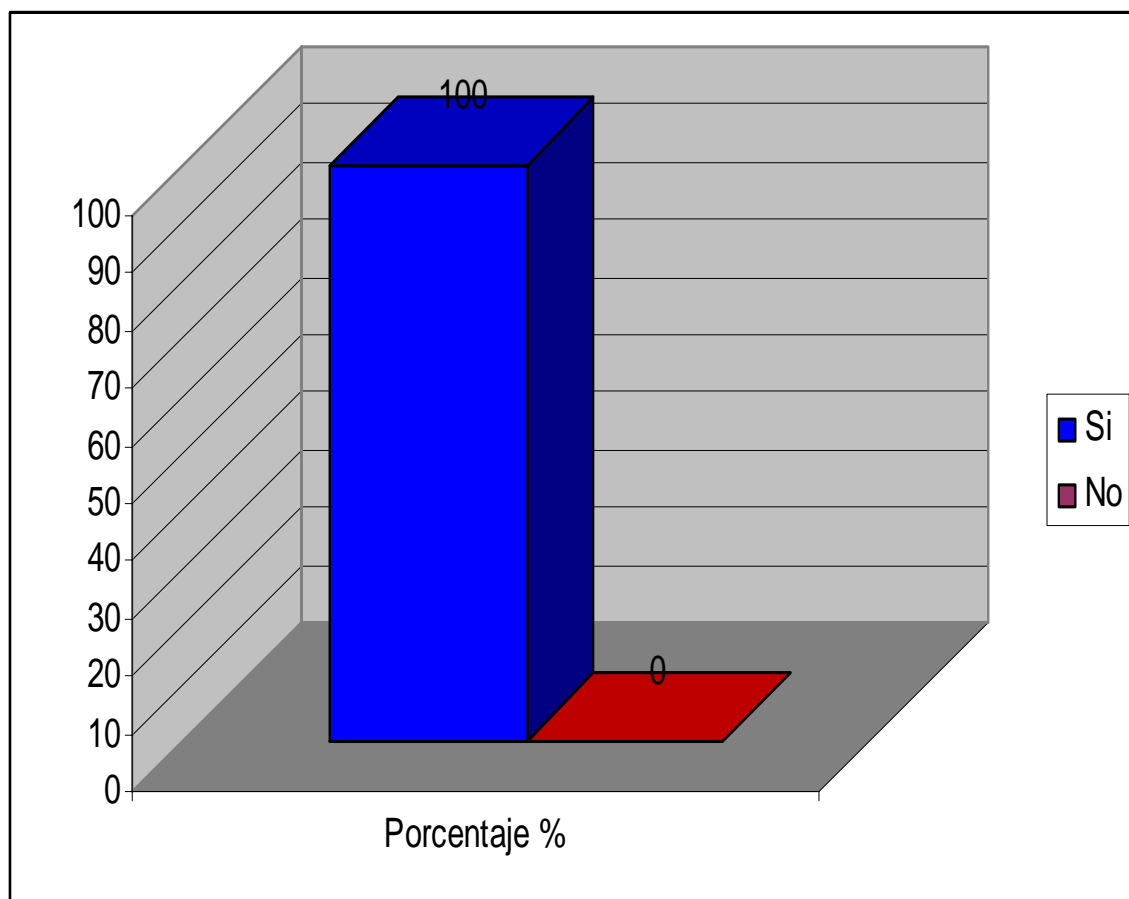
#### 4. ¿Le atrae el Cañón del río Chicamocha para la práctica del senderismo?

En cuanto a que tan atractivo puede ser el Cañón del Chicamocha para la práctica del senderismo, el 100% de los entrevistados lo considera muy atractivo para esta actividad. (Véase cuadro 15, figura 20)

**Cuadro 15 El Chicamocha como alternativa para senderismo.**

Concepto	Respuestas	Porcentaje %
Si	30	100
No	0	0
Total	30	100%

**Figura 20 El Chicamocha como alternativa para senderismo.**

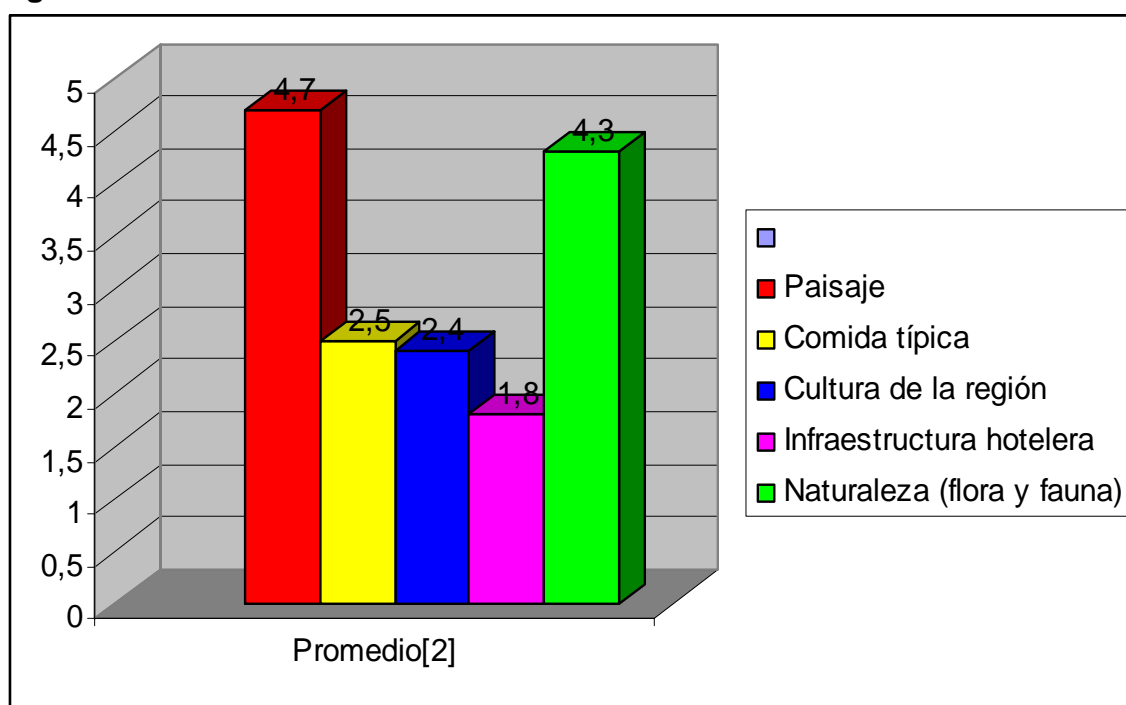


5. ¿De las siguientes razones, cuáles son las que presentan un mayor atractivo en el Cañón del río Chicamocha? De igual forma como sucedió en la encuesta dirigida a los visitantes de Parque Nacional Chicamocha, los caminantes coinciden en que el paisaje es el principal atractivo de zona, seguido por la naturaleza. Nuevamente se aprecia que el patrimonio cultural y natural del Cañón se constituye en su principal atractivo y a su vez es el principal insumo para la práctica del ecoturismo en esta región.(Véase cuadro 16, figura 21)

**Cuadro 16 Atractivos del Cañón del Chicamocha.**

Atractivo	Número de respuestas	Puntaje <sup>16</sup>	Promedio <sup>17</sup>
Paisaje	30	142	4,7
Comida típica	16	76	2,5
Cultura de la región	15	72	2,4
Infraestructura hotelera	12	56	1,8
Naturaleza (flora y fauna)	28	131	4,3

**Figura 21 Atractivos del Cañón del Chicamocha.**



<sup>16</sup> Puntaje sobre 150 puntos posibles (30 encuestados con una calificación máxima de 5 puntos por atractivo).

<sup>17</sup> Calificación promedio sobre 5 puntos.

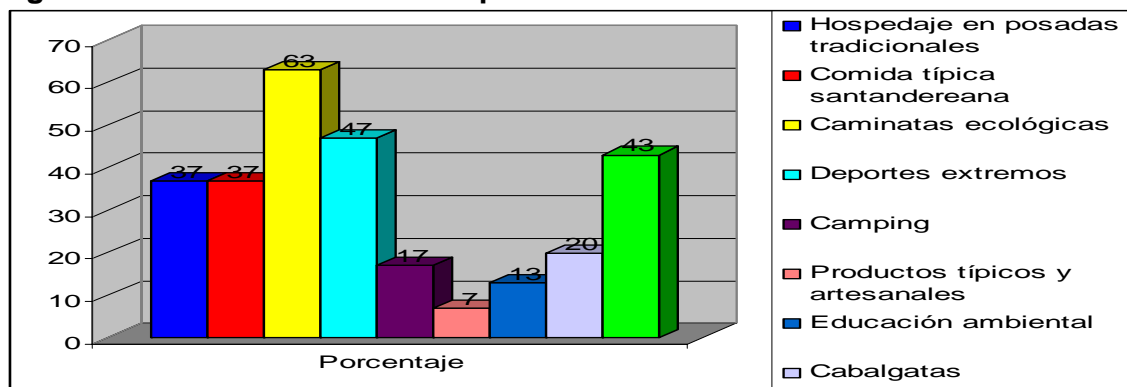
**6. ¿De los siguientes servicios, cuáles quisiera disfrutar en un parque ecológico en el Cañón del Chicamocha?** Acerca de atracciones diferentes a las ofrecidas tradicionalmente en San Gil o a los servicios que se prestan al interior del Parque Nacional Chicamocha, el perfil del turista se destaca porque el 63% de los caminantes consideran que las caminatas ecológicas son su principal interés coincidiendo nuevamente con los visitantes al Parque. También son llamativos los deportes extremos y la posibilidad de conocer un mariposario. De igual forma, cabe destacar el poco interés de los caminantes por los productos típicos y artesanales, a diferencia de los visitantes de Parque donde cerca del 60% tienen un interés especial en este tipo de productos.

Extrañamente a pesar del interés que tienen los caminantes por la conservación del medio ambiente, tal solo el 13% de los entrevistados manifiesta estar interesado en la educación ambiental como un servicio adicional en la zona. Esta situación probablemente puede obedecer a la monotonía de la educación ambiental tradicional, por esta razón cada vez se hace más necesario involucrar de forma transversal la educación ambiental de temas más llamativos para los espectadores (deportes extremos, senderismo, observación de aves, etc.).(Véase cuadro 17, figura 22)

**Cuadro 17 Servicios adicionales para disfrutar en el Cañón del Chicamocha.**

Turismo	Respuestas	Porcentaje
Hospedaje en posadas tradicionales	11	37
Comida típica santandereana	11	37
Caminatas ecológicas	19	63
Deportes extremos	14	47
Camping	5	17
Productos típicos y artesanales	2	7
Educación ambiental	4	13
Cabalgatas	6	20
Visita a un mariposario	13	43

**Figura 22 Servicios adicionales para disfrutar en el Cañón del Chicamocha.**



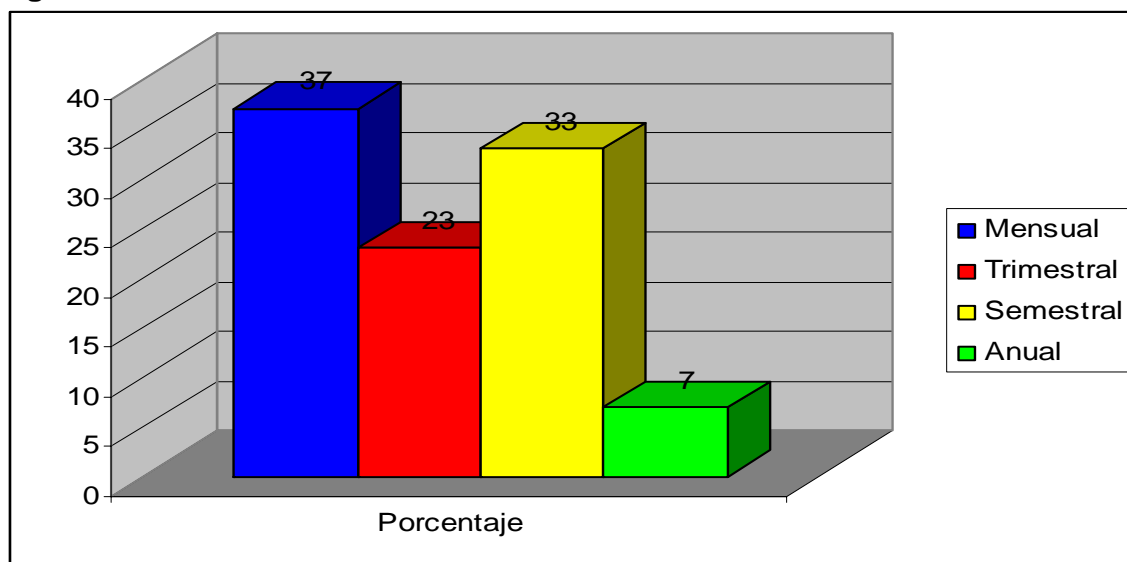
**7. ¿Si estuviese de acuerdo con el servicio de un parque ecológico en el Cañón del Chicamocha, cuál sería su frecuencia de visita?** El 37% de los entrevistados afirma que si un parque ecológico ubicado en el Cañón del Chicamocha les ofreciera diversos servicios como las caminatas ecológicas, hospedaje en posadas tradicionales, comida típica y visita a un mariposario, optarían por una frecuencia de visita mensual. Hay que tener en cuenta que a diferencia de los visitantes del Parque Nacional Chicamocha, los caminantes tienden a mantener una constancia y una disciplina en las actividades relacionadas con el cuidado de su salud y la contemplación de la naturaleza.

Cabe resaltar que la frecuencia de visita semestral obtuvo el segundo porcentaje más alto después de la frecuencia mensual. Considerando la distancia entre el Cañón del Chicamocha y la ciudad de Bucaramanga, esta sería una frecuencia óptima de visita que permite hacer inferencia sobre posibles proyecciones de consumo de los servicios.(Véase cuadro 18, figura 23)

**Cuadro 18 Probable frecuencia de visita.**

Frecuencia	Respuestas	Porcentaje
Mensual	11	37
Trimestral	7	23
Semestral	10	33
Anual	2	7
Total	30	100%

**Figura 23 Probable frecuencia de visita.**



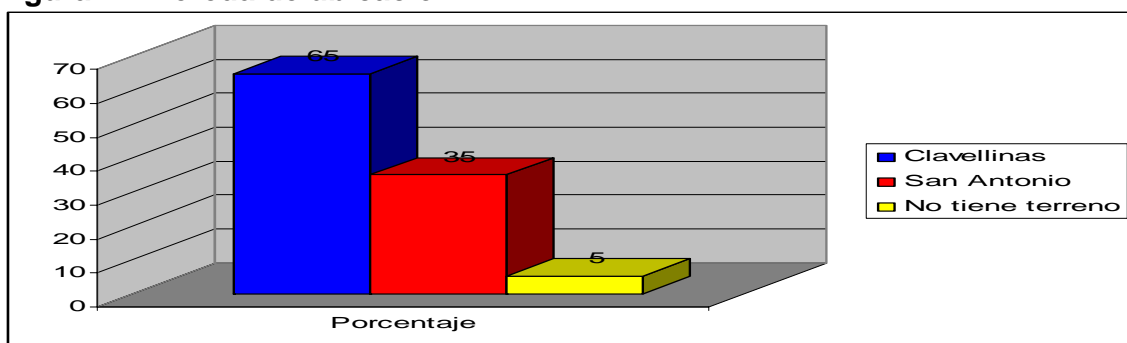
- **Entrevista Dirigida a los Potenciales Beneficiarios del Proyecto.** La entrevista se aplicó a 20 habitantes del municipio de Aratoca con el fin de recolectar información acerca del nivel de conocimientos empíricos e interpretación de la naturaleza que poseen los potenciales beneficiarios del proyecto. Las veinte personas entrevistadas se seleccionaron entre un grupo de estudiantes del Bachillerato SAT (Sistema de Aprendizaje Tutorial) del municipio de Aratoca, quienes poseen cierto nivel de conocimientos frente al desarrollo regional y a los conceptos manejados dentro del formulario.

**1. ¿En cuál vereda se encuentra ubicada su finca?** El municipio de Aratoca posee cuatro veredas; San Pedro, San Antonio, Clavellinas y Cantabara. El río Chicamocha bordea las veredas San Pedro y San Antonio por el occidente y el oriente del municipio respectivamente. En cuanto a Clavellinas y Cantabara se encuentran en la parte alta del municipio donde las tierras son de mayor calidad así como la diversidad de actividades productivas. De las veinte personas entrevistadas, siete (35%) pertenecen a la vereda San Antonio, doce (60%) a la vereda Clavellinas y una persona no posee terreno (5%) puesto que vive cerca del casco urbano del municipio. Las dos zonas varían considerablemente en cuanto a sus condiciones ambientales. Doce de las veinte personas entrevistadas se encuentran cursando su bachillerato rural en el SAT, lo que lo hace un grupo bien homogéneo para ser consultado, de igual forma, estos jóvenes se encuentran a su vez vinculados a programas extracurriculares de formación en turismo y gestión empresarial desarrollados por el SENA y la Corporación Bucaramanga Emprendedora, lo que hizo que la comprensión del instrumento de recolección de información fuese altamente satisfactoria. (Véase cuadro 19, figura 24)

**Cuadro 19 Vereda de ubicación**

Vereda	Respuestas	Porcentaje
Clavellinas	12	65
San Antonio	7	35
No tiene terreno	1	5
Total	20	100

**Figura 24 Vereda de ubicación**

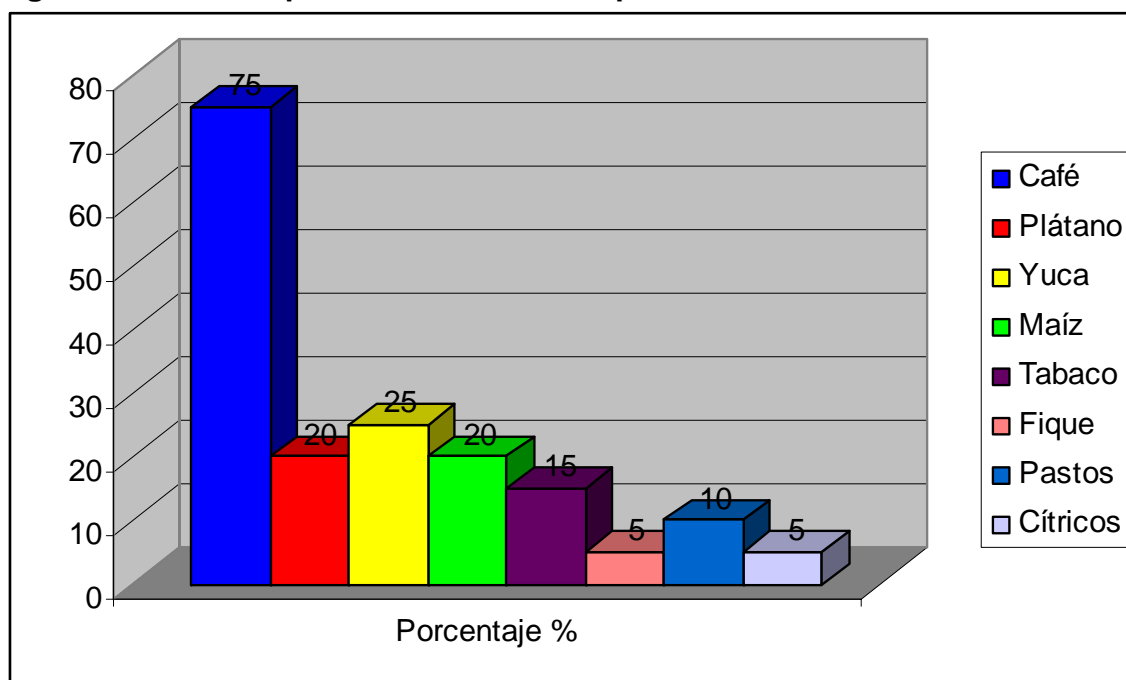


**2. ¿Cuáles son los principales cultivos presentes en su finca?** Definitivamente el café es el principal cultivo de la zona y obviamente es el que genera buena parte de los ingresos de la familia, no obstante, a pesar de que el cultivo de fique se encuentra tan solo en uno de los veinte predios, el tejido del saco de fique a partir de la fibra traída de Mogotes fundamentalmente, es la principal fuente de ingreso de las familias de bajos recursos en el municipio de Aratocha. Vale la pena destacar que los cultivos que continúan en orden de importancia para los entrevistados son la yuca, el maíz y el plátano, puesto que hacen parte de la dieta básica de la población y antes de tener que comprarlos en el mercado, son cultivados en las parcelas. Un predio de la vereda Clavellinas presenta mandarina como otra alternativa productiva pero no es en realidad muy común en la zona. (Véase cuadro 20, figura 25)

**Cuadro 20 Cultivos predominantes en los predios.**

Cultivo	Predios	Porcentaje %
Café	15	75
Plátano	4	20
Yuca	5	25
Maíz	4	20
Tabaco	3	15
Fique	1	5
Pastos	2	10
Cítricos	1	5

**Figura 25 Cultivos predominantes en los predios.**

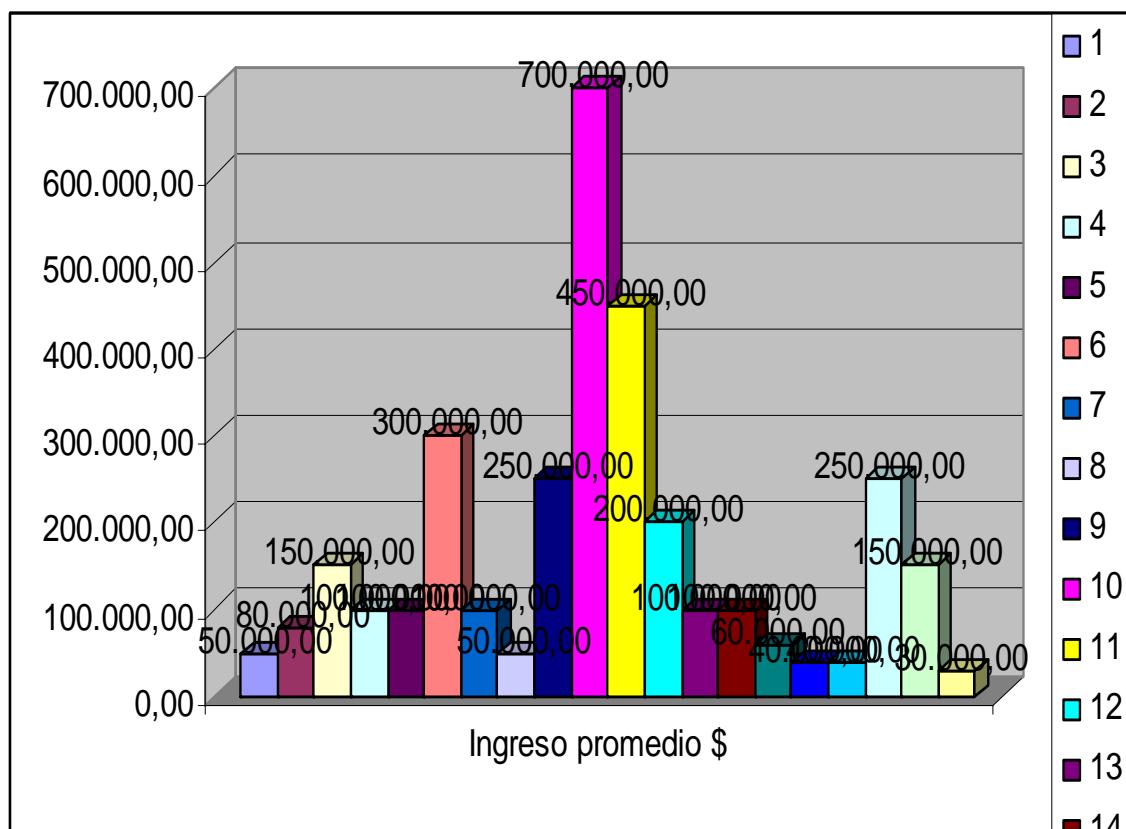


**3. ¿Cuál es el promedio de sus ingresos mensuales?** Con respecto a los ingresos económicos de los jóvenes, se aprecia que a pesar de su fuerte dedicación al trabajo rural, no obtienen ingresos que les permitan cubrir sus gastos totalmente y los de su familia. El promedio de ingresos mensuales para los jóvenes es de \$165.000 y cabe destacar que tan solo cinco personas (25%) obtienen ingresos mensuales superiores a los \$200.000 provenientes principalmente de actividades realizadas en el casco urbano como el comercio y los servicios.(Véase cuadro 21, figura 26)

**Cuadro 21 Promedio de ingresos mensuales.**

<b>Entrevistado</b>	<b>Ingreso promedio \$</b>
1	50.000,00
2	80.000,00
3	150.000,00
4	100.000,00
5	100.000,00
6	300.000,00
7	100.000,00
8	50.000,00
9	250.000,00
10	700.000,00
11	450.000,00
12	200.000,00
13	100.000,00
14	100.000,00
15	60.000,00
16	40.000,00
17	40.000,00
18	250.000,00
19	150.000,00
20	30.000,00
Total	3.300.000,00
Promedio	165.000,00

**Figura 26 Promedio de ingresos mensuales.**

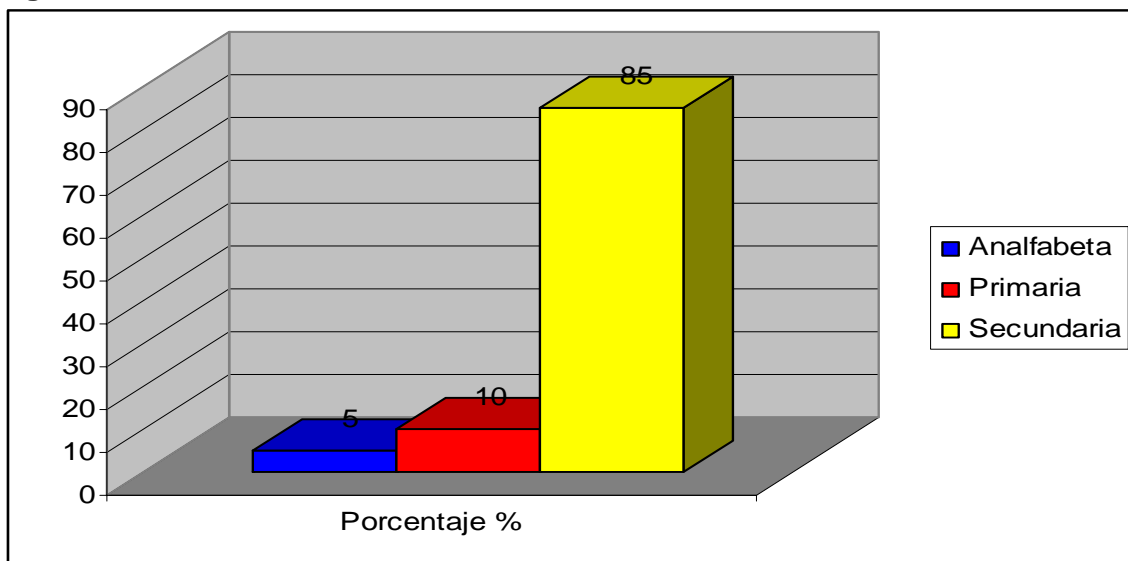


**4. ¿Nivel de escolaridad?** Diecisiete de las veinte personas entrevistadas ya culminaron su bachillerato o se encuentran cursándolo en el Sistema de Aprendizaje Tutorial SAT, esto quiere decir que el nivel de escolaridad es del 85% en secundaria. Sin embargo, dos personas (10%) tan solo hicieron algún grado de primaria y una persona es completamente analfabeta (no cursó ningún grado de colegio). (Véase cuadro 22, figura 27)

**Cuadro 22 Nivel de Escolaridad.**

Grado de escolaridad	Personas	Porcentaje %
Analfabeta	1	5
Primaria	2	10
Secundaria	17	85
Total	20	100%

**Figura 27 Nivel de Escolaridad.**



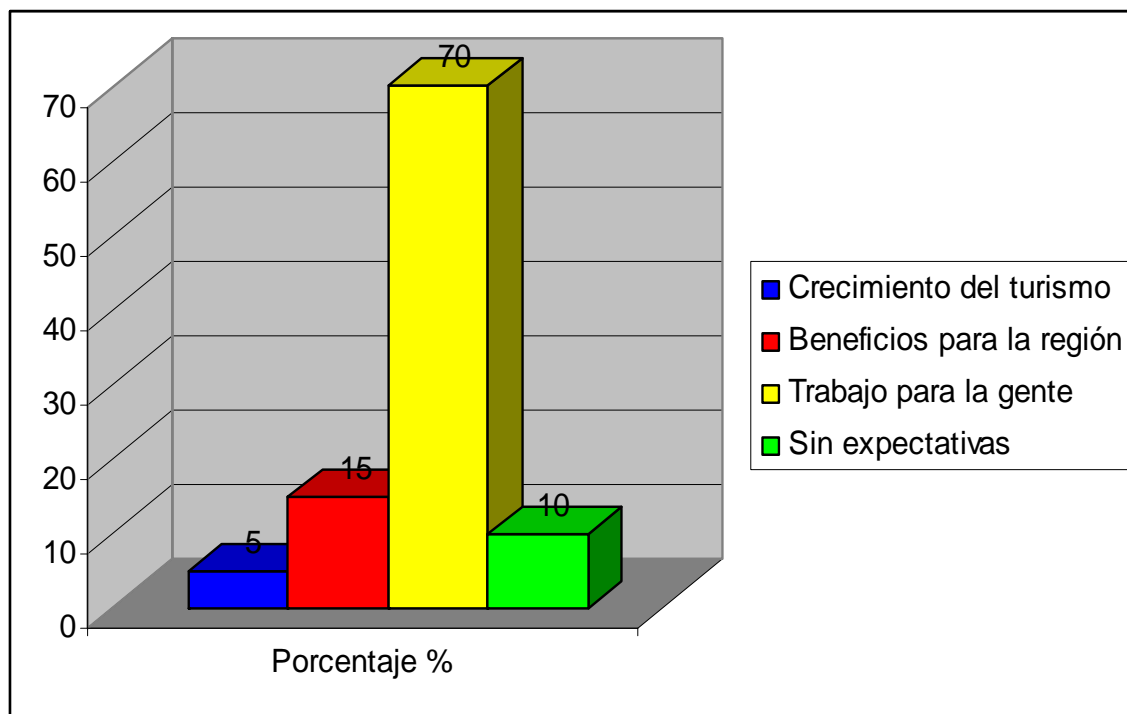
**5. ¿Qué expectativas tiene usted frente al Parque Nacional Chicamocha?**

Sobre las expectativas que presentan los jóvenes con la puesta en marcha del Parque Nacional Chicamocha, el 70% esperan que el proyecto genere empleo para ellos, el 15% esperan beneficios para la región, otro 5% consideran que el proyecto incrementará considerablemente el turismo en la región y tan solo el 10% (2 personas) no presenta expectativas frente al proyecto, por considerar que algunas decisiones como la expropiación de algunos terrenos en la zona y la contratación de personas foráneas para la construcción del Parque, han generado molestias en una parte de la población campesina de Aratoca. (Véase cuadro 23, figura 28)

**Cuadro 23 Expectativas frente al Parque Chicamocha.**

Expectativa	Personas	Porcentaje %
Crecimiento del turismo	1	5
Beneficios para la región	3	15
Trabajo para la gente	14	70
Sin expectativas	2	10
Total	20	100%

**Figura 28 Expectativas frente al Parque Chicamocha.**



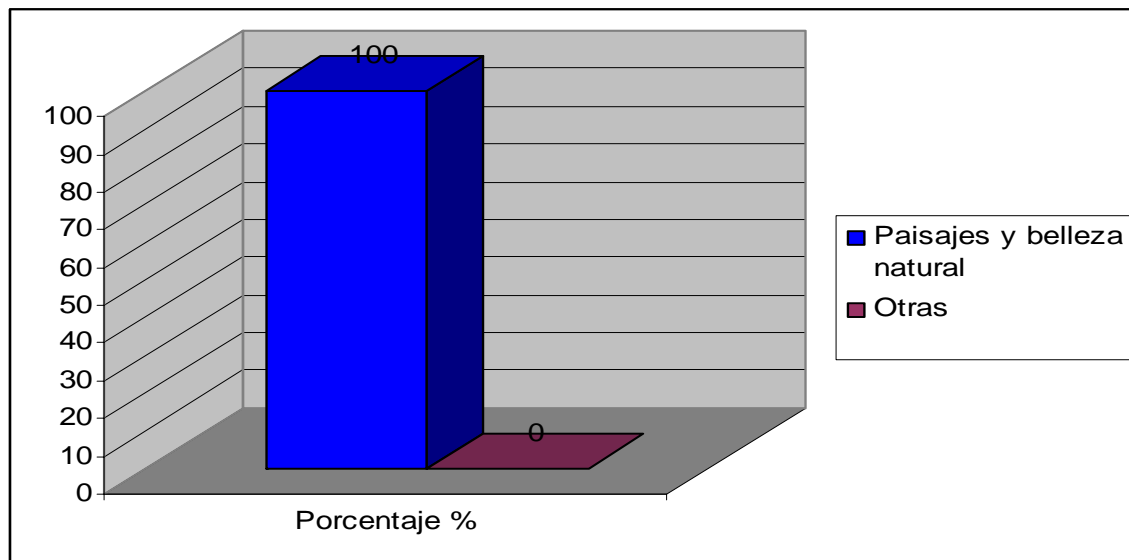
**6. ¿Cuál cree usted que es la razón por la cual los turistas visitan el Cañón del Chicamocha?**

Con respecto a la pregunta acerca de las razones por las que los jóvenes consideran que los turistas visitan el Cañón del Chicamocha, el 100% piensa que se debe a su majestuosidad. (Véase cuadro 24, figura 29)

**Cuadro 24 Razones por las cuales los turistas visitan el Cañón del Chicamocha.**

Razón	Personas	Porcentaje %
Paisajes y belleza natural	20	100
Otras	0	0
Total	20	100%

**Figura 29 Razones por las cuales los turistas visitan el Cañón del Chicamocha.**



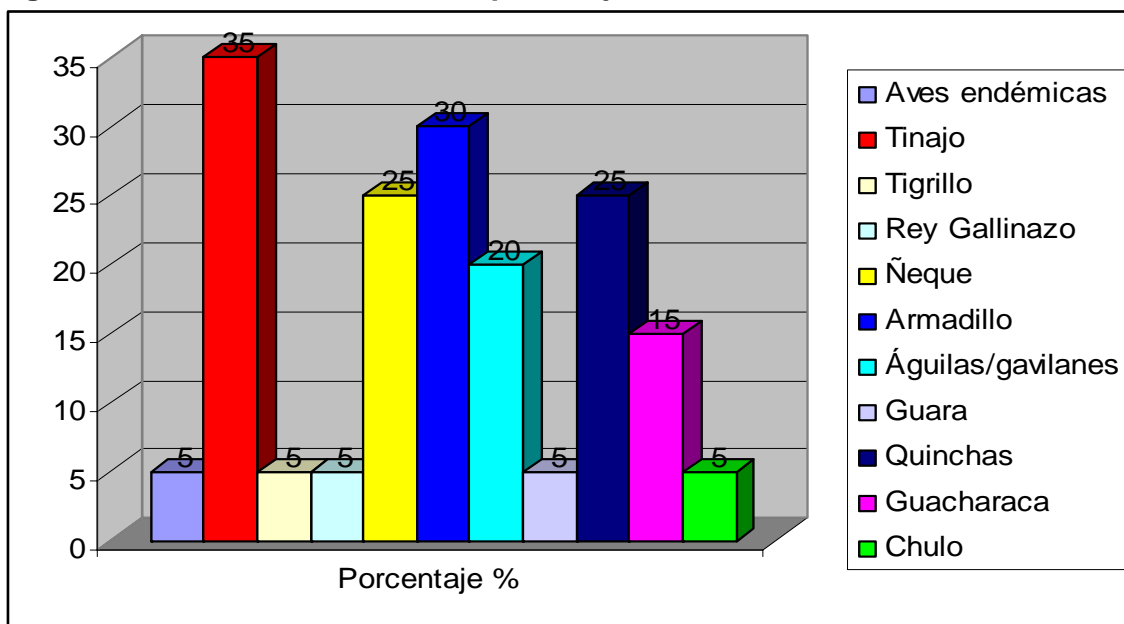
**7. ¿Cuáles animales y plantas silvestres son los más representativos del Cañón del Chicamocha?** En cuanto a las plantas y animales más representativos de la zona, los jóvenes reconocen algunas especies típicas de la región:

Animales: Las águilas y gavilanes fueron identificados por cuatro de los veinte jóvenes, el armadillo por seis y el tinajo por siete jóvenes. Entre otros animales identificados se encuentran: aves endémicas, gallinazos, el rey gallinazo, quinchas (colibríes), guacharacas, ñeques y tigrillos. (Véase cuadro 25, figura 30)

**Cuadro 25 Animales identificados por los jóvenes.**

Animales	Personas	Porcentaje %
Aves endémicas	1	5
Tinajo	7	35
Tigrillo	1	5
Rey Gallinazo	1	5
Ñeque	5	25
Armadillo	6	30
Águilas/gavilanes	4	20
Guara	1	5
Quinchas	5	25
Guacharaca	3	15
Chulo	1	5

**Figura 30 Animales identificados por los jóvenes.**

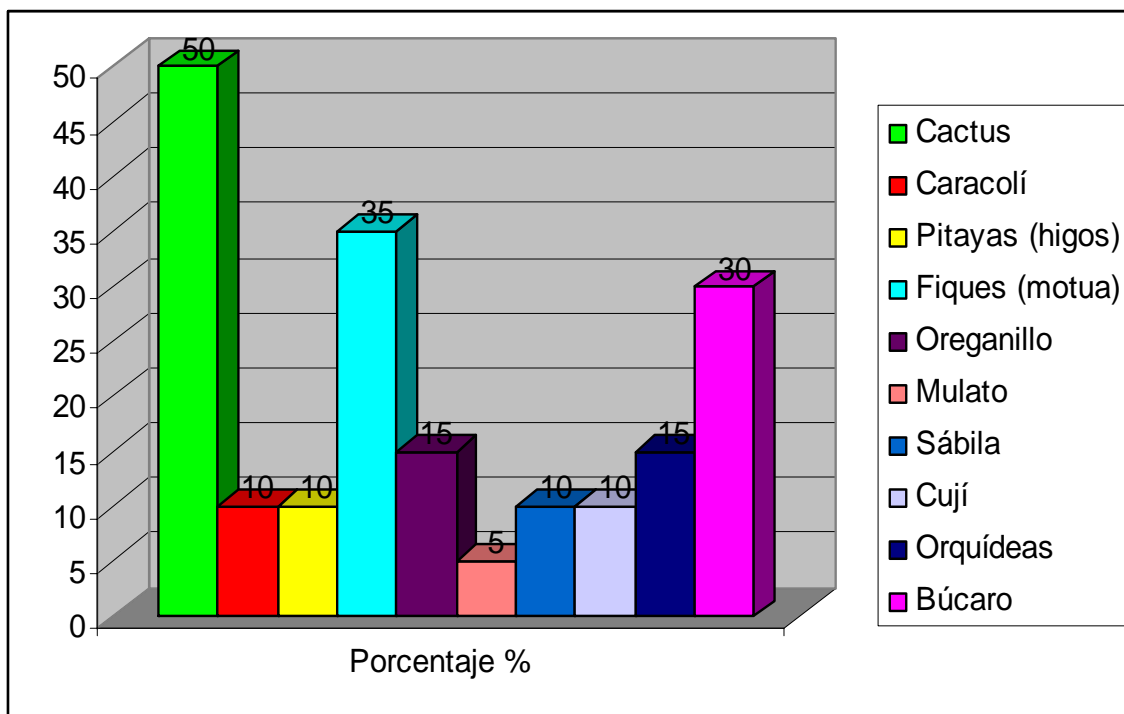


Plantas: Las dos plantas mayormente identificadas por los jóvenes son los cactus y los figues nativos conocidos popularmente como “motua”. Otras de menor importancia para los entrevistados son el búcaro, las orquídeas, el caracolí, los higos o pitayas silvestres, el oreganillo, la sábila, el mulato y el cují. (Véase cuadro 26, figura 31)

**Cuadro 26 Plantas identificadas por los jóvenes.**

Plantas	Personas	Porcentaje %
Cactus	10	50
Caracolí	2	10
Pitayas (higos)	2	10
Fiques (motua)	7	35
Oreganillo	3	15
Mulato	1	5
Sábila	2	10
Cují	2	10
Orquídeas	3	15
Búcaro	6	30

**Figura 31 Plantas identificadas por los jóvenes.**



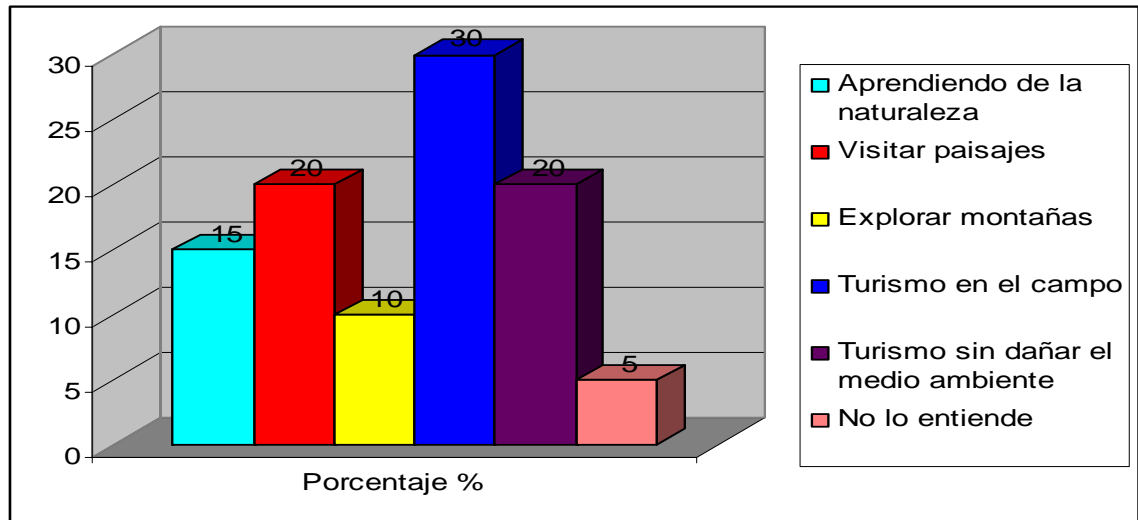
### 8. ¿Qué entiende por ecoturismo?

En el momento de indagar acerca de los conocimientos de los jóvenes sobre el ecoturismo, encontramos con una grata sorpresa; la totalidad de los entrevistados tienen una idea medianamente clara sobre el concepto e identificaron tres componentes básicos del ecoturismo como son: “aprender de la naturaleza”, “visitar paisajes” y “explorar montañas”.(Véase cuadro 27, figura 32)

**Cuadro 27 Percepción acerca del ecoturismo.**

Percepción	Personas	Porcentaje %
Aprendiendo de la naturaleza	3	15
Visitar paisajes	4	20
Explorar montañas	2	10
Turismo en el campo	6	30
Turismo sin dañar el medio ambiente	4	20
No lo entiende	1	5
Total	20	100%

**Figura 32 Percepción acerca del ecoturismo.**



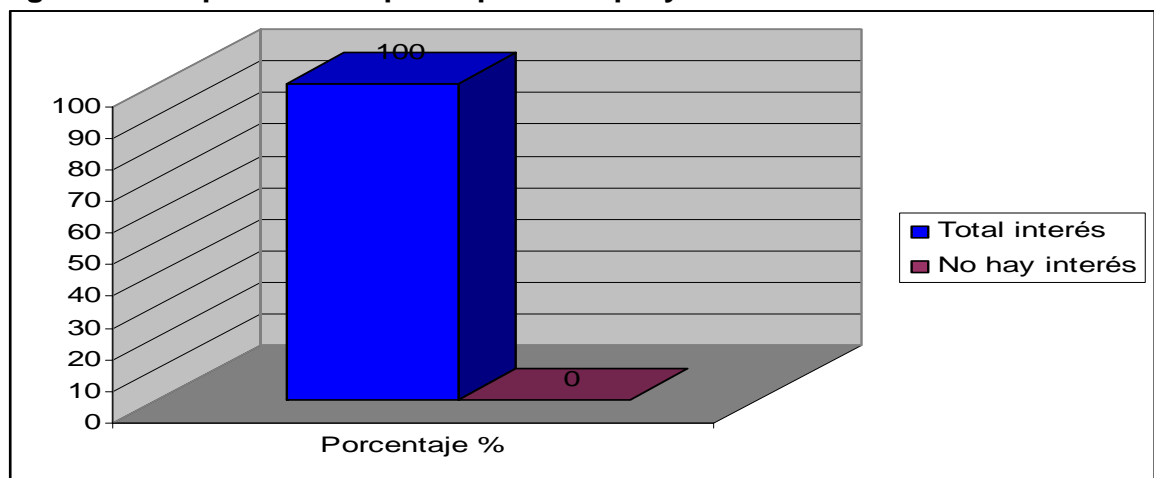
**9. ¿Estaría usted dispuesto a participar en un proyecto de ecoturismo?**

La totalidad de los jóvenes (100%) manifiestan su disposición de participar en un eventual proyecto de ecoturismo en la zona. (Véase cuadro 28, figura 33)

**Cuadro 28 Disposición de participar en el proyecto.**

Disposición	Personas	Porcentaje %
Total interés	20	100
No hay interés	0	0
Total	20	100%

**Figura 33 Disposición de participar en el proyecto.**



## 10. ¿De qué forma se vincularía al proyecto?

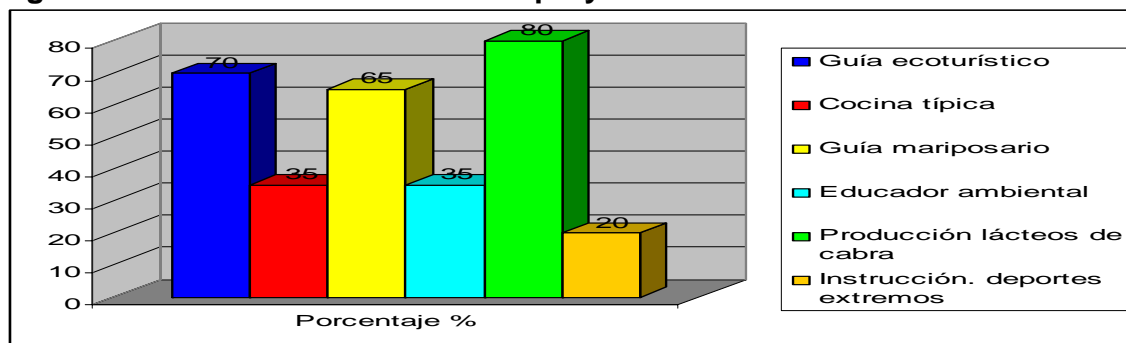
Sobre la forma como se vincularía el entrevistado en un eventual proyecto de ecoturismo para la zona, se plantearon seis opciones de posibles actividades a realizar; guía ecoturístico, cocina típica, guía en el mariposario, educador ambiental, productor de lácteos de cabra e instructor de deportes extremos. Catorce de los veinte jóvenes (70%) manifiestan su interés en ser guías ecoturísticos, dieciséis (80%) manifiestan su interés en la producción de lácteos de cabra y trece (65%) jóvenes están interesados en ser guías en el mariposario.

Las otras opciones de vinculación son de menor importancia para los entrevistados, sin embargo, cabe aclarar que a la hora de desarrollar el proyecto sería necesario la selección y entrenamiento de personas encargadas de los temas de educación ambiental y cocina típica. En cuanto a los deportes extremos, esta actividad se encuentra totalmente cubierta por el Parque Chicamocha por operadores de Bucaramanga. De igual forma, dadas las condiciones de topografía, clima y vegetación, es necesario analizar más a profundidad si se produce suficiente cantidad de leche de cabra en el Cañón del Chicamocha, puesto que el potencial de la región se basa en producción de carne de cabro con razas criollas en condiciones de pastoreo extensivo y consumo de plantas silvestres (no existe estabulación ni razas lecheras).(Véase cuadro 29, figura 34)

**Cuadro 29 Formas de vinculación al proyecto.**

Vínculo	Personas	Porcentaje %
Guía ecoturístico	14	70
Cocina típica	7	35
Guía mariposario	13	65
Educador ambiental	7	35
Producción lácteos de cabra	16	80
Instrucción. deportes extremos	4	20

**Figura 34 Formas de vinculación al proyecto.**

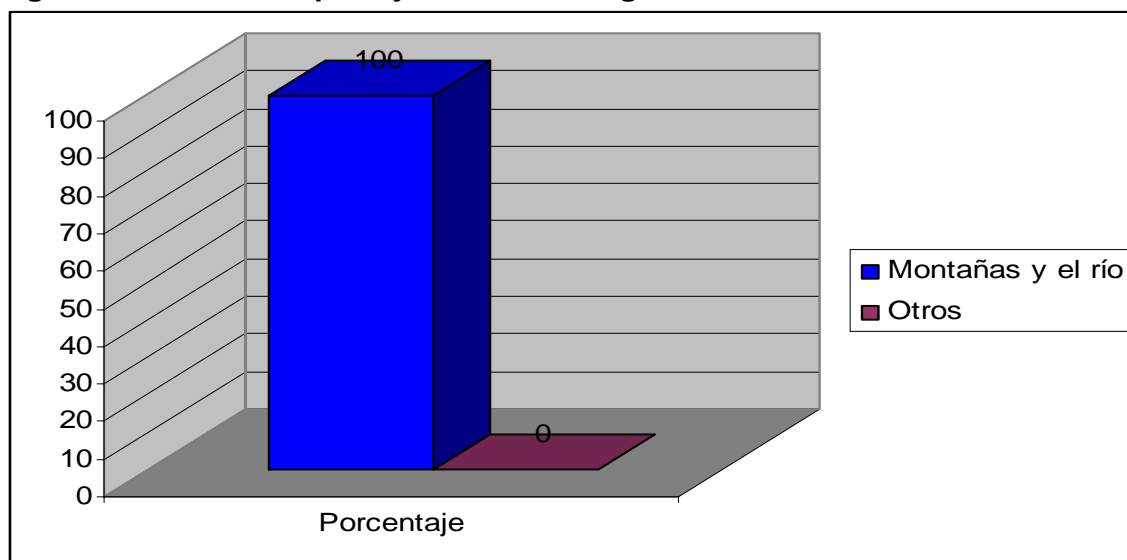


**11. ¿Cuáles considera usted que son los principales atractivos paisajísticos de la región?** En cuanto a los principales atractivos paisajísticos de la región, los veinte jóvenes (100%) consideran que las montañas y el río son los mayores atractivos de la zona. A su vez esta pregunta indaga acerca de los atractivos de cañón desde la visión de los jóvenes entrevistados, encontrando que la totalidad de ellos coinciden en que el paisaje compuesto por las montañas, el río, las plantas y los animales es el principal atractivo de la zona. (Véase cuadro 30, figura 35)

**Cuadro 30 Atractivos paisajísticos de la región.**

Atractivo	Personas	Porcentaje
Montañas y el río	20	100
Otros	0	0
Total	20	100%

**Figura 35 Atractivos paisajísticos de la región.**



**12. ¿Cuáles son los principales mitos y leyendas de la región?**

Dada la importancia que el patrimonio cultural representa para el ecoturismo, esta pregunta indaga acerca del conocimiento de los jóvenes sobre los mitos y leyendas de la zona, encontrando que existe una gran diversidad de historias sobre brujas y espantos en los campos de la zona y es relativamente bueno el conocimiento sobre los mitos Guanes.

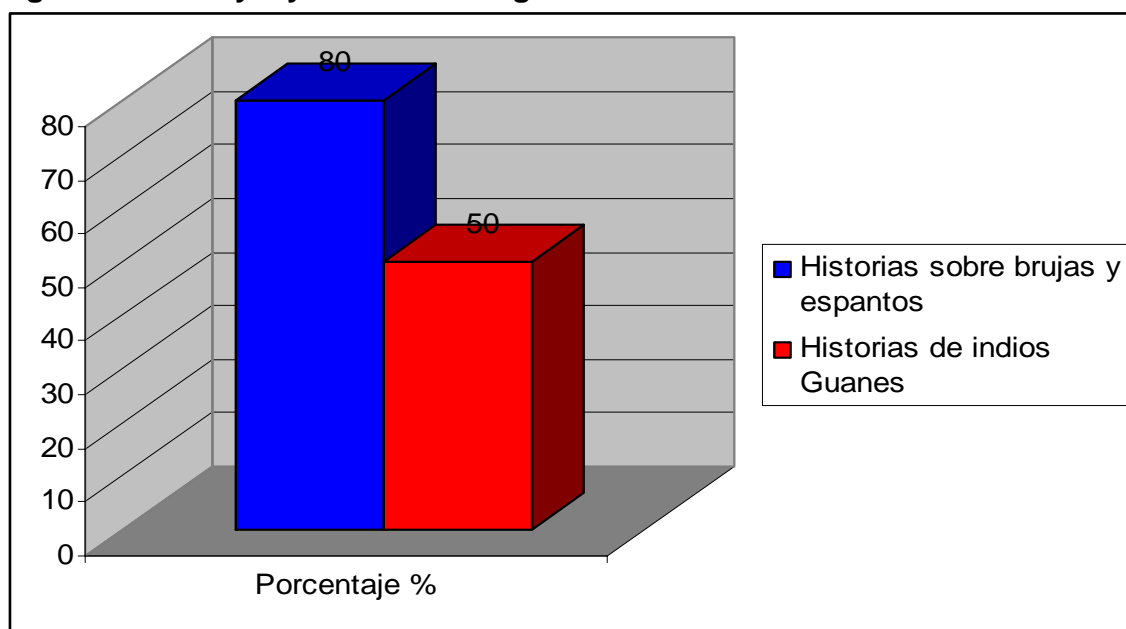
Considerando que el ecoturismo en buena medida tiene que ver con la cultura de la zona que se visita, es determinante que los jóvenes se capaciten y adquieran

conocimientos sobre los mitos y leyendas de la zona, de igual forma, que desarrollen habilidades en la expresión oral que les permita contarlos y transmitirlos a los visitantes de formas folclóricas, didácticas y humorísticas. Esto quiere decir que el joven vendría a convertirse en un cuentero de sus propios mitos e historias. (Véase cuadro 31, figura 36)

**Cuadro 31 Mitos y leyendas de la región.**

Mitos y leyendas	Personas	Porcentaje %
Historias sobre brujas y espantos	16	80
Historias de indios Guanes	10	50

**Figura 36 Mitos y leyendas de la región.**



**2.4.2 Estimación de la Demanda.** Según los datos sobre estimativos de número de visitantes al Parque nacional Chicamocha, se aprecia que el número de 1.000.000 visitantes/año<sup>18</sup> como proyección de la Gobernación de Santander, supera todas las expectativas en cuanto a demanda potencial, no obstante, para el final del mes de junio de 2007, el Parque había superado los 300.000 visitantes y la tendencia de visita se presenta con un crecimiento permanente, previendo que se llegará a superar la cifra del millón de visitantes en su primer año.

<sup>18</sup> Dato obtenido en consulta a la Secretaría de Desarrollo Social de la Gobernación de Santander.

La investigación realizada a un grupo foco de éstos visitantes, se demostró que quienes visitan el parque, lo hace fundamentalmente por el deseo de conocerlo, según lo afirma el 53%, de ellos, un 23% manifestaron que lo hacen por cultura y recreación y tan solo el 17% por su hermoso paisaje.

Para estimar la demanda del proyecto es necesario primeramente analizar las principales preferencias que manifiestan los visitantes del Parque Nacional Chicamocha frente a opciones de distracción diferentes a las ofrecidas al interior del Parque. En este caso, según la opinión de ellos, tan solo el 20% tienen un gusto sobre el ecoturismo, es decir 218.000, visitantes.

Por otra parte, para los visitantes del Parque Nacional Chicamocha; desearían otros servicios adicionales como las caminatas ecológicas según coincide el 60% de los visitantes, los productos típicos y artesanales al 57% y el hospedaje en posadas tradicionales coinciden el 53%.

Las preferencias manifestadas por los entrevistados permitieron identificar los servicios que el proyecto ofrecerá comercialmente, lógicamente desde las posibilidades económicas, intelectuales y profesionales de los jóvenes beneficiarios del proyecto. En este sentido, el senderismo ecológico acompañado por un restaurante típico serán la base de la oferta de servicios del proyecto ecoturístico.

Igualmente, se logró precisar, la probable frecuencia de visita manifestada por los entrevistados a un hipotético proyecto ecoturístico en el cañón del Chicamocha, encontrando que la visita trimestral es la mayor frecuencia planteada por el 40% de los entrevistados, seguida de la visita semestral manifestada por el 30% de los entrevistados

**2.4.3 Evolución histórica de la demanda.** De acuerdo a estadísticas recopiladas por Parques Nacionales, Naturales de Colombia el primer trimestre del año 2008 se ha presentado un incremento del 9% en promedio, comparado con el mismo periodo del año anterior. Este aumento de visitantes durante el mes de marzo, se debió a que la temporada de Semana Santa en el 2008 se presentó durante este mes, mientras que en el 2007 dicha temporada tuvo lugar en

**2.4.4 Proyección de la demanda.** Considerando que los visitantes del Parque Nacional Chicamocha constituyen el mercado objetivo de la Ruta Ecoturística, se calculará la demanda potencial para proyecto teniendo en cuenta las proyecciones de demanda del Parque y el porcentaje de visitantes que manifestaron la preferencia por las actividades ecoturísticas. De esta forma, el proyecto asume como demanda potencial para el año 1 (2008), el valor equivalente al 20% de los visitantes del Parque Nacional Chicamocha para su primer año (218.000 personas). Para realizar la proyección de la demanda potencial del proyecto, se

parte del índice de incremento de visitantes en el último periodo del 2.008, a los parques nacionales que fue del 9%. (Véase cuadro 32)

**Cuadro 32 Demanda Potencial Proyectada.**

<b>Año</b>	<b>Demanda Parque Nacional Chicamocha</b>	<b>Demanda Potencial Ruta Ecoturística</b>
<b>2007</b>	<b>1.000.000</b>	<b>200.000</b>
2008	1.090.000	218.000
2009	1.188.100	237.620
2010	1.295.029	259.006
2011	1.411.582	282.316
2012	1.538.624	307.725

Fuente: Dato obtenido en consulta a la Secretaría de Desarrollo Social de la Gobernación de Santander.

## **2.5 LA OFERTA**

En el inventario de competidores realizado se pudo determinar que no existen en la actualidad ningún tipo de proyectos que operen rutas ecoturísticas en el cañón del Chicamocha, y que la práctica del senderismo ecológico en esta zona, se limita a algunos grupos de personas pertenecientes a los grupos de caminantes del área metropolitana de Bucaramanga, que por cuenta y riesgo propio organizan salidas de campo equivalente a 36.648 visitantes.

Por otra parte, la oferta de servicios turísticos alternativos se encuentra enfocada hacia el turismo de aventura en los municipios de San Gil, Socorro, Valle de San José y Páramo principalmente, cabe aclarar que el turismo de aventura no es considerado como competencia del ecoturismo, sino como un servicio complementario.

El proyecto tampoco considera al Parque Nacional Chicamocha como un competidor, sino por el contrario, es consiente de la gran oportunidad que representa este Parque para el desarrollo de la región y como herramienta para atraer turistas y visitantes con capacidad de consumo.

El Parque Nacional Chicamocha es la coyuntura ideal que permite y facilita el desarrollo de la Ruta ecoturística Bucaregua, y sus visitantes conforman la demanda potencial de los servicios que ofrecerá la ruta ecoturística.

## **2.6 RELACION ENTRE OFERTA Y DEMANDA**

Teniendo en cuenta que el inventario de competidores muestra que la oferta de servicios ecoturísticos enfocados al senderismo ecológico en el cañón del

Chicamocha es inexistente, se considera tan solo la oferta interna del proyecto para el análisis de la relación entre oferta y demanda.

Para la oferta futura, se tomó como base un incremento del 20%, como factor de crecimiento por esta especialidad dando una demanda insatisfecha para el primer año de 181.352 personas al finalizar el 2.008. (véase cuadro 33)

**Cuadro 33 Relación entre Oferta y Demanda.**

<b>Año</b>	<b>Demanda Ruta Ecoturística</b>	<b>Oferta Interna</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2008	218.000	36.648	181.352
2009	237.620	43.978	193.642
2010	259.006	52.773	206.233
2011	282.316	63.328	218.988
2012	307.725	75.993	231.732

## 2.7 CANAL DE COMERCIALIZACION

El canal de comercialización que utilizará el proyecto es tal vez el más elemental que existe. La forma de captar a los potenciales consumidores se llevará a cabo de la siguiente forma. (Véase figura 37)

**Figura 37 Canal de comercialización propuesto**



El proyecto contará con un punto de salida ubicado en caserío denominado Chiflas en la vía entre Aratoca y el Parque Nacional Chicamocha. En este punto se encontrará el Coordinador Operativo del proyecto, quien será el responsable de entregar la publicidad, atender a los visitantes, explicar las características de cada uno de los paquetes ecoturísticos y despachar los grupos hacia la ruta ecoturística.

## 2.8 PRECIOS

**2.8.1 Análisis de precios.** De acuerdo a información se logro precisar que el Parque Nacional Chicamocha maneja las siguientes tarifas de los paquetes ecoturísticos que van dirigidos a estratos 4, 5 y 6, en este sentido, los paquetes de la empresa se convierten en una opción económica y alternativa para conocer las bellezas naturales del cañón. (Véase cuadro 34)

**Cuadro 34 Precios de venta de los servicios del proyecto.**

<b>Producto</b>	<b>Tarifas promedio \$</b>
<b>Paquetes Ecoturísticos</b>	
Paquete Personal	60.000
Paquete Personal Compartido	30.000
Paquete Familiar	300.000
Paquete Empresarial	600.000
<b>Hospedaje</b>	
Cabaña	va 255.000 a 600.000
Camping	No disponible

Fuente: Funcionarios del Parque Nacional Chicamocha

**2.8.2 Estrategias de fijación de precios.** La fijación de los precios de venta para la empresa dependerán principalmente de del análisis de costos para los diferentes paquetes servicios a ofrecer, tomando en cuenta las tarifas y calidades de la competencia. Se diseñaran estrategias promocionales y descuentos en grupos grandes y empresariales, acorde al numero y estadía

## **2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION**

**2.9.1 Logosímbolo de la Cooperativa.** El logosímbolo de la Cooperativa de Trabajo Asociado del Chicamocha COOPCHICAMOCHA, está inspirado en la unión y el trabajo en equipo de los jóvenes del Cañón de río Chicamocha (tres jóvenes tomados de la mano avanzando hacia delante), presenta en el fondo la abstracción de dos montañas en un color verde mate y en la parte inferior la sigla y el nombre de la Cooperativa.

Hay simetría entre las figuras que representan a los dos jóvenes de los extremos, no obstante, la figura del centro es de mayor tamaño, tratando de significar la guía de una persona de mayor conocimiento y experiencia. (Véase figura 38)

**Figura 38. Logosímbolo de la Cooperativa de Trabajo Asociado.**



**2.9.2 Eslogan.** El Eslogan “Disfruta las bellezas naturales del Chicamocha”, hace referencia a la riqueza natural del Chicamocha.

**2.9.3 Medios Publicitarios.** El proyecto manejará básicamente dos tipos de medios publicitarios; el Portal Web como herramienta de promoción y con la intención de mostrar una galería de fotografías de la zona a los potenciales consumidores, y la publicidad impresa (volantes) para entregar a los visitantes en las inmediaciones del Parque Chicamocha y el caserío de Chiflas.

Portal Web: Es una herramienta económica y de fácil manejo y se adapta a las características comerciales de los servicios de la empresa. Si nos fijamos, la mejor herramienta para la promoción del ecoturismo en Colombia y el mundo, es la Internet. Se busca además exponer una gran galería de fotografías sobre la fauna y la flora de la región, así como de la interacción de los grupos de visitantes con el medio natural. Es importante incluir además los links sobre la historia del proyecto, los paquetes ecoturísticos, los costos, la logística y la forma de contactar a la empresa.

Publicidad impresa: Con el fin de dar a conocer los servicios de la empresa, la estrategia de publicidad impresa estará basada en volantes a todo color que muestren los atractivos del cañón del Chicamocha e inviten a los visitantes a

comprar los paquetes ecoturísticos. Su entrega se llevará a cabo a través del Coordinador Operativo y los Ecoguías.

En el momento de la solicitud del paquete ecoturístico es importante la toma de datos de la persona, con el fin de poder mantener contacto telefónico para informarle al cliente acerca de nuevos paquetes y planes.

**2.9.4 Presupuesto de Publicidad y Promoción.** Dentro del presupuesto de publicidad y promoción se incluyen el presupuesto tanto para la etapa del lanzamiento como de operación normal de la empresa de acuerdo a las estrategias publicitarias y promocionales analizadas y elegidas. (Véase cuadros 35 y 36)

**Cuadro 35 Presupuesto de Publicidad y Promoción de lanzamiento**

ITEM	Cantidad	Valor Unitario \$	Costo Total \$
Diseño imagen corporativa	1	500.000	500.000
Diseño de página Web	1	900.000	900.000
Volantes	1.000	260	260.000
Tarjetas de presentación	1.000	40	40.000
Pendón impresión digital de 80x120 cm.	2	80.000	160.000
Cóctel de inauguración	50	5.000	250.000
Invitaciones	50	1.000	50.000
Degustaciones	50	6.000	300.000
Animación musical	1	250.000	250.000
Total			2.710.000

Fuente: cotizaciones

**Cuadro 36 Presupuesto de Publicidad y Promoción de operación mensual**

ITEM	Cantidad	Valor Unitario \$	Costo \$mes	Costo \$año
Dominio página	1	120.000	120.000	1.440.000
Portafolio de servicios	50	1.000	50.000	600.000
Televisión regional	1	250.000	250.000	3.000.000
Radio	1	120.000	120.000	1.440.000
Total			540.000	6.480.000

Fuente: cotizaciones

## 2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Desde el punto de vista del mercado, el proyecto se presenta atractivo por cuanto los visitantes del Parque Nacional Chicamocha se constituyen en potenciales consumidores de los servicios del proyecto. Además, se aprecia una gran

demanda insatisfecha por servicios ecoturísticos de 181.352 personas al finalizar el 2.008, con preferencia a los servicios adicionales como las caminatas, el senderismo y el general un turismo especializado que busca acercarse a la biodiversidad y la cultura de la zona.

Por otra parte, la idea de solucionar el problema de exclusión y desempleo de los jóvenes rurales que viven en la parte baja del Cañón del río Chicamocha, aporta un valor agregado al proyecto, puesto que facilitaría el trabajo de búsqueda de fuentes de financiación para la inversión y una sensibilización de los visitantes frente al proceso de desarrollo comunitario que se pretende adelantar, de ahí que el tema de la conformación de una Cooperativa de Trabajo Asociado cobre gran vigencia y aporte positivamente al análisis de la viabilidad del proyecto.

## 3 ESTUDIO TECNICO

### 3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

**3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.** Para el presente proyecto, el tamaño estará dado de acuerdo a cada servicio por unidad de negocio, de la siguiente forma:

- Para el servicio de caminatas, esta directamente relacionado con la cantidad de paquetes, por el numero de personas.
- Para el servicio de camping, será por el alquiler por día de carpas
- Para el servicio de cabaña, será por el día de alojamiento y el número de personas
- Y para el servicio de restaurante, será la cantidad y número de platos que estará en capacidad de atender efectivamente, la empresa de ecoturismo, de acuerdo con la topología de cada uno de ellos, y el número de personas promedio por plan

**3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto.** Par a la empresa ecoturística los factores condicionantes se analizan a continuación:

- **El tamaño del proyecto y la demanda,** En el estudio de mercados se determinó la existencia de una demanda insatisfecha significativa con respecto a los servicios ecoturísticos, considerado un factor relevante en el momento de dimensionar el proyecto, para los potenciales demandantes.
- **El tamaño del proyecto y los suministros e insumos,** No es un factor relevante, ya que la mayoría de insumos y suministros serán comprados en la misma región de incidencia del proyecto, encontrándose en gran cantidad y calidad
- **El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos,** los requerimientos de maquinaria y equipos no es un factor apremiante a la hora de magnificar el proyecto, ya que se requiere básicos y normales de uso, por lo que se encuentran en la región.
- **El tamaño del proyecto y la localización,** Es fundamental para las intenciones del proyecto ya que se aprovecha uno de los recursos naturales de mayor prospectivo en la explotación turística, por sus hermosos paisajes, clima y recursos primarios base para la expresión turística y recreacional.
- **El tamaño y el financiamiento,** Es uno de los factores de mayor condicionamientos, ya que el monto de inversión es relativamente alto, pero

igualmente, existen fuentes de financiamiento y apoyo al desarrollo turístico del orden departamental y municipal, que serán analizadas en las fuentes de financiamiento

### 3.1.3. Capacidad del proyecto

- **Capacidad total diseñada.** De acuerdo con cada unidad de negocio, se calcula la capacidad total diseñada, que corresponda al máximo nivel de prestación de servicio en condiciones normales.

**Servicio de caminatas ecológicas.** El total de servicio o paquetes, se calcula partiendo de la disponibilidad de 12 guías ecoturísticas, que laborarían todos los días de 7 am. a 4 pm., es decir 9 horas diarias, 7 días a la semana por las 52 semanas comerciales al año, equivalente a 39.312 horas, disponibles. Cada caminata en promedio desde el sitio de origen tiene una duración de 3 horas. De acuerdo al comportamiento del mercado se distribuyen los paquetes según la preferencia de los consumidores por cada tipo de plan a ofrecer (Véase cuadro 37 y 38)

**Cuadro 37 Horas laborales para el servicio de caminatas**

Concepto	Parámetros
Numero de guías	12
Horas Laborables	9
# D días / semana	7
# De semanas año	52
Total horas	39.312

**Cuadro 38 Capacidad diseñada para el servicio de caminatas ecológicas**

Tipo de paquete	Horas Laborales/año	Tiempo recorrido/ horas	# Paquetes año	Promedio de personas	Total persona
Paquete personal compartido	7.862	3	2.621	10	26.208
Paquete personal individual	3.931	3	1.310	1	1.310
Paquete familiar	15.725	3	5.242	6	31.450
Paquete empresarial	11.794	3	3.931	15	58.968
Total	39.312				117.936

**Servicio de camping,** Es la cantidad de días que alquilan en el año las carpas. Para tal efecto se dispondrá de un terreno de 1.000 m<sup>2</sup>, acondicionado para campar. De los cuales descontando 250 m<sup>2</sup> de pasillos y flujo se tendrá disponible

un total de 750 m<sup>2</sup>, donde se podrán acomodar un total de 25 carpas grandes, 113, medianas y 25 pequeñas. (Véase cuadro 39)

**Cuadro 39 Capacidad diseñada para el servicio de camping**

Tipo de camping	Total m <sup>2</sup>	Q/ m <sup>2</sup>	Q/camping	# días/semana	Semanas/año	Q días / año
Grandes	225	9	25	7	52	9.100
Medianas	450	4	113	7	52	41.132
Pequeñas	75	3	25	7	52	9.100
Total	750					59.332

**Servicio de cabañas.** Se contará con la disponibilidad de una cabaña acondicionada, con capacidad de albergar 4 personas cómodamente, su alquiler será por día, dependiendo del número de personas. (Véase cuadro 40)

**Cuadro 40 Capacidad diseñada de las cabañas**

Tipo de servicio	Total m <sup>2</sup>	Q	# días/semana	Semanas/año	Q días / año
Cabaña	35	1	7	52	364
Total	35				364

**Servicio de restaurante:** para el servicio de restaurante se acondicionará y adecuará un kiosco con capacidad de albergar un total de 10 mesas de 4 puestos, con un horario de 240 minutos diarios es decir de 4 horas de atención, por tiempo de despacho de 30 minutos, donde alcanza a servir 116.480 como máximo.(Véase cuadro 41)

**Cuadro 41 Capacidad diseñada del servicio de restaurante**

Mesas	10
Persona/ mesa	4
Persona por turno	40
Horario de atención	240
Tiempo de despacho	30
Despachos	8
Personas atendidas	320
Días / semana	7
Platos semana	2.240
Semanas / año	52
Total Platos año	116.480

De acuerdo con los gustos y preferencias de los consumidores visitantes se tendrán en capacidad de presupuestar los siguientes platos típicos. Véase cuadro 42)

**Cuadro 42 Distribución de capacidad diseñada del servicio de restaurante**

Tipo plato	# de Platos
Carne asada	34.944
Cabro	17.472
Pollo a la plancha	34.944
Gallina criolla	17.472
Picadas	11.648
<b>Total Platos</b>	<b>116.480</b>
Caldo con huevo	46.592
Caldo de carne	23.296
Desayuno normal	46.592
<b>Total desayunos</b>	<b>116.480</b>

- **Capacidad instalada.** Siguiendo el mismo procedimiento la distribución de capacidad instalada por cada unidad de negocio será:

**Servicio de caminatas ecológicas.**

**Cuadro 43 Horas laborales para el servicio de caminatas**

Concepto	Parámetros
Número de guías	6
Horas Laborables	9
# D días / semana	7
# De semanas año	52
Total horas	19.656

**Cuadro 44 Capacidad instalada del servicio de caminatas**

Tipo de paquete	Horas Laborales/año	Tiempo recorrido/ horas	# Paquetes año	Promedio de personas	Total persona
Paquete personal compartido	3.931	3	1.310	10	13.104
Paquete personal individual	1.966	3	655	1	655
Paquete familiar	7.862	3	2.621	6	15.725
Paquete empresarial	5.897	3	1.966	15	29.484
Total	19.656		6.552		58.968

**Servicio de camping,**

**Cuadro 45 Capacidad instalada del servicio de camping**

Tipo de camping	Total m2	Q/ m2	Q/camping	# días/semana	Semanas/año	Q días / año
Grandes	225	9	25	3	26	1.950
Medianas	450	4	113	3	26	8.814
Pequeñas	75	3	25	3	26	1.950
Total	750					12.714

**Servicio de cabañas**

**Cuadro 46 Capacidad instalada del servicio de cabañas**

Tipo de camping	Total m2	Q	# días/semana	Semanas/año	Q días / año
Grandes	35	1	3	52	156
Total	35				156

**Cuadro 47 Capacidad instalada del servicio de restaurante**

Mesas	10
Persona/ mesa	4
Persona por turno	40
Horario de atención	240
Tiempo de despacho	60
Despachos	4
Personas atendidas	160
Días / semana	3
Platos semana	480
Semanas / año	52
Total Platos año	24.960

**Cuadro 47 Distribución de la capacidad instalada del servicio de restaurante**

Tipo plato	# de Platos
Carne asada	7.488
Cabro	3.744
Pollo a la plancha	7.488
Gallina criolla	3.744
Picadas	2.496
<b>Total Platos</b>	<b>24.960</b>
Caldo con huevo	9.984
Caldo de carne	4.992
Desayuno normal	9.984
<b>Total desayunos</b>	<b>24.960</b>

▪ **Capacidad utilizada y proyectada.**

**Cuadro 48 Capacidad utilizada y proyecta del servicio de caminatas ecológicas**

Tipo de paquete	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	# Paquetes año	Total persona	# Paquetes año	Total persona	# Paquetes año	Total persona	# Paquetes año	Total persona	# Paquetes año	Total persona
Paquete personal compartido	312	3.120	364	3.640	416	4.160	468	4.680	520	5.200
Paquete personal individual	156	156	182	182	208	208	234	234	260	260
Paquete familiar	624	3.744	728	4.368	832	4.992	936	5.616	1.040	6.240
Paquete empresarial	468	7.020	546	8.190	624	9.360	702	10.530	780	11.700
<b>Total</b>	<b>1.560</b>	<b>14.040</b>	<b>1.820</b>	<b>16.380</b>	<b>2.080</b>	<b>18.720</b>	<b>2.340</b>	<b>21.060</b>	<b>2.600</b>	<b>23.400</b>
% Capacidad Instalada		24		28		32		36		40
% Participación demanda Insatisfecha		8		8		9		10		10

**Cuadro 49 Capacidad utilizada y proyecta del servicio de camping**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Grandes	975	1.073	1.180	1.298	1.427
Medianas	4.407	4.848	5.332	5.866	6.452
Pequeñas	975	1.073	1.180	1.298	1.427
<b>Total</b>	<b>6.357</b>	<b>6.993</b>	<b>7.692</b>	<b>8.461</b>	<b>9.307</b>
% Capacidad Instalada	50	55	61	67	73

**Cuadro 50 Capacidad utilizada y proyecta del servicio de cabañas**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cabañas	78	86	94	104	114
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>86</b>	<b>94</b>	<b>104</b>	<b>114</b>
% Capacidad Instalada	50	55	61	67	73

**Cuadro 51 Capacidad utilizada y proyecta del servicio de restaurantes**

Tipo plato	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	# de Platos	# de Platos	# de Platos	# de Platos	# de Platos
Carne asada	3.744	4.118	4.530	4.983	5.482
Cabro	1.872	2.059	2.265	2.492	2.741
Pollo a la plancha	3.744	4.118	4.530	4.983	5.482
Gallina criolla	1.872	2.059	2.265	2.492	2.741
Picadas	1.248	1.373	1.510	1.661	1.827
<b>Total Platos</b>	<b>12.480</b>	<b>13.728</b>	<b>15.101</b>	<b>16.611</b>	<b>18.272</b>
Caldo con huevo	4.992	5.491	6.040	6.644	7.309
Caldo de carne	2.496	2.746	3.020	3.322	3.654
Desayuno normal	4.992	5.491	6.040	6.644	7.309
<b>Total desayunos</b>	<b>12.480</b>	<b>13.728</b>	<b>15.101</b>	<b>16.611</b>	<b>18.272</b>
% De capacidad Instalada	50,0	55,0	60,5	66,6	73,2

## 3.2 LOCALIZACION

**3.2.1 Macrolocalizacion.** La provincia Guanentina Tiene una extensión total aproximada de 3.800 km<sup>2</sup> (380.000has) y está conformada por 18 municipios: San Gil (Capital), Aratocha, Barichara, Cabrera, Cepita, Coromoro, Curití, Charalá, Encino, Jordán Sube, Mogotes, Ocamonte, Onzaga, Páramo, Pinchote, San Joaquín, Valle de San José y Villanueva (figura 1). El territorio cuenta con 160.000 habitantes aproximadamente<sup>19</sup>, de los cuales el 59% se encuentran en zonas rurales, y el 41% en áreas urbanas. La densidad poblacional está alrededor de los 43 habitantes por Kilómetro cuadrado. (Véase figuras 39 y 40)

<sup>19</sup> Proyecciones DANE para el año 2004.

**Figura 39 Macrolocalización del proyecto.**



Fuente: Centro de Productividad y Competitividad (San Gil).

**Figura 40 Localización de Aratoca.**

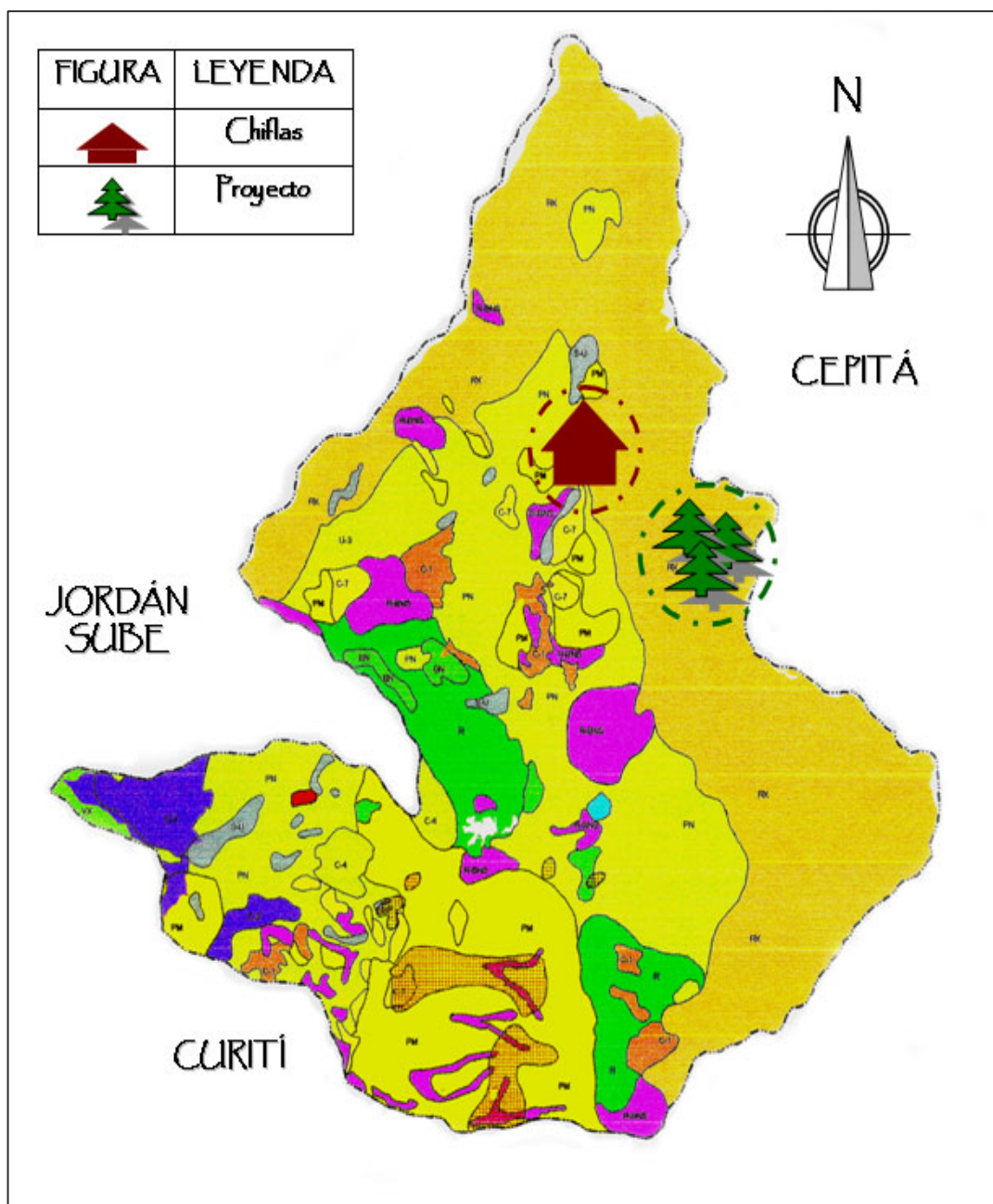


Aratoca se encuentra localizado a 71 Km. al sur de la capital del departamento, sobre territorios que en su mayor parte son montañosos. Bañan sus tierras el río Chicamocha y la quebrada Cantabara y algunas fuentes menores. Posee una economía agropecuaria y algunas industrias dedicadas a la fabricación de empaques de fique.

**3.2.2 Microlocalización.** En todo estudio de factibilidad o plan de negocios, la localización de la empresa se define a partir del análisis de dos o más potenciales zonas de ubicación para el proyecto, no obstante, la empresa comunitaria ecoturística no puede analizar otras opciones de localización, puesto que solamente es posible su ubicación en las veredas San Antonio y San Pedro del Municipio de Aratoca (área de influencia del Parque Nacional Chicamocha), debido a que la riqueza natural y cultural de este sitio es la razón de ser del proyecto. Considerando que se ofrecerán varios productos y servicios, el proyecto

cuenta con varios puntos de ubicación que le permiten acceder a sus potenciales clientes (viajeros y turistas).(Véase figuras 41y 42)

**Figura 41** Mapa de la localización de Aratoca.



**Figura 42 Microlocalización del proyecto.**



## **INGENIERIA DEL PROYECTO**

**3.2.3. Descripción técnica del proceso.** De acuerdo con los servicios que tiene en capacidad de ofrecer la empresa ecoturística, se presenta a continuación el ciclo del servicio, por cada uno de ellos:

Descripción del ciclo del servicio de Caminatas: Como se mencionó en el estudio de mercados las caminatas ecoturísticas y senderismo se ofrecerá en cuatro paquetes a saber

**Senderismo y caminatas ecológicas.** El proceso de ciclo de prestación de servicio será:

- Contacto inicial. Éste se hará de dos formas, mediante contacto telefónico o directo en las instalaciones de la oficina, donde el encargado le da la información requerida sobre los diferentes paquetes que tiene la empresa, resolución de inquietudes y preguntas sobre precios y sistemas de pagos
- Después de conocer los planes toman la decisión y se hace un contrato de acuerdo con el tipo de servicio
- Cancela el servicio, pago en efectivo, cheque o tarjeta de crédito
- Fecha de encuentro y salida, si es directo se le da las instrucciones de salida y se le nombrará un guía
- Posteriormente se inicia la caminata.
- Se llega al sitio predeterminado
- Se procede a bajar al punto de encuentro

**Camping y Hospedaje en una Cabaña Tradicional.** Para los turistas que deseen campar o alquilar una cabaña su procedimiento, es:

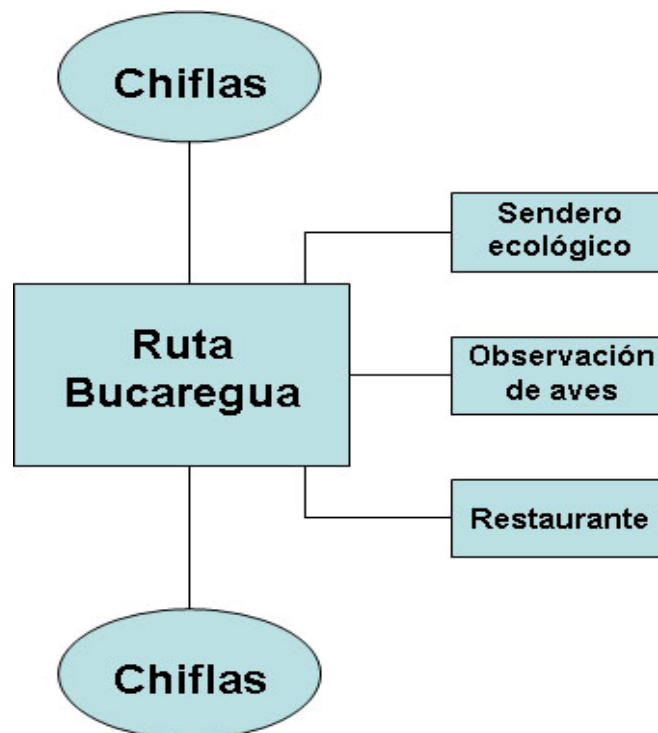
- Contacto con la empresa, sea vía telefónica, Internet, o directamente
- Explicación de condiciones y forma de pago
- Reservación para la fecha
- Si se trata del camping, se les pregunta si tienen la carpa sino se les alquila, dependiendo del número de personas y el sitio correspondiente que deseen

#### **Comida Típica Santandereana. El restaurante de comida típica**

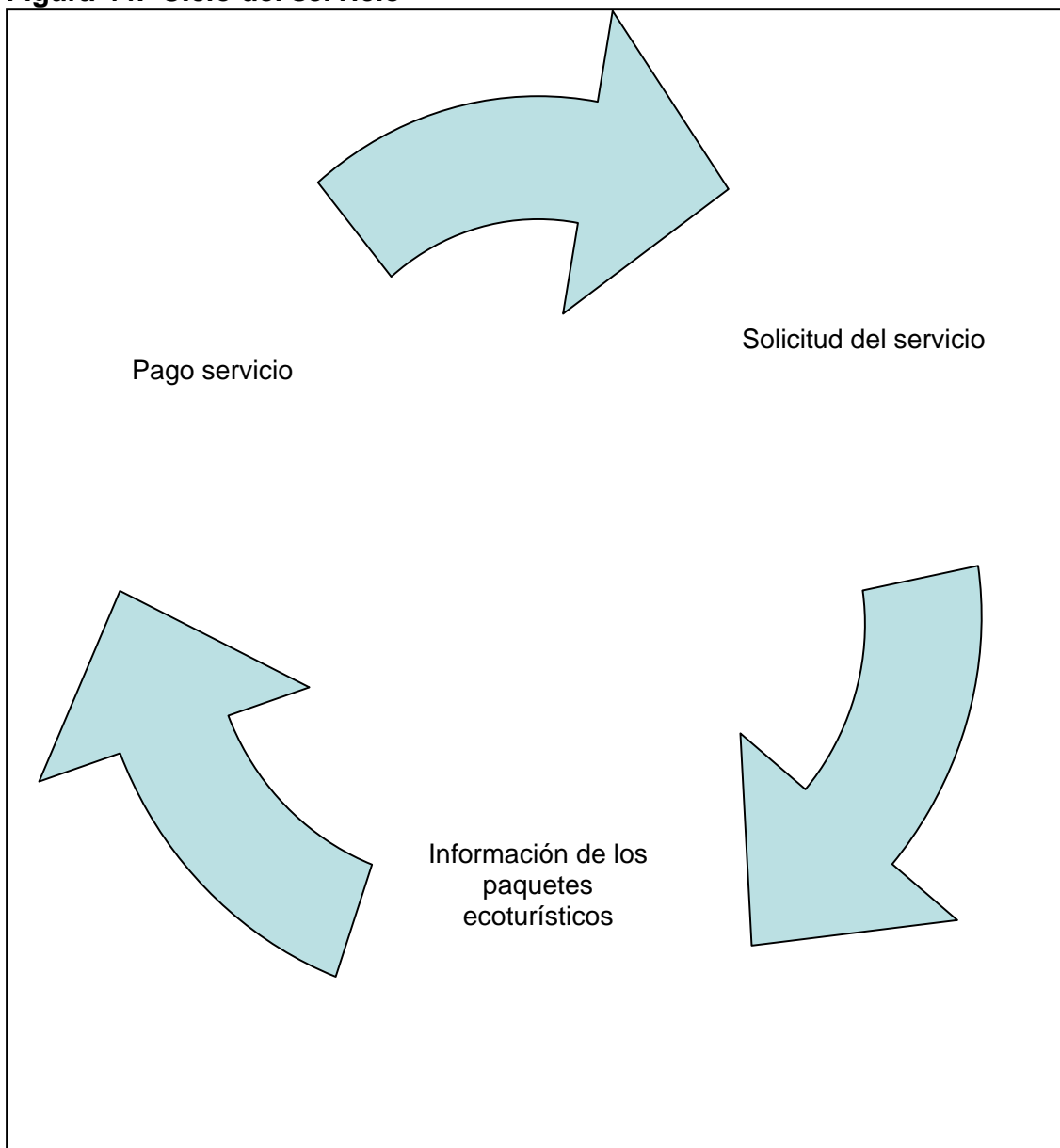
- Toman una mesa
- Observan la carta
- Hacen el pedido
- Se sirven los platos
- Se les da la cuenta una vez terminado
- Se dirigen a la caja a pagar

#### **3.2.4. Diagrama de proceso.**

**Figura 43 Diagrama de proceso de los caminatas y senderismo paquetes ecoturísticos.**



**Figura 44. Ciclo del servicio**



**3.2.5. Recursos.** Se presenta a continuación los requerimientos de recursos físicos, humanos y de insumos necesarios para la futura puesta en marcha del proyecto ecoturístico en la región del Cañón del Chimocho, Santander (Véase cuadro 52)

**Cuadro 52 Requerimiento de construcciones y adecuaciones**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
1	Cabaña
1	Kiosco

**Cuadro 53 Requerimientos de Maquinaria y equipos**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
1	Estufa industrial 8 quemadores Imucol
1	Calentador 2170 6 divisiones industriales
2	Autoservicio Buffet
2	Colador metálico
2	Batidora Oster
2	Licuada Oster
2	Picador Oster
3	Platilleros
2	Nevera 20 pies industrial Mabe
1	Congelador
2	Refrigerador 20 pies Mabe
1	Extractores de olores Industrial
1	Asador industrial
1	Horno Eléctrico
1	Greca 30 litros Adobe
2	Cilindro de gas de 100 Lb
2	Radio Handies
5	Binoculares
4	Extintores
2	Equipos de primeros auxilio

**Cuadro 54 Requerimientos de Muebles y equipos**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
10	Mesas madera rústica
40	Sillas madera rústica
20	Juegos de manteles
10	Canastillas grandes legumbres Vaniplas
2	Estantes metálicos 2 x 1 foruz
2	Mostrador o barra en madera Indumat
3	Escritorio modular 1.5 m x 1.5 m
3	Sillas agronómicas con rodachinas
2	Archivadores 4 gavetas
3	Papeleras
1	Mesa para computador
3	Cosedora metálica Rank
3	Perforadora metálica Rank
3	Sacaganchos Rank
6	Sillas auxiliar de recepción

**Cuadro 55 Requerimientos de equipo de oficina**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
1	Computador Pentium DTK con impresora, estabilizador y accesorios
1	Equipo de sonido Philips
1	Televisor 29 pds Panasonic
4	Ventiladores de techo Imusa
2	Teléfonos teclado Intelsa
2	Sumadoras Casio
1	FAX panasonic
1	Caja registradora ref. 2170 Casio

**Cuadro 56 Requerimiento de utensilios**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
5	Carpas para camping
5	Carpas para camping
5	Carpas para camping
20	Señalización de senderos

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
50	Pocillo Te 689
50	Plato Te 689
50	Plato Tortero 689
50	Plato fondo 235-689
50	Plato Pando 689- 26 CMS
50	Bandeja 689
50	Bandeja Nevada
50	Plato Hondo 689
50	Taza s/asa 689
50	Taza s/asa 689
50	Trío de Cubiertos 1958
50	Trío de Cubiertos 300
2	Vasos PL.24 caja x 48 Uds.
3	Juego Calderos 34-36-38-40x40
10	Jarra Plástica 4 litros PH
6	Refractaria Pirex 4 lts.
3	Molde Ref. 50
3	Rallador Acero Inoxidable
2	Cuchillos Tram 6" CT/plástico
2	Cuchillos Tram 8" CT/plástico
2	Cuchillos Tram 10" CT/plástico
2	Tabla picar grande
2	Escurreidor fritos
2	Tanque Basura 100 lts.
2	Caldero Arroz 50 CMS.
2	Sartén 30 CMS. Imusa
2	Juego de Ollas Mediana
3	Olla presión 4 Litros
3	Juego de ollas Grande
3	Plancha asadora doble

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
1	Cama doble
2	Cama sencillas
1	Colchón doble
2	Colchón sencillo
3	Juego de sabana doble
3	Juegos de sabanas sencilla
3	Almohadas

**Recurso Humano:** Se contará inicialmente con el concurso y disponibilidad de 6 guías, un cocinero, un auxiliar de cocina y un mesero, en la parte operativa.

Además se contará con un Gerente, secretaria y coordinador en el área administrativa

**3.3.4 Distribución de áreas.** La distribución de áreas dependerá de cada unidad de negocio:

Área para oficinas	16 metros cuadrados
Área para camping	750 metros cuadrados
Restaurante	25 metros cuadrados
Kiosco	25 metros cuadrados
Cabaña con todos los servicios	35 metros cuadrados

### **3.4 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES TÉCNICAS DEL PROYECTO**

Dentro de las conclusiones del estudio técnico es importante tener en cuenta que la localización estratégica del proyecto es la que puede determinar el éxito del mismo, en la medida que la zona presenta una infraestructura muy atractiva para los visitantes a través del Parque Nacional Chicamocha, y a su vez, se proyectan otras obras de gran magnitud como el complejo turístico y el teleférico (que ya iniciaron la construcción).

Desde el punto de vista técnico, el proyecto es factible, ya que se cuenta con todos los recursos físicos, humanos e insumos para la futura puesta en marcha de la empresa ecoturística en la región del Cañón del Chicamocha, ya que pretende ofrecer una gran variedad de servicios, como lo son , la caminatas ecológicas, camping, alquiler de cabaña, restaurante con los mejores platos típicos de la región, con capacidad de atender a, un total de 14.040 personas, que representa el 8% de mercado insatisfecho, iniciando con un 24% de capacidad instalada.

Por último, se reconoce que el verdadero valor agregado del proyecto está en la vinculación de un grupo de jóvenes de la región que además de tener la posibilidad de acceder a unos ingresos económicos, se formarán como guías especializados con competencias en guía cultural e interpretación de la naturaleza y que al final, terminarán siendo los nuevos potencializadores de desarrollo de la zona (cuenca baja del cañón del río Chicamocha).

## 4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

A partir del análisis de las diferentes formas jurídicas existentes en Colombia para la constitución de una empresa, se decidió que la “Cooperativa de Trabajo Asociado” es la figura que más se adapta a la actividad comercial que se pretende llevar a cabo, a la realidad y contexto de la región y al tipo de población beneficiaria. Entre otras razones que motivaron la selección de la figura de la Cooperativa de Trabajo Asociado se encuentran:

Según el Gobierno Colombiano, las Cooperativas de Trabajo Asociado fueron creadas como instrumento para lograr los propósitos de generación de trabajo, crecimiento económico y generación de riqueza colectiva en Colombia.

En las cooperativas de trabajo asociado, los aportantes de capital son al mismo tiempo los trabajadores y gestores de la empresa.

El trabajo en las cooperativas de trabajo asociado solo puede ser adelantado por sus asociados, evitando que posteriormente en la empresa se llegue a dar prioridad a la contratación de personas no vinculadas a la Cooperativa.

La empresa se denominará “Cooperativa de Trabajo Asociado del Chicamocha” cuya sigla será “COOPCHICAMOCHA” T.A

El procedimiento para constituir cualquier sociedad el siguiente:

- Tramitar la carta de estudio de nombre comercial, ante la Cámara de Comercio.
- Una vez obtenida la aprobación del nombre comercial, debe otorgar la Escritura Pública correspondiente, la cual debe contener por lo menos: nombre (razón social o denominación), nombre de los socios, identificación, nacionalidad, domicilio social (que debe ser el mismo del establecimiento de comercio), término de duración, objeto social, capital social (valor total, número de cuotas o acciones, valor de cada una) y distribución del mismo entre los socios, indicar la forma en que se pagó el capital social (efectivo o especie), facultades del representante legal y nombramientos. Esta escritura debe ser otorgada por los socios.

Dentro del mes siguiente a la fecha de otorgamiento de la Escritura Pública de constitución, el representante legal se debe presentar con:

- Carta de estudio del nombre comercial.

- Copia notarial de la Escritura Pública de constitución.
- Formularios de matrícula mercantil de la sociedad y de sus establecimientos de comercio debidamente diligenciados.
- Carta de aceptación de los representantes legales, miembros de la junta directiva y revisor fiscal, si lo hubiere, indicando documento de identidad.
- Carta de apertura del establecimiento de comercio, firmada por el representante legal.

Una vez obtenida la inscripción, se puede solicitar:

- Certificado de existencia y representación legal.
- Registro de libros mercantiles (actas, registro de socios, caja diario, balance e inventarios).
- NIT ante la administración de impuestos nacionales.

Una vez tramitado el NIT, se debe presentar fotocopia del mismo ante la ventanilla de información, con el propósito de completar el certificado de la empresa.

- Inscripción y registro en la Cámara de Comercio (registro mercantil o matrícula mercantil).
- Número de identificación tributaria (NIT), el cual se solicita en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).
- Escritura de constitución de la empresa.
- Número patronal de la EPS, para la vinculación de trabajadores y los aportes respectivos.
- Formulario único de afiliación e inscripción a la IPS.
- Solicitud de vinculación del trabajador al sistema general de riesgos profesionales.
- Formulario de vinculación o actualización al sistema general de pensiones.

## **4.2 CONSTITUCION DE LA EMPRESA**

**4.2.1 Visión.** Para el año 2015, la “Cooperativa de Trabajo Asociado del Chicamocha” será la organización líder en el mejoramiento de la calidad de vida de los jóvenes de la región, a través del ecoturismo como una práctica de promoción de las bellezas naturales, la riqueza cultural y la conservación del Cañón del río Chicamocha.

**4.2.2 Misión.** La misión de la “Cooperativa de Trabajo Asociado del Chicamocha” es la de brindar oportunidades de trabajo para a los jóvenes del Cañón del río Chicamocha, a través de la ejecución de proyectos ecoturísticos que conlleven a la satisfacción de los visitantes y la conservación del ecosistema.

**4.2.3 Objetivos.** El objetivo social de la “Cooperativa de Trabajo Asociado del Chicamocha” es el de brindar oportunidades de trabajo y generación de ingresos para los jóvenes habitantes del Cañón del río Chicamocha a través de proyectos de ecoturismo.

- La “Cooperativa de Trabajo Asociado del Chicamocha” tendrá como objetivos específicos sin orden de prioridad, los siguientes:
- Formular y ejecutar proyectos productivos ecoturísticos para el Cañón del río Chicamocha.
- Propender por el mejoramiento de la calidad de vida de los asociados de la Cooperativa a través de una adecuada remuneración, formación permanente y distribución equitativa de los beneficios procedentes de las utilidades de la empresa.
- Generar puestos de trabajo para los asociados de la Cooperativa al interior de los proyectos ecoturísticos.
- Gestionar y canalizar recursos de cooperación para el fortalecimiento institucional y el mejoramiento de la infraestructura de los proyectos ecoturísticos.
- Gestionar alianzas con gobiernos e instituciones para el reconocimiento de los proyectos ecoturísticos como experiencias comunitarias sobre desarrollo sostenible.
- Implementar estrategias pedagógicas modernas que busquen la sensibilización ambiental de los visitantes.
- Capacitar a los asociados en herramientas de gestión empresarial que permitan aumentar la eficiencia de la empresa y la satisfacción de los clientes.

**4.2.4 Políticas de la Empresa.** La “Cooperativa de Trabajo Asociado del Chicamocha”, siendo una empresa conformada por jóvenes campesinos que buscan una mejor calidad de vida, tendrá las siguientes políticas que rigen su funcionamiento:

- **Políticas Laborales**

La Cooperativa de Trabajo Asociado del Chicamocha tendrá como política de trabajo fundamental el trato digno de sus trabajadores asociados, respetando las leyes laborales y civiles de Colombia.

La Cooperativa de Trabajo Asociado del Chicamocha en lo referente a las diferencias y conflictos laborales, avocará siempre a lo dispuesto en sus estatutos

y la Ley 79 de 1988, de igual forma, insistirá siempre en la conciliación como el mecanismo para la resolución de conflictos internos.

▪ **Políticas Comerciales**

Se propenderá siempre por el ejercicio de una competencia leal frente a futuros competidores y la búsqueda de alianzas comerciales con otros operadores ecoturísticos.

El concepto de calidad en los servicios será fundamental como herramienta para la búsqueda permanente de la satisfacción del cliente. En este sentido, la formación de los trabajadores asociados será una política institucional para el logro de la misión y la visión.

▪ **Políticas Ambientales**

La Cooperativa de Trabajo Asociado del Chicamocha tendrá como principio fundamental el respeto al medio ambiente, así como a todas las formas de vida existentes.

Las actividades productivas y comerciales de la Cooperativa de Trabajo Asociado del Chicamocha estarán siempre dentro del concepto de desarrollo sostenible consagrado en la Constitución Política de Colombia como base del desarrollo económico nacional.

▪ **Políticas Sociales**

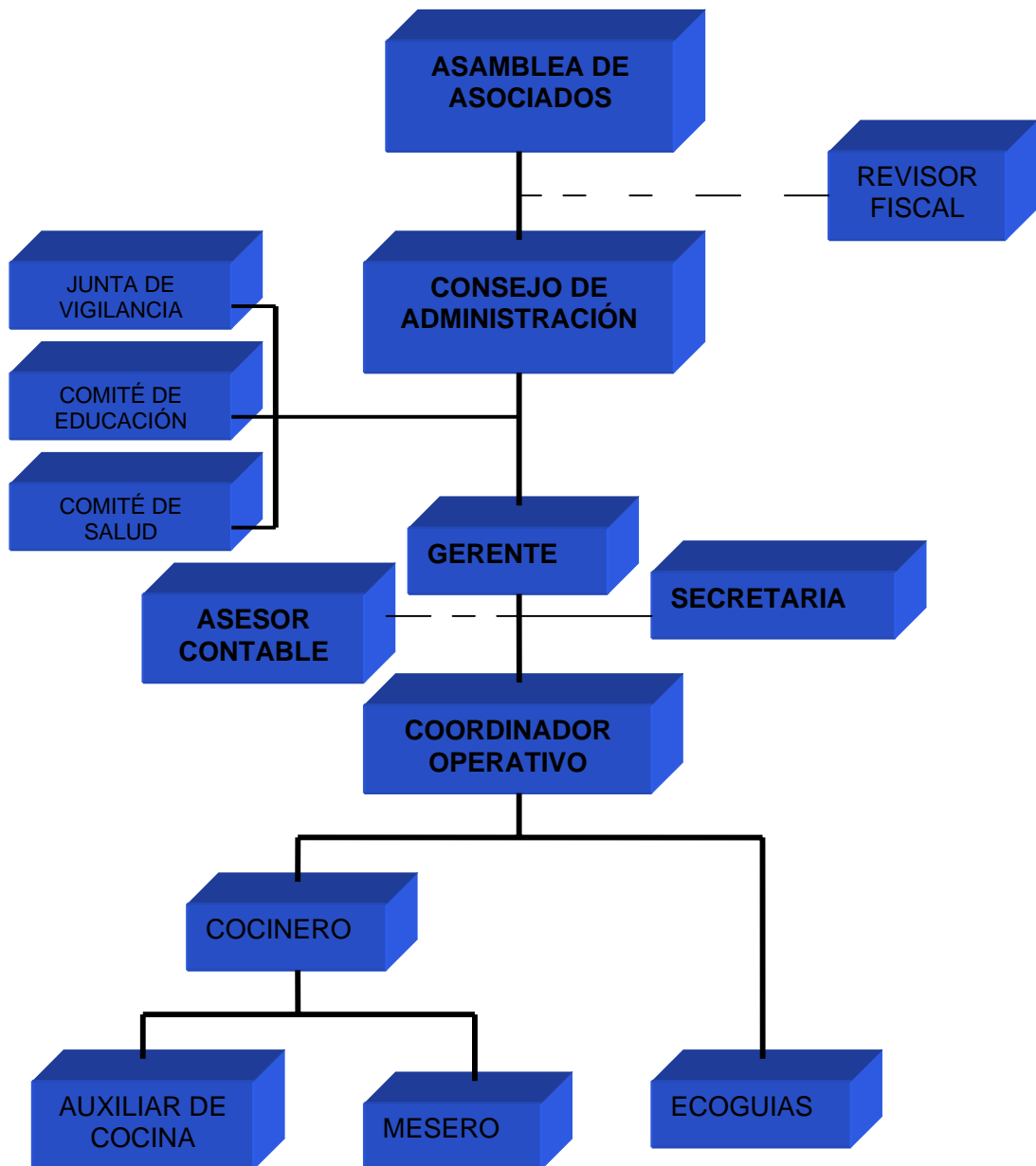
La Cooperativa de Trabajo Asociado del Chicamocha siempre dará prioridad a la contratación de sus asociados y solamente vinculará personas externas a la empresa, en casos en que las actividades a realizar sean de gran complejidad y no puedan ser llevadas a cabo por sus asociados.

Para la vinculación de nuevos asociados a la Cooperativa de Trabajo Asociado del Chicamocha, solamente se considerarán aquellas personas que residan en la cuenca baja del Cañón del río Chicamocha, entendida esta como los municipios de Aratoca, Cepitá y Jordán Sube.

### 4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 4.3.1 Organigrama

Figura 45 Organigrama de la Cooperativa de Trabajo Asociado.



### 4.3.2 Descripción de los Cargos

**Cuadro 57 Descripción del cargo de Gerente.**

FICHA DE ANALISIS OCUPACIONAL		
IDENT. DEL CARGO	NOMBRE DEL CARGO: <b><u>Gerente</u></b>	DEPARTAMENTO: Gerencia
	No. DE CARGOS IGUALES: 1	JEFE INMEDIATO: Consejo De Administración
	NOMBRE DEL EMPLEADO:	CARGOS QUE SUPERVISA: 2 (Coordinador Operativo y Secretaria).
FUNCIONES DEL CARGO	<p><b>FUNCIONES GENERALES:</b> Ejercer la Gerencia y representación legal de la Cooperativa de Trabajo Asociado del Chicamocha propendiendo por su buen funcionamiento y el crecimiento de su rentabilidad.</p> <p><b>FUNCIONES ESPECIFICAS:</b> Realizar la charla de bienvenida para los grupos de visitantes. Revisar y reformular las programaciones de trabajo semanal presentadas por el Coordinador Operativo. Tomar decisiones acerca de los reportes por irregularidades presentados por el Coordinador Operativo. Elaborar los presupuestos mensuales de ventas y gastos del proyecto Ruta Ecoturística Bucaregua. Elaborar y firmar los Estados Financieros de la Cooperativa de Trabajo Asociados del Chicamocha. Presentar y sustentar los Estados Financieros de la Cooperativa ante su Junta Directiva. Supervisar el trabajo de la secretaria con respecto a la contabilidad de la Cooperativa. Definir y actualizar las funciones de los cargos de Coordinador Operativo y la secretaria. Diseñar estrategias de marketing para la Ruta Ecoturística Bucaregua. Firmar los cheques para los pagos a proveedores, nomina y servicios prestados por los contratistas. Llamar la atención a los trabajadores a su cargo en caso de irregularidades referentes a sus funciones y reglamentos de la Cooperativa. Reportar a la Junta Directiva las irregularidades que se lleguen a presentar en el proyecto y que afecten el buen nombre y estabilidad de la Cooperativa.</p>	
EXPERIENCIA PARA EL CARGO	Grado de Instrucción: Tecnólogo en Admón. de Empresas, Hotelero o de recursos naturales.	
	Experiencia: Dos (2) años en cargos similares.	
	Conocimientos especiales: En finanzas, contabilidad y ecoturismo.	
HABILIDADES ESPECIALES	Habilidades sociales y de expresión. Manejo eficiente y responsable del dinero.	
OBSERVACIONES:		

**Cuadro 58 Descripción del cargo de Secretaria.**

FICHA DE ANALISIS OCUPACIONAL		
IDENT. DEL CARGO	NOMBRE DEL CARGO: Secretaria	DEPARTAMENTO: Gerencia
	No. DE CARGOS IGUALES: 1	JEFE INMEDIATO: Gerente
	NOMBRE DEL EMPLEADO:	CARGOS QUE SUPERVISA:
FUNCIONES DEL CARGO	<p><b>FUNCIONES GENERALES:</b> Ejercer el cargo de Secretaria de Gerencia de la Cooperativa de trabajo Asociado del Chicamocha.</p> <p><b>FUNCIONES ESPECIFICAS:</b> Llevar la contabilidad de la Cooperativa haciendo énfasis en el correcto manejo financiero del Proyecto Ruta Ecoturística Bucaregua. Elaborar la programación de pagos de acuerdo a la disponibilidad de recursos y a los reportes del Coordinador Operativo. Realizar las consignaciones de dinero entregado por el Coordinador Operativo y verificar los saldos con los informes presentados. Presentar a la Gerencia la programación de pagos para su respectiva aprobación. Elaborar los cheques para los pagos a los proveedores y trabajadores y entregarlos a la Gerencia para su firma. Elaborar los Estados Financieros trimestralmente para su presentación a la Gerencia. Reportar a la Gerencia las irregularidades que se lleguen a presentar por concepto de recaudos y pagos, así como de las circunstancias que lleven a la iliquidez de la Cooperativa.</p>	
EXPERIENCIA PARA EL CARGO	Grado de Instrucción: Auxiliar contable con CAP del SENA.	
	Experiencia: Dos (2) años en cargos similares.	
	Conocimientos especiales: En contabilidad, finanzas, nómina y estados financieros.	
HABILIDADES ESPECIALES	Excelente manejo de Office. Manejo avanzado de Excel.	
OBSERVACIONES:		

**Cuadro 59 Descripción del cargo de Coordinador Operativo.**

FICHA DE ANALISIS OCUPACIONAL		
IDENT. DEL CARGO	NOMBRE DEL CARGO: Coordinador Operativo	DEPARTAMENTO: Coordinación Operativa.
	No. DE CARGOS IGUALES: 1	JEFE INMEDIATO: Gerente
	NOMBRE DEL EMPLEADO:	CARGOS QUE SUPERVISA: 3 (Mesero, Cocinero y Ecoquías).
FUNCIONES DEL CARGO	<p><b>FUNCIONES GENERALES:</b> Coordinar el Area Operativa de la Cooperativa de Trabajo Asociado.</p> <p><b>FUNCIONES ESPECIFICAS:</b> Coordinar la logística para el traslado de los grupos de visitantes. Establecer los cronogramas y tareas para los Ecoquías. Realizar el arqueo diario de caja de acuerdo a los reportes de ventas realizados por el mesero y el dinero recaudado por la venta de los servicios. Recaudar el dinero por concepto de la venta de los servicios. Definir y actualizar las funciones de los cargos de las áreas de Cocina y Guianza. Entregar a la secretaria las facturas por concepto de servicios vendidos. Dar visto bueno de las cuentas de cobro presentadas por los trabajadores a su cargo de acuerdo a sus programaciones y cronogramas. Llamar la atención a los trabajadores a su cargo en caso de irregularidades referentes a sus funciones y reglamentos de la Cooperativa. Reportar a la Gerencia las irregularidades que se lleguen a presentar en las áreas de Cocina y Guianza.</p>	
EXPERIENCIA PARA EL CARGO	Grado de Instrucción: CAP del SENA en Gestión Empresarial, Admón. Agropecuaria o admón. Hotelera.	
	Experiencia: Un (1) año en cargos similares.	
	Conocimientos especiales: En ecoturismo, cultura regional, fauna y flora silvestre.	
HABILIDADES ESPECIALES	Habilidades sociales y de expresión. Manejo eficiente y responsable del dinero.	
OBSERVACIONES:		

**Cuadro 60 Descripción del cargo de Cocinero.**

FICHA DE ANALISIS OCUPACIONAL		
IDENT. DEL CARGO	NOMBRE DEL CARGO: Cocinero	DEPARTAMENTO: Cocina
	No. DE CARGOS IGUALES: 1	JEFE INMEDIATO: Coordinador Operativo
	NOMBRE DEL EMPLEADO:	CARGOS QUE SUPERVISA: 2 (Auxiliar de cocina y Mesero)
FUNCIONES DEL CARGO	<p>FUNCIONES GENERALES: Responsabilizarse de la elaboración de los platos de comida típica ofrecidos en el restaurante de la Ruta Ecoturística Bucaregua.</p> <p>FUNCIONES ESPECIFICAS: Elaborar el presupuesto semanal de compras para el restaurante y presentarlo al Coordinador Operativo. Preparar los diferentes platos a la carta de acuerdo a las indicaciones del Coordinador Operativo. Propender por la optimización de los insumos y minimización de desperdicios para la preparación de los platos. Dar las indicaciones adecuadas al Auxiliar de cocina con respecto a sus tareas. Llevar el registro de platos solicitados por el mesero y presentarlo al Coordinador Operativo. Reportar a la Coordinación Operativa cualquier irregularidad que se presente en la Cocina, así como las dificultades con el Mesero y el Auxiliar de Cocina.</p>	
EXPERIENCIA PARA EL CARGO	Grado de Instrucción: Conocimientos y experiencia en la preparación de comida típica santandereana.	
	Experiencia: Cinco (5) años en cargos similares.	
	Conocimientos especiales: Comida típica santandereana.	
HABILIDADES ESPECIALES	Rendimiento en los insumos y minimización de desperdicios. Elaboración de presupuestos de compras para restaurantes.	
OBSERVACIONES:		

**Cuadro 61 Descripción del cargo de Auxiliar de Cocina.**

FICHA DE ANALISIS OCUPACIONAL		
IDENT. DEL CARGO	NOMBRE DEL CARGO: Auxiliar de Cocina	DEPARTAMENTO: Cocina
	No. DE CARGOS IGUALES: 1	JEFE INMEDIATO: Cocinero
	NOMBRE DEL EMPLEADO:	CARGOS QUE SUPERVISA:
FUNCIONES DEL CARGO	<p>FUNCIONES GENERALES:</p> <p>Ejercer el cargo de Auxiliar de cocina en el Restaurante de la Ruta Ecoturística Bucaregua.</p> <p>FUNCIONES ESPECIFICAS:</p> <p>Informar al Cocinero sobre las necesidades de insumos para la preparación de los platos.                      Apoyar al Cocinero en la preparación de los diferentes platos a la carta.                      Propender por la optimización de los insumos y minimización de desperdicios para la preparación de los platos.                      Reportar al Cocinero cualquier irregularidad en área de la Cocina.</p>	
EXPERIENCIA PARA EL CARGO	Grado de Instrucción: Conocimientos y experiencia en la preparación de comida típica santandereana.	
	Experiencia: Seis (1) meses en cargos similares.	
	Conocimientos especiales: Comida típica santandereana.	
HABILIDADES ESPECIALES	Rendimiento en los insumos y minimización de desperdicios.	
OBSERVACIONES:		

**Cuadro 62 Descripción del cargo de Mesero.**

FICHA DE ANALISIS OCUPACIONAL		
IDENT. DEL CARGO	NOMBRE DEL CARGO: Mesero	DEPARTAMENTO: Cocina
	No. DE CARGOS IGUALES: 1	JEFE INMEDIATO: Coordinador Operativo
	NOMBRE DEL EMPLEADO:	CARGOS QUE SUPERVISA:
FUNCIONES DEL CARGO	<p>FUNCIONES GENERALES: Realizar las funciones de mesero en el restaurante de la Ruta Ecoturística Bucaregua.</p> <p>FUNCIONES ESPECIFICAS: Atender a los clientes y tomar los pedidos de los platos típicos. Realizar la solicitud del pedido a la Cocina en el formato oficial establecido por la Coordinación Operativa y manteniendo siempre el consecutivo de la solicitud. Realizar el cobro del servicio de alimentación a los clientes, de acuerdo a los precios oficiales establecidos por la Gerencia y entregar siempre la factura oficial al cliente. Aceptar las propinas que el cliente voluntariamente le entregue. Responsabilizarse por el correcto manejo de la Caja menor, realizando el arqueo de caja diario y su reporte al Coordinador Operativo. Reportar a la Coordinación Operativa las irregularidades que se lleguen a presentar con los trabajadores del área de Cocina.</p>	
EXPERIENCIA PARA EL CARGO	Grado de Instrucción: Experiencia certificada como mesero.	
	Experiencia: Un (1) año en cargos similares.	
	Conocimientos especiales: Atención al cliente.	
HABILIDADES ESPECIALES	<p>Habilidades sociales y de expresión. Atención al cliente. Facturación y manejo de caja menor.</p>	
OBSERVACIONES:		

**Cuadro 63 Descripción del cargo de Guía Ecoturístico.**

FICHA DE ANALISIS OCUPACIONAL		
IDENT. DEL CARGO	NOMBRE DEL CARGO: Ecoguía	DEPARTAMENTO: Guianza
	No. DE CARGOS IGUALES: 6	JEFE INMEDIATO: Coordinador Operativo
	NOMBRE DEL EMPLEADO:	CARGOS QUE SUPERVISA:
FUNCIONES DEL CARGO	<p>FUNCIONES GENERALES: Desempeñarse como Guía Ecoturístico en la Ruta Bucaregua.</p> <p>FUNCIONES ESPECIFICAS: Guiar de forma segura y responsable al grupo de visitantes por los caminos de Leguerque. Diseñar y replantear junto al Coordinador Operativo los itinerarios y programas de las caminatas ecológicas. Realizar las charlas sobre biodiversidad de forma pedagógica y entretenida. Llevar a cabo las salidas de campo para la observación de las aves de la zona de acuerdo a los intereses y solicitudes de los visitantes. Aceptar las propinas que el cliente voluntariamente le entregue. Participar en las capacitaciones que la Cooperativa y su Gerencia programen para la actualización de sus trabajadores. En caso de accidentes con los visitantes, aplicar los primeros auxilios a los heridos y reportar el incidente de inmediato al Coordinador Operativo a través del radio handie. Reportar a la Coordinación Operativa las irregularidades que se lleguen a presentar en el ejercicio de su trabajo.</p>	
EXPERIENCIA PARA EL CARGO	Grado de Instrucción: Capacitación en ecoturismo, fauna y flora silvestre.	
	Experiencia: Presentar evaluación teórico-práctica para ser aceptado como Ecoguía.	
	Conocimientos especiales: Interpretación de la naturaleza y atención al cliente.	
HABILIDADES ESPECIALES	Habilidades sociales y de expresión. Atención al cliente.	
OBSERVACIONES:		

**4.3.3. Asignación salarial.** Para la asignación salarial esta se hará acorde a la oferta laboral de la zona de incidencia del proyecto, y en cuanto a la carga prestacional se dispondrá de las prestaciones de ley. (Véase cuadro 64 y 65)

**Cuadro 64 Asignación salarial**

<b>Cargo</b>	<b>Salario base \$</b>	<b>Tipo de contrato</b>
Gerente	1.200.000	Indefinido
Coordinador operativo	1.000.000	Indefinido
Cocinero	800.000	Indefinido
Secretaria	657.000	Indefinido
Ecoguías	657.000	Indefinido
Auxiliar de cocina	461.500	Indefinido
Mesero	461.500	Indefinido
Revisor Fiscal	500.000	Por honorarios
Asesor contable	300.000	Por honorarios

**Cuadro 65 Factor de carga prestacional**

<b>PRESTACIONES</b>	<b>BASE EN %</b>
Cesantías	8.33%
Primas	8.33%
Vacaciones	4.17%
Intereses a las cesantías	1%
<b>Total prestaciones</b>	<b>21.83%</b>
Cajas de Compensación	4%
Sena	2%
Instituto de Bienestar Familiar	3%
<b>Total Parafiscales</b>	<b>9%</b>
Salud	8,5%
Pensión	12%
Riesgos profesionales	0.346%
<b>Total salud, pensión y ARP</b>	<b>20,846%</b>
<b>Dotación</b>	<b>7%</b>

#### **4.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

Se aprecia que el manejo administrativo y organizacional del proyecto es de baja complejidad, no obstante, por tratarse de población joven y que estará en contacto permanente con los visitantes, es imprescindible un correcto proceso de selección de los jóvenes de acuerdo a su perfil ocupacional, considerando siempre sus

habilidades sociales y recibiendo un entrenamiento y formación en atención al cliente.

Para esto es que se han definido las fichas de análisis ocupacionales para cada uno de los cargos, donde se evidencia la necesidad de ubicar personas con un alto grado de responsabilidad en la gerencia y la coordinación operativa, y personas con ciertas habilidades sociales y competencias en la interpretación de la naturaleza que se ocuparán del componente de la guianza.

Otro aspecto a mencionar es la selección de la figura jurídica bajo la cual se constituirá la organización empresarial. La Cooperativa de trabajo asociado, por su carácter solidario y participativo se ajusta perfectamente a las condiciones de la población y el tipo de proyecto; por otra parte, su manejo administrativo de complejidad media, así como sus exenciones tributarias, la presentan como la opción más atractiva para el proyecto.

## 5 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene como finalidad cuantificar las inversiones necesarias para el montaje y puesta en marcha del proyecto. A su vez, es el encargado de calcular los costos de producción de la empresa y estimar los ingresos y egresos que se obtendrán y que servirán como insumo para realizar la evaluación económica del proyecto. Por otra parte, dentro de este estudio también se incluyen los estados financieros, que permitirán posteriormente llevar a cabo un análisis financiero a través de razones contables.

### 5.1 INVERSIONES

Dentro de las inversiones que se llevan a cabo en el proyecto, es necesario identificar claramente aquellas que se realizan dentro del período improductivo y que van encaminadas a la creación y montaje de la empresa (inversión fija e inversión diferida). Por otra parte, están aquellas inversiones que se realizan una vez concluido el montaje del proyecto (inversión de capital de trabajo) y que son necesarias para iniciar los procesos productivos.

**5.1.1 Inversión Fija.** Hacen parte de la inversión fija todos aquellos egresos de dinero necesarios para el montaje del proyecto. La inversión fija se realiza una vez en la vida del proyecto y se refiere a rubros como terrenos, construcciones y adecuaciones, la maquinaria, los equipos y todas aquellas inversiones necesarias para que el proyecto esté listo para iniciar sus operaciones. De igual forma, es necesario tener en cuenta que la inversión fija se realiza en un período improductivo del proyecto denominado en el flujo de fondos como año cero y que generalmente es asumida por los recursos que ingresan en este período como aportes propios de los inversionistas, recursos obtenidos a través de créditos bancarios o capital semilla.

- **Terrenos.** Para la empresa ecoturística, dispondrá de un terreno pequeño de 1000 m<sup>2</sup>, por valor de \$5.000.000, que se adecuará para ofrecer los servicios de camping y construcción de cabaña, kiosco y restaurante.

Se incluye la adquisición de un terreno para el proyecto puesto que éste es propiedad de unos de los futuros asociados a la Cooperativa. un lote ubicado en el municipio de Aratocha ubicado en el sector San Antonio Bajo, que por su ubicación estratégica facilita el montaje y desarrollo de la ruta ecoturística

- **Construcciones y adecuaciones.** Dentro de la inversión fija del proyecto se encuentran la señalización de los senderos, la dotación de la cocina para la comida típica, la construcción de una cabaña en guadua, así como su dotación (cama doble y camarote). De igual forma, es necesaria la construcción de un

kiosco tradicional para la ubicación del restaurante con mesas y sillas de madera. Para el servicio de camping se deben adquirir seis carpas con capacidad para cuatro personas cada una y diez carpas playeras pequeñas para el descanso de los visitantes. (Véase cuadro 66)

**Cuadro 66 Inversión de Construcciones y adecuaciones**

Cantidad	Descripción	Valor \$/ud	Valor total \$
1	Cabaña	11.000.000	11.000.000
1	Kiosco	7.000.000	7.000.000
<b>Total</b>			<b>18.000.000</b>

Fuente: Cotizaciones

- **Maquinaria y equipos.** Hace parte fundamental de este rubro todos aquellos activos correspondiente a equipos y maquinaria requeridos para prestar los servicios de caminatas ecológicas, camping, cabañas, y principalmente el restaurante.(Véase cuadro 67)

**Cuadro 67 Inversión de Maquinaria y equipos**

Cantidad	Descripción	Valor \$/Ud.	Valor Total \$
1	Estufa industrial 8 quemadores Imucol	1.550.000	1.550.000
1	Calentador 2170 6 divisiones industriales	650.000	650.000
2	Autoservicio Buffet	1.800.000	3.600.000
2	Colador metálico	31.000	62.000
2	Batidora Oster	68.000	136.000
2	Licadora Oster	200.000	400.000
2	Picador Oster	52.000	104.000
3	Platilleros	38.000	114.000
2	Nevera 20 pies industrial Mabe	1.500.000	3.000.000
1	Congelador	2.500.000	2.500.000
2	Refrigerador 20 pies Mabe	750.000	1.500.000
1	Extractores de olores Industrial	250.000	250.000
1	Asador industrial	750.000	750.000
1	Horno Eléctrico	120.000	120.000
1	Greca 30 litros Adobe	250.000	250.000
2	Cilindro de gas de 100 Lb	60.000	120.000
2	Radio Handies	200.000	400.000
5	Binoculares	200.000	1.000.000
4	Extintores	58.000	232.000
2	Equipos de primeros auxilio	30.000	60.000
<b>Total</b>			<b>16.798.000</b>

Fuente: Cotizaciones

Es necesario adquirir algunos equipos adicionales; como binoculares para la observación de aves, radio handies para facilitar la comunicación de los ecoguías, equipo de primeros auxilios, entre otros.

- **Muebles y enseres.** Se presenta en este numeral lo relacionado el monto de inversión requerido para la compra de muebles enseres, fundamentales para la prestación eficiente y eficaz de los servicios ecoturísticos y en el área administrativa. (Véase cuadro 68)

**Cuadro 68 Inversión de muebles y enseres**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Vr \$ Unidad</b>	<b>Valor Total \$</b>
10	Mesas madera rústica	50.000	500.000
40	Sillas madera rústica	20.000	800.000
20	Juegos de manteles	15.000	300.000
10	Canastillas grandes legumbres Vaniplas	5.000	50.000
2	Estantes metálicos 2 x 1 foruz	120.000	240.000
2	Mostrador o barra en madera Indumat	250.000	500.000
<b>Sub - total</b>			<b>2.390.000</b>
3	Escritorio modular 1.5 m x 1.5 m	550.000	1.650.000
3	Sillas agronómicas con rodachinas	150.000	450.000
2	Archivadores 4 gavetas	350.000	700.000
3	Papeleras	30.000	90.000
1	Mesa para computador	90.000	90.000
3	Cosedora metálica Rank	10.000	30.000
3	Perforadora metálica Rank	8.000	24.000
3	Sacaganchos Rank	3.000	9.000
6	Sillas auxiliar de recepción	55.000	330.000
<b>Sub-total</b>			<b>3.373.000</b>
<b>Total</b>			<b>5.763.000</b>

Fuente: Cotizaciones

- **Equipo de oficina.** Hace parte de los equipos de oficina todo lo relacionado con las herramientas electrónicas para el mejor desempeño de los colaboradores de la Cooperativa, como computador, equipos de sonido, televisión, fax, teléfonos, ventiladores, etc. (Véase cuadro 69)

**Cuadro 69 Inversión de equipos de oficina**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Vr \$ Unidad</b>	<b>Valor Total \$</b>
1	Computador Pentium DTK con impresora, estabilizador y accesorios	2.500.000	2.500.000
1	Equipo de sonido Philips	450.000	450.000
1	Televisor 29 pds Panasonic	599.000	599.000
4	Ventiladores de techo Imusa	35.000	140.000
2	Teléfonos teclado Intelsa	50.000	100.000
2	Sumadoras Casio	125.000	250.000
1	FAX panasonic	350.000	350.000
1	Caja registradora ref. 2170 Casio	600.000	600.000
<b>Total</b>			<b>4.989.000</b>

Fuente: Cotizaciones

- **Utensilios.** Se prevé todo los implementos, herramientas, utensilios, y accesorios necesarios para prestar los servicios de caminatas, alquiler de carpas para camping, cabañas y el servicio de restaurante. (Véase cuadros 70,71,72)

**Cuadro 70 Utensilios para el servicio de camping**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Vr \$ Unidad</b>	<b>Valor Total \$</b>
5	Carpas para camping	160.000	800.000
5	Carpas para camping	120.000	600.000
5	Carpas para camping	90.000	450.000
20	Señalización de senderos	20.000	400.000
<b>Total</b>			<b>2.250.000</b>

Fuente: Cotizaciones

**Cuadro 71 Utensilios para el servicio de cabañas**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Vr \$ Unidad</b>	<b>Valor Total \$</b>
1	Cama doble	350.000	350.000
2	Cama sencillas	150.000	300.000
1	Colchón doble	334.000	334.000
2	Colchón sencillo	220.000	440.000
3	Juego de sabana doble	25.000	75.000
3	Juegos de sábanas sencilla	21.000	63.000
3	Almohadas	12.000	36.000
<b>Total</b>			<b>1.598.000</b>

Fuente: Cotizaciones

**Cuadro 72 Utensilios para el servicio de restaurante**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Vr \$ Unidad</b>	<b>Valor Total \$</b>
50	Pocillo Te 689	4.700	235.000
50	Plato Te 689	3.500	175.000
50	Plato Tortero 689	4.700	235.000
50	Plato fondo 235-689	6.500	325.000
50	Plato Pando 689- 26 CMS	7.800	390.000
50	Bandeja 689	13.000	650.000
50	Bandeja Nevada	9.000	450.000
50	Plato Hondo 689	6.000	300.000
50	Taza s/asa 689	5.000	250.000
50	Taza s/asa 689	5.000	250.000
50	Trío de Cubiertos 1958	6.750	337.500
50	Trío de Cubiertos 300	4.575	228.750
2	Vasos PL.24 caja x 48 Uds.	45.000	90.000
3	Juego Calderos 34-36-38-40x40	186.000	558.000
10	Jarra Plástica 4 litros PH	7.800	78.000
6	Refractaria Pirex 4 lts.	5.800	34.800
3	Molde Ref. 50	29.000	87.000
3	Rallador Acero Inoxidable	6.500	19.500
2	Cuchillos Tram 6" CT/plástico	11.400	22.800
2	Cuchillos Tram 8" CT/plástico	17.100	34.200
2	Cuchillos Tram 10" CT/plástico	23.750	47.500
2	Tabla picar grande	10.000	20.000
2	Escurreidor fritos	16.000	32.000
2	Tanque Basura 100 lts.	23.000	46.000
2	Caldero Arroz 50 CMS.	80.000	160.000
2	Sartén 30 CMS. Imusa	18.500	37.000
2	Juego de Ollas Mediana	90.000	180.000
3	Olla presión 4 Litros	120.000	360.000
3	Juego de ollas Grande	150.000	450.000
3	Plancha asadora doble	33.000	99.000
<b>Total</b>			<b>6.182.050</b>

Fuente: Cotizaciones

- **Total inversión fija.** Para el montaje y puesta en marcha de la empresa cooperativa ecoturística para el Cañón del Chicamocha, se requiere un monto total de \$60.580.050, en activos fijos, equivalente a la compra y adquisición de terrenos, construcciones y adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres, equipos de oficina y utensilios varios. (Véase cuadro 73)

**Cuadro 73 Total inversión fija**

<b>Concepto</b>	<b>Valor total \$</b>
Terreno	5.000.000
Construcciones	18.000.000
Maquinaria y equipos	16.798.000
Muebles y enseres	5.763.000
Equipo de oficina	4.989.000
Útiles de cocina	6.182.050
Útiles de camping	2.250.000
Útiles de cabaña	1.598.000
<b>Total</b>	<b>60.580.050</b>

**5.1.2 Inversión diferida.** La inversión diferida se refiere a aquellos gastos intangibles necesarios en la etapa preoperativa de creación y montaje del proyecto, como la constitución y legalización de la empresa, estudios de factibilidad, derechos notariales y registro, licencias de funcionamientos, capacitación, publicidad de lanzamiento, adecuaciones, entre otros. (Véase cuadro 74)

**Cuadro 74 Inversión Diferida**

<b>Activo</b>	<b>Valor total \$</b>
Estudio de factibilidad	1.500.000
Derechos notariales	280.000
Estudio de nombre y registros	180.000
Licencia de funcionamiento	120.000
Publicidad de lanzamiento	2.710.000
Capacitación	2.000.000
Adecuación	2.500.000
<b>Total</b>	<b>9.290.000</b>

Fuente: Cotizaciones

**5.1.3 Inversión de Capital de Trabajo.** La inversión de capital de trabajo es aquella que se requiere para cubrir los costos y gastos durante un período de tiempo suficiente hasta que el proyecto esté en capacidad de continuar funcionando con sus propios recursos. De esta forma, teniendo en cuenta la proyección de ingresos por ventas, se consideran un mes como un tiempo prudencial para que el proyecto cuente con una liquidez suficiente para su funcionamiento independiente. Durante este mes el proyecto asumirá sus costos del servicio, los gastos de administración y ventas, descontados aquellos valores que aún no generan salida de dinero como son las depreciaciones, la amortización de diferidos, y las prestaciones sociales.

▪ **Costos del servicio.** Hace parte de los costos de servicios, lo referentes a materias primas, mano de obra directa y los costos indirectos del servicio

- **Materias primas.** Hace parte de materias primas, lo referente a la prestación del servicio de restaurante principalmente. (Véase cuadro 75)

**Cuadro 75 Costo de materias primas**

Concepto	Valor \$/año	Valor \$/mes
Carne asada	19.431.360	1.619.280
Cabro	10.464.480	872.040
Pollo a la plancha	17.372.160	1.447.680
Sancocho de gallina	10.263.240	855.270
Picada de carnes	8.193.120	682.760
Caldo con huevo	10.982.400	915.200
Caldo de carne	5.740.800	478.400
Desayunos corrientes	9.984.000	832.000
<b>Total</b>	<b>92.431.560</b>	<b>7.702.630</b>

- **Mano de obra directa.** Se relaciona en éste ítem, los costos que incurrirá la empresa en la contratación del personal requerido para prestar los servicios de caminatas ecológicas, camping, cabañas y principalmente el servicio de restaurante. (Véase cuadros 76 y 77)

**Cuadro 76 Mano de obra directa**

Concepto	Ecoguías (6 Personas)	
Sueldo básico	657.000	3.942.000
Subsidio de transporte	55.000	330.000
Prima 8,33%	54.728	328.369
Vacaciones 4,17%	27.397	164.381
Cesantías 8,33%	54.728	328.369
Intereses cesantías 1%	547	3.284
Caja de Compensación Familiar 4%	26.280	157.680
I.C.B.F. 3%	19.710	118.260
SENA 2%	13.140	78.840
Salud 8.5%	55.845	335.070
Pensión 12%	78.840	473.040
Riesgos Profesionales 0,346%	2.273	13.639
Dotación 7%	45.990	275.940
<b>Total mes</b>	<b>1.091.479</b>	<b>6.548.872</b>
<b>Total año</b>	<b>13.097.743</b>	<b>78.586.459</b>

**Cuadro 77 Mano de obra directa para el servicio de restaurante**

<b>Concepto</b>	<b>Cocinero</b>	<b>Auxiliar de cocina</b>	<b>Mesero</b>
Sueldo básico	800.000	461.500	461.500
Subsidio de transporte	55.000	55.000	55.000
Prima 8,33%	66.640	38.443	38.443
Vacaciones 4,17%	33.360	19.245	19.245
Cesantías 8,33%	66.640	38.443	38.443
Intereses cesantías 1%	666	384	384
Caja de Compensación Familiar 4%	32.000	18.460	18.460
I.C.B.F. 3%	24.000	13.845	13.845
SENA 2%	16.000	9.230	9.230
Salud 8.5%	68.000	39.228	39.228
Pensión 12%	96.000	55.380	55.380
Riesgos Profesionales 0,346%	2.768	1.597	1.597
Dotación 7%	56.000	32.305	32.305
<b>Total mes</b>	<b>1.317.074</b>	<b>783.059</b>	<b>783.059</b>
<b>Total año</b>	<b>15.804.893</b>	<b>9.396.710</b>	<b>9.396.710</b>
<b>Total</b>	<b>34.598.313</b>		

- **Costos indirectos del servicio.** Para estimar el monto de costos indirectos para prestación de los servicios, ese tomaron en cuenta lo referente a la mano de obra indirecta, los insumos, la depreciación de maquinaria y equipos y utensilios, mantenimiento, equivalente al 5 % de los activos y seguros tomó como base de prima al año del 1% de los mismos. (Véase cuadro 78)

**Cuadro 78 Costos indirectos del servicio**

<b>Concepto</b>	<b>Valor \$mes</b>	<b>Valor \$año</b>
Mano de obra indirecta	1.507.593	18.091.116
Insumo	277.500	3.330.000
Depreciación M y E	307.151	3.685.810
Mantenimiento M y E	111.784	1.341.403
Otros cif(seguro M y E)	22.357	268.281
<b>Total CIF</b>	<b>2.226.384</b>	<b>26.716.609</b>

- **Total costos del servicio.** En resumen el monto total requerido para costos del servicio es de \$ 19.324.794 mensual, distribuido en materias primas, mano de obra directa y CIF. (Véase cuadro 79)

**Cuadro 79 Costos totales del servicio**

Concepto	Costo / año	Costo \$/mes
Materias primas	92.431.560	7.702.630
Mano de Obra Directa	113.184.772	9.432.064
Cif	26.716.609	2.226.384
<b>Total</b>	<b>232.332.941</b>	<b>19.361.078</b>

- **Gastos de administración y de ventas.** Hace parte de los gastos de administración y de ventas el monto requerido para cubrir lo referente a pagar la nómina administrativa, aprovisionar lo referente a depreciación de muebles y enseres, equipo de oficina y amortización de diferidos y los gastos generales. (Véase cuadros 80 a 83)

**Cuadro 80 Nómina administrativa**

Concepto	Gerente	Secretaria
Sueldo básico	1.200.000	657.000
Subsidio de transporte		55.000
Prima 8,33%	99.960	54.728
Vacaciones 4,17%	50.040	27.397
Cesantías 8,33%	99.960	54.728
Intereses cesantías 1%	1.000	547
Caja de Compensación Familiar 4%	48.000	26.280
I.C.B.F. 3%	36.000	19.710
SENA 2%	24.000	13.140
Salud 8.5%	102.000	55.845
Pensión 12%	144.000	78.840
Riesgos Profesionales 0,346%	4.152	2.273
Dotación 7%		45.990
<b>Total mes</b>	<b>1.809.112</b>	<b>1.091.479</b>
<b>Total año</b>	<b>21.709.339</b>	<b>13.097.743</b>
Total		34.807.082

**Cuadro 81 Depreciación de muebles y enseres, construcción y equipo de oficina**

Activo	Valor del activo	Años despreciables	Depreciación año	Depreciación mes	Valor de salvamento
Construcciones	18.000.000	20	900.000	75.000	13.500.000
Muebles y enseres	5.763.000	10	576.300	48.025	2.881.500
Equipo de oficina	4.989.000	5	997.800	83.150	-
<b>TOTAL</b>	<b>28.752.000</b>		<b>2.474.100</b>	<b>206.175</b>	<b>16.381.500</b>

**Cuadro 82 Amortización de diferidos**

Activo	Valor del activo	Años Amortizables	Amortización año	Amortización mes
Diferidos	9.290.000	5	1.858.000	154.833
<b>TOTAL</b>	<b>9.290.000</b>		<b>1.858.000</b>	<b>154.833</b>

**Cuadro 83 Gastos generales**

Concepto	Valor \$/mes	Valor \$/Año
Honorarios revisor fiscal	500.000	6.000.000
Honorarios del contador	300.000	3.600.000
Transporte	300.000	3.600.000
Servicios públicos	300.000	3.600.000
Publicidad	540.000	6.480.000
Arriendo	300.000	3.600.000
Mantenimiento	119.800	1.437.600
Seguros M y En y Equipos	287.520	3.450.240
Papelería	200.000	2.400.000
Aseo y desinfección	150.000	1.800.000
Cafetería y varios	50.000	600.000
Gastos varios	120.000	1.440.000
<b>Total</b>	<b>3.167.320</b>	<b>38.007.840</b>

**Cuadro 84 Total gastos de administración y ventas**

Concepto	Valor año	Valor \$/mes
Nómina	34.807.082	2.900.590
Depreciación	2.474.100	206.175
Diferidos	1.858.000	154.833
Gastos Generales	38.007.840	3.167.320
<b>Total</b>	<b>77.147.022</b>	<b>6.428.919</b>

**Cuadro 85 Resumen de capital de trabajo.**

Costo y gastos	Valor mes \$
Costos del servicio	18.484.458
Gastos administrativos y de ventas	5.679.550
Gastos financieros	
<b>Total</b>	<b>24.164.009</b>

**5.1.4. Inversión total.** El monto total requerido para la futura puesta en marcha o montaje de la cooperativa de trabajo asociado especializada en ecoturismo ecológico es de \$94.034.059, distribuido en inversión fija \$60.580.050, inversión diferida por \$9.290.000 y en capital de trabajo por \$24.164.009.

**Cuadro 86 Inversión total**

Inversión	Valor total \$
Inversión fija	60.580.050
Inversión diferida	9.290.000
Capital de trabajo	24.164.009
<b>Total</b>	<b>94.034.059</b>

**5.1.5 Fuentes de Financiamiento.** El proyecto en su totalidad será financiado por sus asociados, donde se expedirán certificados de aportación de igual valor nominal de acuerdo al número de los mismos. Además se pasará la propuesta a los diferentes organismos de emprendimiento, para gestionar recursos de financiación y cofinanciación que apoyan al sector turístico y cooperativo del orden Nacional, Departamental y Local

## 5.2 COSTOS

**5.2.1 Costos Fijos.** Los costos fijos constituyen todos aquellos egresos que no dependen del nivel de producción o ventas del proyecto, esto quiere decir que si el

proyecto produce o no produce, estos costos se deben asumir y cancelar. (Véase cuadro 87, 88)

**Cuadro 87 Costos Fijos de los servicio de caminatas, camping y cabañas**

Costos fijos	Caminatas	Camping	Cabañas
	Mano de obra indirecta	7.055.535	3.618.223
Depreciación del servicio	1.437.466	737.162	36.858
Mantenimiento del servicio	523.147	268.281	13.414
Seguros	104.629	53.656	2.683
Nómina administrativa	13.574.762	6.961.416	348.071
Depreciación administrativa	964.899	494.820	24.741
Amortización	724.620	371.600	18.580
Gastos generales	14.823.058	7.601.568	380.078
Total costos fijos	39.208.116	20.106.726	1.005.336

**Cuadro 88 Costos Fijos por el servicio de restaurante**

Costos fijos	Restaurante							
	Carne asada	Cabro	Pollo a la plancha	Sancocho de gallina	Picadas de carnes	Calco con huevo	Caldo de carne	Desayunos
Mano de obra indirecta	904.556	904.556	904.556	904.556	904.556	904.556	904.556	904.556
Depreciación del servicio	184.291	184.291	184.291	184.291	184.291	184.291	184.291	184.291
Mantenimiento del servicio	67.070	67.070	67.070	67.070	67.070	67.070	67.070	67.070
Seguros	13.414	13.414	13.414	13.414	13.414	13.414	13.414	13.414
Nómina administrativa	1.740.354	1.740.354	1.740.354	1.740.354	1.740.354	1.740.354	1.740.354	1.740.354
Depreciación administrativa	123.705	123.705	123.705	123.705	123.705	123.705	123.705	123.705
Amortización	92.900	92.900	92.900	92.900	92.900	92.900	92.900	92.900
Gastos generales	1.900.392	1.900.392	1.900.392	1.900.392	1.900.392	1.900.392	1.900.392	1.900.392
Total costos fijos	5.026.682	5.026.682	5.026.682	5.026.682	5.026.682	5.026.682	5.026.682	5.026.682

**5.2.2 Costos Variables.** Los costos variables son aquellos directamente relacionados con el proceso del servicio del proyecto y su cálculo se realiza por unidades consumidas para el producto o servicio. (Véase cuadros 89 y 90)

**Cuadro 89 Costos variables de los servicio de caminatas, camping y cabañas**

Costo variable	Caminatas	Camping	Cabañas
	Materias primas	-	
Mano de obra directa	52.390.973	19.646.615	6.548.872
Insumos	1.541.391	578.021	192.674
Total	53.932.363	20.224.636	6.741.545

**Cuadro 90 Costos variables del servicio de restaurante**

Costo variable	Restaurante							
	Carne asada	Cabro	Pollo a la plancha	Sancocho de gallina	Picadas de carnes	Caldo con huevo	Caldo de carne	Desayunos
Materias primas	19.431.360	10.464.480	17.372.160	10.263.240	8.193.120	10.982.400	5.740.800	9.984.000
Mano de obra directa	7.273.406	3.916.988	6.502.621	3.841.662	3.066.789	4.110.853	2.148.855	3.737.139
Insumos	213.990	115.241	191.313	113.025	90.228	120.945	63.221	109.950
Total	26.918.756	14.496.710	24.066.094	14.217.927	11.350.137	15.214.198	7.952.876	13.831.089

**5.2.3 Costo total unitario.** De acuerdo a cada servicio se calcula el costo unitario. (Véase cuadros 91 y 92)

**Cuadro 91 Costo total unitario de los servicios de caminatas, camping y cabañas**

Costo total	Caminatas	Camping	Cabañas
	Costo fijo	39.208.116	20.106.726
Costo variable	53.932.363	20.224.636	6.741.545
Costo total	93.140.480	40.331.363	7.746.882
# Unidades	14.040	6.357	78
Costo Unitario	6.634	6.344	99.319

**Cuadro 92 Costo total unitario del servicio de restaurante**

Costo total	Restaurante							
	Carne asada	Cabro	Pollo a la plancha	Sancocho de gallina	Picadas de carnes	Caldo con huevo	Caldo de carne	Desayunos
Costo fijo	5.026.682	5.026.682	5.026.682	5.026.682	5.026.682	5.026.682	5.026.682	5.026.682
Costo variable	26.918.756	14.496.710	24.066.094	14.217.927	11.350.137	15.214.198	7.952.876	13.831.089
Costo total	31.945.438	19.523.391	29.092.776	19.244.609	16.376.819	20.240.879	12.979.558	18.857.770
# Unidades	3.744	1.872	3.744	1.872	1.248	4.992	2.496	4.992
Costo Unitario	8.532	10.429	7.771	10.280	13.122	4.055	5.200	3.778

**5.2.4 Precio de venta.** De acuerdo con los costos y gastos directo incurridos en cada uno de los servicios a ofrecer se calcula el precio de acuerdo a sus costos totales unitarios más un margen de ganancia mínimo del 10%.(Véase cuadros 93 y 94)

**Cuadro 93 Precio de venta de los servicios de caminatas, camping y cabañas**

Costo total	Caminatas	Camping	Cabañas
Costo fijo	39.208.116	20.106.726	1.005.336
Costo variable	53.932.363	20.224.636	6.741.545
Costo total	93.140.480	40.331.363	7.746.882
# Unidades	14.040	6.357	78
Costo Unitario	6.634	6.344	99.319
Precio de venta	7.371	7.049	110.354
Ingresos	103.489.422	44.812.625	8.607.646

**Cuadro 94 Precio de venta del servicio de restaurante**

Costo total	Restaurante							
	Carne asada	Cabro	Pollo a la plancha	Sancocho de gallina	Picadas de carnes	Caldo con huevo	Caldo de carne	Desayunos
Costo fijo	5.026.682	5.026.682	5.026.682	5.026.682	5.026.682	5.026.682	5.026.682	5.026.682
Costo variable	26.918.756	14.496.710	24.066.094	14.217.927	11.350.137	15.214.198	7.952.876	13.831.089
Costo total	31.945.438	19.523.391	29.092.776	19.244.609	16.376.819	20.240.879	12.979.558	18.857.770
# Unidades	3.744	1.872	3.744	1.872	1.248	4.992	2.496	4.992
Costo Unitario	8.532	10.429	7.771	10.280	13.122	4.055	5.200	3.778
Precio de venta	9.480	11.588	8.634	11.422	14.581	4.505	5.778	4.197
Ingresos	35.494.931	21.692.657	32.325.307	21.382.898	18.196.465	22.489.866	14.421.731	20.953.078

**5.2.5 Punto de equilibrio.** El punto de equilibrio es el nivel de producción de bienes y servicios en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y variables.

En el punto de equilibrio se quiere resaltar su importancia dentro del estudio del proyecto, en el manejo de los egresos de operación, para sacar conclusiones que faciliten la toma de decisiones, en relación con el manejo financiero

Para calcular el punto de equilibrio por servicio, se determinara mediante la siguiente formula:

$$P.E(Qs) = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable unitario}}$$

De acuerdo con la formula anterior se calculo el punto de equilibrio en unidades, es así, que para el servicio de caminatas ecológicas, se alcanza el punto muerto vendiendo paquetes que atiendan un total de 11.108 personas; para el caso de camping, se alcanza en 5198 días, dependiendo de el numero de carpas alquiladas por el numero, de días, cabañas en 42 días y así sucesivamente para el servicio de restaurante. (Véase cuadro 95)

**Cuadro 95 Punto de equilibrio por tipo de servicio en unidades**

Servicio	Costo fijo	Precio de venta	Costo variable unitario	Unidades P.E	Unidad
Caminatas	39.208.116	7.371	3.841	11.108	Personas
Camping	20.106.726	7.049	3.181	5.198	Días
Cabañas	1.005.336	110.354	86.430	42	Días
Carne asada	5.026.682	9.480	7.190	2.194	Platos
Cabro	5.026.682	11.588	7.744	1.308	Platos
Pollo a la plancha	5.026.682	8.634	6.428	2.279	Platos
Sancocho de gallina	5.026.682	11.422	7.595	1.313	Platos
Picadas de carnes	5.026.682	14.581	9.095	916	Platos
Caldo con huevo	5.026.682	4.505	3.048	3.449	Platos
Caldo de carne	5.026.682	5.778	3.186	1.940	Platos
Desayunos	5.026.682	4.197	2.771	3.523	Platos

### 5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS A 5 AÑOS

Para la proyección de ingresos y gastos, se hará bajo el criterio de trabajarán con pesos constantes, es decir, que solo se tomará en cuenta el incremento por capacidad y los precios de venta y de costos y gastos permanecerán iguales durante los 5 años de vida útil del proyecto periodo de evaluación del mismo. (Véase cuadros 96 al 98)

### 5.3.1. Presupuestos de ingresos

**Cuadro 96 Presupuesto de ingresos a 5 años**

Producto o servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caminatas ecológicas	103.489.422	120.737.659	137.985.896	155.234.133	172.482.370
Camping	44.812.625	49.293.888	54.223.276	59.645.604	65.610.164
Cabañas	8.607.646	9.468.411	10.415.252	11.456.777	12.602.455
Restaurante	186.956.933	205.652.626	226.217.889	248.839.678	273.723.645
Total ingresos \$	343.866.626	385.152.584	428.842.313	475.176.192	524.418.635

### 5.3.2. Presupuesto de egresos.

**Cuadro 97 Presupuesto de costos del servicio a 5 años**

Concepto	Costo / año 1	Costo / año 2	Costo / año 3	Costo / año 4	Costo / año 5
Materias primas	92.431.560	101.674.716	111.842.188	123.026.406	135.329.047
Mano de Obra Directa	113.184.772	113.184.772	113.184.772	113.184.772	113.184.772
Cif	26.716.609	27.157.923	27.607.470	28.091.472	28.585.279
Total	232.332.941	242.017.411	252.634.430	264.302.651	277.099.098

**Cuadro 98 Presupuesto de gastos de administración y de ventas a 5 años**

Concepto	Valor año 1	Valor año 2	Valor año 3	Valor año 4	Valor año 5
Nómina	34.807.082	34.807.082	34.807.082	34.807.082	34.807.082
Depreciación	2.474.100	2.474.100	2.474.100	2.474.100	2.474.100
Diferidos	1.858.000	1.858.000	1.858.000	1.858.000	1.858.000
Gastos Generales	38.007.840	38.007.840	38.007.840	38.007.840	38.007.840
Total	77.147.022	77.147.022	77.147.022	77.147.022	77.147.022

## 5.4. ESTADOS DE RESULTADOS

Permite ver la utilidad obtenida por la empresa durante los cinco años proyectados. El estado de resultados sirve de base para la elaboración del balance general y para el cálculo de las razones financieras de rentabilidad (Véase cuadro 99)

**Cuadro 99 Estado de resultados proyectado a 5 años**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>					
Ingresos por ventas	343.866.626	385.152.584	428.842.313	475.176.192	524.418.635
<b>Tota Ingresos</b>	<b>343.866.626</b>	<b>385.152.584</b>	<b>428.842.313</b>	<b>475.176.192</b>	<b>524.418.635</b>
Costo del servicio	232.332.941	242.017.411	252.634.430	264.302.651	277.099.098
<b>Excedente marginal</b>	<b>111.533.685</b>	<b>143.135.172</b>	<b>176.207.883</b>	<b>210.873.541</b>	<b>247.319.536</b>
Gastos de administración	77.147.022	77.147.022	77.147.022	77.147.022	77.147.022
Gastos Financieros					
<b>Excedente antes de impuestos</b>	<b>34.386.663</b>	<b>65.988.150</b>	<b>99.060.861</b>	<b>133.726.519</b>	<b>170.172.514</b>
Impuesto IVA 16%	55.018.660	61.624.413	68.614.770	76.028.191	83.906.982
<b>Excedentes netos</b>	<b>20.631.998</b>	<b>4.363.737</b>	<b>30.446.091</b>	<b>57.698.328</b>	<b>86.265.533</b>
Reserva protección de aporte 20%		872.747	6.089.218	11.539.666	17.253.107
Reserva Fondo de educación 20%		872.747	6.089.218	11.539.666	17.253.107
Reserva Fondo de solidaridad 10%		436.374	3.044.609	5.769.833	8.626.553
<b>Excedentes por distribuir</b>	<b>20.631.998</b>	<b>2.181.868</b>	<b>15.223.045</b>	<b>28.849.164</b>	<b>43.132.766</b>

**5.5. FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS**

Es la herramienta que presenta las entradas y salidas de efectivo en un período de tiempo determinado, sirve como referencia para la elaboración del balance general proyectado y es utilizados para el cálculo de las variables de evaluación financiera como el VPN y TIR (Véase cuadro 100)

**5.6. BALANCE GENERAL (PRIMER AÑO).**

Este informa en una fecha determinada la situación financiera de la empresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital. (Véase cuadro 101)

### Cuadro 100 Flujo de caja proyectado a 5 años

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Entradas</b>						
Efectivo						
Ingresos por ventas	-	343.866.626	385.152.584	428.842.313	475.176.192	524.418.635
Certificados de aportación	94.034.059					
Crédito	-					
<b>Total de Entradas</b>	<b>94.034.059</b>	<b>343.866.626</b>	<b>385.152.584</b>	<b>428.842.313</b>	<b>475.176.192</b>	<b>524.418.635</b>
<b>Salidas</b>						
Terreno	5.000.000					
Construcciones	18.000.000					
Maquinaria y equipos	16.798.000					
Muebles y enseres	5.763.000					
Equipo de oficina	4.989.000					
Útiles de cocina	6.182.050					
Útiles de camping	2.250.000					
Útiles de cabaña	1.598.000					
Total activos fijos	60.580.050					
Diferidos	9.290.000					
Costo de producción		232.332.941	242.017.411	252.634.430	264.302.651	277.099.098
Gastos de administración		77.147.022	77.147.022	77.147.022	77.147.022	77.147.022
Impuesto IVA 16%		55.018.660	61.624.413	68.614.770	76.028.191	83.906.982
Reserva protección de aporte 20%		-	872.747	6.089.218	11.539.666	17.253.107
Reserva Fondo de educación 20%		-	872.747	6.089.218	11.539.666	17.253.107
Reserva Fondo de solidaridad 10%		-	436.374	3.044.609	5.769.833	8.626.553
<b>Total salidas</b>	<b>69.870.050</b>	<b>364.498.624</b>	<b>382.970.715</b>	<b>413.619.268</b>	<b>446.327.028</b>	<b>481.285.868</b>
<b>Saldo (Entradas - salidas)</b>	<b>24.164.009</b>	<b>- 20.631.998</b>	<b>2.181.868</b>	<b>15.223.045</b>	<b>28.849.164</b>	<b>43.132.766</b>
Más depreciación		6.159.910	6.159.910	6.159.910	6.159.910	6.159.910
Más Amortización diferidos		1.858.000	1.858.000	1.858.000	1.858.000	1.858.000
Reserva protección de aporte 20%		-	872.747	6.089.218	11.539.666	17.253.107
Reserva Fondo de educación 20%		-	872.747	6.089.218	11.539.666	17.253.107
Reserva Fondo de solidaridad 10%		-	436.374	3.044.609	5.769.833	8.626.553
Menos pago a Principal						
<b>Total excedentes netos</b>	<b>24.164.009</b>	<b>- 12.614.088</b>	<b>12.381.647</b>	<b>38.464.001</b>	<b>65.716.238</b>	<b>94.283.443</b>
Recuperación de inversión						94.034.059
Inversión residual de activos						24.780.500
<b>Total flujo neto</b>		<b>- 12.614.088</b>	<b>12.381.647</b>	<b>38.464.001</b>	<b>65.716.238</b>	<b>213.098.001</b>
Saldo Inicial		24.164.009	11.549.921	23.931.568	62.395.569	128.111.807
<b>Saldo Final</b>	<b>24.164.009</b>	<b>11.549.921</b>	<b>23.931.568</b>	<b>62.395.569</b>	<b>128.111.807</b>	<b>222.395.249</b>

**Cuadro 101 Balance general inicial y primer año**

<b>Concepto</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>
<b>ACTIVOS</b>		
<b>Activo corriente</b>		
Caja y Bancos	24.164.009	11.549.921
<b>Total activo corriente</b>	<b>24.164.009</b>	<b>11.549.921</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>		
Terreno	5.000.000	5.000.000
Construcciones	18.000.000	18.000.000
Maquinaria y equipos	16.798.000	16.798.000
Muebles y enseres	5.763.000	5.763.000
Equipo de oficina	4.989.000	4.989.000
Útiles de cocina	6.182.050	6.182.050
Útiles de camping	2.250.000	2.250.000
Útiles de cabaña	1.598.000	1.598.000
<b>Sub- Total activo fijo</b>	<b>60.580.050</b>	<b>60.580.050</b>
Menos Dep. Acumulada.		6.159.910
<b>Total activo fijo</b>	<b>60.580.050</b>	<b>54.420.140</b>
Diferidos	9.290.000	9.290.000
Menos Amortización diferida acumulada.		1.858.000
<b>Total Activos diferidos</b>	<b>9.290.000</b>	<b>7.432.000</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>94.034.059</b>	<b>73.402.061</b>
<b>PASIVOS</b>		
<b>PASIVO CORRIENTE</b>		
Obligaciones a corto plazo	-	-
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Pasivo no corriente</b>		
Obligaciones a largo plazo		
<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Patrimonio</b>		
Aporte de socios	94.034.059	94.034.059
Reserva protección de aporte 20%		-
Reserva Fondo de educación 20%		-
Reserva Fondo de solidaridad 10%		-
Utilidades del ejercicio		- 20.631.998
Utilidades del ejercicio anteriores		
<b>PATRIMONIO</b>	<b>94.034.059</b>	<b>73.402.061</b>
<b>Total (Pasivo+Patrimonio)</b>	<b>94.034.059</b>	<b>73.402.061</b>

## 6 EVALUACION DEL PROYECTO

### 6.1 IMPACTO SOCIAL

Tradicionalmente se ha considerado que los estudios de factibilidad y planes de negocio se realizan con el fin de analizar la viabilidad netamente económica de un proyecto de inversión, no obstante, en los últimos años se ha comenzado a entender la necesidad de evaluar los proyectos también desde sus aspectos ambiental y social. De esta forma, se comprende que una evaluación objetiva de un proyecto de inversión involucra el análisis de las tres variables (económica, social y ambiental) como condición para medir el éxito del proyecto, así como para conocer como el equilibrio entre ellas genera efectos sinérgicos que enriquecen el proyecto, en cuanto a su pertinencia para la región, los inversionistas y los consumidores.

El problema de investigación que plantea el proyecto apunta hacia la necesidad de generar fuentes de empleo e ingresos para la población joven que habita en la parte baja de la cuenca del río Chicamocha, evitando su migración hacia los grandes centros urbanos. Por otra parte, el proyecto reconoce la riqueza natural y cultural del ecosistema y llama la atención sobre la necesidad de su conservación. Estos aspectos dan un gran valor a los componentes social y ambiental del proyecto, buscando primordialmente el planteamiento de una propuesta que mejore la calidad de vida de los jóvenes y no simplemente una empresa que busque el enriquecimiento de un grupo de inversionistas en particular.

**6.1.1 Generación de Empleo.** El proyecto genera doce empleos directos, de los cuales, hacen parte de la nómina de la Cooperativa de Trabajo Asociado Coopchicamocha: Gerente, Coordinador Operativo, Secretaria, Cocinero, Auxiliar de Cocina y Mesero. El cargo de Gerente es el único que será ocupado por una persona externa a la Cooperativa y a la zona de estudio, debido al grado de responsabilidad, la complejidad de sus funciones y los conocimientos previos necesarios. Los otros seis empleos los constituyen los ecoguías que dentro de la nómina se toman como mano de obra directa.

**6.1.2 Generación de Tributos.** Como se explicó anteriormente, las Cooperativas de Trabajo Asociado se encuentran exentas del Impuesto de Renta y Complementarios, sin embargo, el proyecto genera una alta suma de recursos por concepto de IVA (Impuesto a las ventas o al valor agregado) que lógicamente se cancelan al Estado Colombiano y se destinan a la redistribución a través de la inversión social en las regiones. Esto quiere decir que la Cooperativa en sus cinco años de proyección cancelará \$55.018.660, por concepto de IVA.

**6.1.3 Generación de Competencias.** Otro aspecto importante en la evaluación social del proyecto se refiere a las competencias que los jóvenes asociados alcanzarán en los procesos de formación; por un lado, se desarrollarán conocimientos y habilidades en gestión empresarial suficientes para el manejo administrativo del proyecto, y por otra parte, los jóvenes comprenderán la necesidad de conservar el ecosistema del Cañón del Chicamocha y que su uso sostenible garantizará la generación de empleo y el mejoramiento de su calidad de vida.

Por último, un indicador relevante en la evaluación social de proyectos es la cohesión social, entendida ésta como el grado de asociatividad y de construcción del tejido social que alcanza una comunidad como resultado de las acciones de intervención y el acompañamiento de las instituciones. En este sentido, la conformación de la Cooperativa de Trabajo Asociado, los procesos de formación internos y la creación del proyecto productivo, propenderán por un empoderamiento de la comunidad frente a sus procesos de desarrollo local y de búsqueda de la satisfacción de sus necesidades.

## **6.2 IMPACTO AMBIENTAL**

El decreto 1220 de 2005 reglamenta el tema relacionado con las licencias ambientales en Colombia. Todo proyecto, obra o actividad que conforme a la ley y los reglamentos, pueda producir deterioro grave a los recursos naturales renovables o al medio ambiente, debe corregir, mitigar, compensar y manejar los efectos ambientales del proyecto<sup>20</sup>. Según la revisión realizada al listado de actividades que requieren licencia ambiental en Colombia, los proyectos de ecoturismo no requieren licencia ambiental para su montaje, no obstante, aquellos proyectos de ecoturismo que involucren obras civiles o grandes construcciones, deben adelantar un estudio de impacto ambiental y tramitar la licencia ante las Corporaciones Autónomas Regionales, el Ministerio de Ambiente o los municipios con más de Un millón de habitantes.

Teniendo en cuenta el bajo impacto ambiental que generan los proyectos ecoturísticos y en muchos casos un impacto altamente positivo por la conservación de las especies animales y vegetales, el Ministerio de Ambiente, Vivienda y desarrollo Territorial publicó la Resolución 0118 de 2005, en la que exime de Impuesto de Renta y Complementarios a los servicios ecoturísticos, esta condición favorece enormemente la factibilidad de este tipo proyectos y lógicamente permite una mayor rentabilidad por el aumento en los ingresos netos.

La ruta ecoturística es un proyecto fundamentalmente de contemplación y observación, en este sentido, el proyecto no involucra actividades que generen impacto sobre los recursos naturales de la zona, no hay presencia de maquinaria y

---

<sup>20</sup> Decreto 1220 de 2005.

equipos especializados para el movimiento de suelos, producción de material particulado o emisiones que puedan afectar al ecosistema y las comunidades.

La únicas actividades donde hay un contacto real con los recursos naturales de la zona, son las salidas de campo guiadas, donde se mantendrá una actitud de no intervención frente a los procesos biológicos y un cuidado especial en el manejo de los residuos generados, que durante el recorrido serán responsabilidad del visitante. De esta forma, el ecoguía debe realizar las advertencias acerca del manejo de los residuos durante el recorrido, y al final, encargarse de la disposición de éstos en un área especial para residuos orgánicos e inorgánicos. De igual forma, dada la vulnerabilidad del ecosistema del cañón del Chicamocha, estará totalmente prohibida la toma cualquier tipo de muestra de las especies fauna y flora silvestre.

### **6.3 EVALUACION FINANCIERA**

La evaluación financiera del proyecto está dividida en dos partes; la primera es la evaluación económica del proyecto, que está enfocada al análisis financiero del flujo de fondos del proyecto a través de cuatro indicadores; el valor presente neto VPN, el período de recuperación de la inversión PRI, y la tasa interna de retorno TIR. La segunda parte es el análisis financiero a través de razones contables, que consiste en la aplicación de fórmulas contables a los estados financieros del proyecto (Balance general y Estado de resultados).

**6.3.1 Valor Presente Neto.** Es la verdadera utilidad marginal del capital que resulta de la suma de los excedentes netos actualizados menos la inversión actualizada a pesos de hoy.

El valor presente será la diferencia entre ingresos y egresos situada en el presente. Es una diferencia positiva o negativa adicional a la que recibiría en los otros proyectos que normalmente se le presentaban al inversionista (Bancos)

Para el cálculo del valor presente neto se parte de la base de la TMAR, donde se se tiene la siguiente formula:

$$TMAR = ((1 + FI) \times (1 + TR)) - 1 \times 100$$

Donde:

FI : Inflación de 2.007 fue de 5,69%

TR : Es de 10%, Se tiene

$$\text{TMAR} = ((1,0569) \times (1,10)) - 1 \times 100 = 16,259\%$$

$$\text{TMAR} = ((1,0569) \times (1,10)) - 1 \times 100 = 16,259\%$$

$$\text{TMAR} = (16,259 \times 100) + (1 - 0,33)$$

$$\text{TMAR} = 16,929$$

TMAR deflactada:

$$\text{TMAR} = \frac{(1 + \text{TMAR})}{(1 + \text{TI})} - 1 \times 100 = \frac{1,16929}{1,0569} - 1 \times 100 = 10,63\%$$

El valor presente neto se calcula a partir de los resultados obtenidos año tras año durante la vida útil del proyecto, teniendo en cuenta la inversión inicial en el año base, la tasa mínima aceptable de rendimiento de los inversionistas es del 10,63% anual sin tener en cuenta la inflación por trabajar pesos constantes y los flujos netos actualizados

Las utilidades netas actualizadas, resulta de traer a pesos de hoy los excedentes que resulta de los cinco años de vida del proyecto, para determinar la verdadera utilidad marginal del proyecto (Véase cuadro 102)

**Cuadro 102 Valor presente neto**

Periodo	Inversión	Flujos Netos	Factor de	Flujos Netos	VPN
		Sin Actualizar	Actualización	Actualizados	Actualizados
			(1+i)		
0	94.034.059				- 94.034.059
1		- 12.614.088	0,904	- 11.401.874	- 11.401.874
2		12.381.647	0,817	10.117.043	10.117.043
3		38.464.001	0,739	28.409.511	28.409.511
4		65.716.238	0,668	43.872.161	43.872.161
5		213.098.001	0,603	128.583.334	128.583.334
<b>Total</b>		317.045.799		199.580.175	105.546.117

VPN = Fondos Netos Actualizados - Inversión

$$VPN = \sum (EXN) (1+i)^{-t} - K(1+i)^{-t}$$

$$VPN = \$199.580.175 - \$94.034.059$$

$$\mathbf{VPN = \$105.546.117}$$

El VPN de \$105.546.117, es superior a cero (0), por lo tanto se dice que el proyecto es rentable y conveniente para su ejecución. Valor relativamente alto si se tiene en cuenta que los excedentes netos se reinvierten en el desarrollo mismo del proyecto.

La actualización de los ingresos netos y la inversión se realizó con una tasa de oportunidad del mercado de 10,63 efectivo anual. El proyecto es factible puesto que la diferencia entre los ingresos netos actualizados y la inversión actualizada, es positiva. Realizando proyecciones a cinco años, el proyecto presenta hoy un valor positivo de \$105.546.117

**6.3.2 Tasa interna de retorno TIR.** La TIR es aquella tasa de descuento que hace el VAN sea igual a cero o en otros términos que iguale la suma de los flujos netos descontada la inversión inicial.

Formula:

$$T.I.R. = \sum (FNE) (1+r)^{-t} - k (1+r)^{-t}$$

r = Tasa Interna de Retorno

F.N.E.= Flujos netos de efectivo

K = Inversión

t = Período de años 1, 2, 3, 4, 5.

La tasa estimada y aproximada donde se alcanza que los flujos netos de efectivo actualizados sean aproximadamente igual a la inversión total de \$94.034.059 es del 30,451% refleja que por cada peso invertido en la prestación del servicio de caminatas ecológicas, camping, cabañas, y restaurante de los turistas que asisten al cañón del Chicamocha, retorna \$0,30; siempre y cuando las utilidades no se repartan y se vuelvan a reinvertir en el proyecto.

La tasa del 30,451%, comparada con la tasa mínima de retorno de los inversionistas, (TMAR) del 10,63%, de los indicadores del mercado financiero y de las variables económicas es relativamente superior, por tanto se concluye que el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero y conveniente para su futura ejecución.(Véase cuadro 103)




**6.3.4 Análisis de las razones financieras.** Los Estados Financieros proporcionan información muy útil, mediante el uso de las Razones Financieras, que es un número que expresa la relación entre dos conceptos de los estados financieros.

Estos índices informan sobre la efectividad de la gestión empresarial pasada, la actual y pueden influir en la futura. Las razones financieras pueden ayudar a clarificar la posición financiera de una empresa, y ayuda a descubrir las tendencias en sus operaciones.

Existen varios Bloques de Razones, que muestran el contexto financiero dentro del cual se está moviendo la compañía en un momento determinado. De cada uno de estos bloques se realizará el análisis de una de las razones que lo componen. Los bloques de razones financieras que se tomarán como base para el análisis son las siguientes:

- ❖ Bloque de razones de liquidez
- ❖ Bloque de razones de endeudamiento
- ❖ Bloque de razones de actividad
- ❖ Bloque de razones de rentabilidad


 **Bloque de razones de liquidez.** Miden la capacidad de la empresa de generar recursos para atender sus compromisos corrientes o de cortos plazos, tanto operativos como financieros.

❖ **Razón corriente.** Se obtiene dividiendo los activos corrientes sobre los pasivos corrientes (

Para el primer año de funcionamiento la empresa cuenta con deudas a corto plazo. La entidad inicia sus labores con un buen nivel de liquidez y se mantiene durante los cinco años proyectados, siempre y cuando se presenten las circunstancias presupuestadas dentro del proyecto de inversión. Véase cuadro 105)

**Cuadro 105 razón corriente para el primer año**

Activo corriente	=	<u>11.549.921</u>	=	-
Pasivo Corriente		0		

 **Bloque de razones de endeudamiento.** Se entiende como aquella actividad en la cual la empresa usa dineros suministrados por terceras personas con fines de financiar la empresa y producir más utilidades.

❖ **Nivel de endeudamiento.** Indica el porcentaje de participación de los acreedores dentro de la empresa. Se determina dividiendo los pasivos totales por los activos totales (Véase cuadro 106)

**Cuadro 106 Nivel de endeudamiento**


Pasivos Totales	=	$\frac{0}{73.402.061}$	=	-
Activos Totales				

Terminado el primer ejercicio contable, la razón indica que tiene un excelente nivel de endeudamiento, debido a que no hay financiación de los acreedores, en otras palabras los acreedores (Banco) no tienen compromiso alguno con la Cooperativa.

**Razón Pasivo – Capital o Leverage total.** Este indicador muestra que no hay compromisos con el pago de las deudas de la empresa. (Véase cuadro 107)

**Cuadro 107 Razón pasivo - capital**

Pasivo total	=	$\frac{0}{73.402.061}$	=	-
Patrimonio				


 **Bloque de razones de actividad.** Este bloque es denominado de actividad o de rotación, mide la efectividad con que la empresa está usando sus recursos. La efectividad está medida por la generación de liquidez de ciertas cuentas específicas con fines de pagar las obligaciones a medida que lleguen los vencimientos.

❖ **Rotación de activos totales.** Corresponden a los activos totales sin descontar la depreciación, se calcula dividiendo las ventas en los activos totales brutos (Véase cuadro 108)

**Cuadro 108 Rotación de activos totales**

Ventas totales	=	$\frac{343.866.626}{73.402.061}$	=	4,68
Activos operacionales brutos				

La rotación de los activos totales de la empresa para el año 1 fue de 4,68 veces otra interpretación es que por cada peso que se tiene invertido en activos se generaron unas ventas de \$4,68.

 **Bloque de razones de rentabilidad.** La aplicación de este bloque da la idea de la efectividad de la efectividad de la administración para tener control sobre los costos y gastos y convertir las ventas en utilidades.

La rentabilidad se encuentra asociada con las ventas, los activos y el capital. Para medir la rentabilidad se analizaron las siguientes razones:

❖ **Margen bruto de ganancias.** Es decir, la utilidad bruta dividida por las ventas netas (Véase cuadro 109)

**Cuadro 109 Margen bruto de ganancias**

Utilidad bruta	=	$\frac{34.386.663}{343.866.626}$	=	10,00
Ventas Netas				

Para le primer año el margen bruto de ganancia es aceptable, debido a que por cada peso que la empresa venda se genera una utilidad bruta antes de impuestos del 10%.

❖ **Margen neto de ganancias.** Este se calcula dividiendo la utilidad neta por las ventas netas (Véase cuadro 110)

**Cuadro 110 Margen neto de ganancias**

Utilidad neta	=	$\frac{- 20.631.998}{343.866.626}$	=	- 6,00
Ventas netas				

Esta razón muestra en su primer año un margen negativo de utilidad después de haber realizado todas las erogaciones sobre las ventas. Para el primer año la utilidad neta es del - 6%, lo que demuestra que por cada peso vendido la empresa perdió \$0,06 pesos

## CONCLUSIONES

Es estudio de factibilidad como metodología para la simulación de proyectos empresariales y de inversión económica se presenta como una herramienta completamente vigente en el contexto actual, que permite a través de cada una de sus etapas conocer las reales posibilidades del proyecto productivo, así como prever cada una de las debilidades o amenazas que podrían poner en riesgo su éxito.

El Proyecto ecoturístico para el cañón del Chicamocha presenta una serie de fortalezas y atractivos que determinan su viabilidad desde las diferentes etapas del estudio de factibilidad o plan de negocios. Por un lado, identifica una demanda potencial que está atenta al surgimiento de iniciativas de turismo alternativo en la zona de estudio presentando suficientes datos cuantitativos al respecto, sin embargo, hace también un análisis cualitativo frente a las preferencias de los potenciales consumidores de servicios de turismo alternativo que al final son las que determinan las posibilidades de consumo. De igual forma, el estudio de mercados indaga sobre las necesidades e intenciones de los jóvenes beneficiarios frente a la idea de negocio, sus expectativas y formas de vinculación, garantizando de esta forma la construcción participativa de la propuesta de negocios.

Por otra parte, el estudio técnico muestra cómo será el proyecto desde los aspectos de producción, tamaño y localización, entre otros, para determinar su capacidad de producción y confrontarla con la demanda del proyecto. De igual forma, el estudio administrativo define la figura jurídica bajo la cual se constituirá la empresa, establece los perfiles ocupacionales de los diferentes empleados que a su vez harán parte de la Cooperativa de trabajo asociado.

Por último, el estudio financiero analiza en términos económicos y contables la viabilidad del proyecto en pesos, presentando unos estados financieros atractivos y un análisis financiero por razones contables que muestra un bajo nivel de incertidumbre para el proyecto. A su vez, la evaluación del proyecto desde sus variable económica, social y ambiental, establece definitivamente que el proyecto ecoturístico del cañón del Chicamocha, genera ingresos y utilidades para un tipo de población en riesgo de emigrar hacia los centros urbanos y no genera impacto ambiental negativo sobre los recursos naturales de la zona, y por el contrario, sensibiliza a la comunidad y a los visitantes sobre la necesidad de conservar la biodiversidad y la cultura de la zona.

## BIBLIOGRAFIA

ALBESIANO, S. RANGEL, O. & CADENA, A. La vegetación del Cañón del río Chicamocha, Santander, Colombia. Instituto de Ciencias Naturales, Universidad Nacional de Colombia, 2003.

ALVAREZ, J. Los Guanes. Editorial Cabra Mocha. Bucaramanga, 1ª edición, Colombia, 2004.

ARDILA, I. El pueblo de los Guanes. Instituto Colombiano de Cultura. 2ª edición. Colombia, 1986.

ARENAS, Emilio. Los Guane: El pueblo de la Cingla. Ediciones USTA. Bucaramanga, 2004.

BARTHOLOMÄUS, Agnes. El Manto de la tierra (Guía de 150 plantas útiles de los andes colombianos. GTZ, CAR, KFW. Bogotá, 1990.

BECERRA, M. & DÍAZ, J. Guía para la elaboración de un plan de negocios para empresas de Biocomercio. Instituto de Recursos Biológicos Alexander Vön Humboldt. Bogotá, 2002.

BLANCO, E. & ORDOÑEZ J. Manejo del agroecosistema orégano (*Lippia graveolens*): Fenología y evaluación del corte a ras. Universidad Autónoma Agraria. México, 2004. Disponible en Internet: <http://www.uaaan.mx/DirInv/Rdos2003/ecologia/oregano.pdf>

D'ASTOUS, Alain, SANABRIA Raúl & PIERRE, Simón. Investigación de mercados. Editorial Norma. Bogotá. 2003.

DÍAZ, A. Guía para el cultivo y aprovechamiento de los algarrobos o trupillos. Convenio Andrés Bello. Bogotá DC, Colombia, 1ª reimpresión, 2003.

DÍAZ, J & AVILA LINA M, Criterios para la planeación de una investigación de mercados. Biocomercio Sostenible, Instituto de Investigaciones Biológicas Alexander Vön Humboldt. Colombia, 2003.

ECHEVERRI, Raúl. Flora apícola colombiana. Biblioteca científica de la presidencia de la República. Bogotá, 1984.

FERNÁNDEZ, Ricardo. Manual para elaborar un plan de Mercadotecnia. Editorial Thomson. 3ª edición, México, 2005.

GEILFUS, Frans. Ochenta herramientas para el desarrollo participativo. Editorial IICA. Holanda/Laderas C.A. Prochalate, El Salvador, 1997.

GÓMEZ, Martha. Protección de los conocimientos tradicionales en las negociaciones del TLC. Universidad Externado de Colombia. Colombia, 2004.

GONZÁLEZ, D. Los Productos Naturales No Maderables (PNNM): Estado del arte de la investigación y otros aspectos. Biocomercio Sostenible, Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander Vön Humboldt. Bogotá, Colombia, 2003.

HERNÁNDEZ, Abrahán & HERNÁNDEZ VILLALOBOS, Abrahán. Formulación y evaluación de proyectos de inversión. ECAFSA. 4ª edición. México, 2002.

HERNÁNDEZ, Carlos. Santander y su folklore. Editorial Tres Culturas. Bogotá, 1991.

KRIEGER, Catarina & OSORIO Juan Esteban. Actualización del estado de la investigación en biodiversidad y de la cooperación científica y técnica en Colombia. Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander Vön Humboldt, Agencia de Cooperación Alemana al Desarrollo GTZ. Bogotá, 2003.

LERMA, Héctor. Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto y proyecto. ECOE Ediciones. 2ª edición. Bogotá, 2003.

HUERTA, C. Orégano mexicano: Oro vegetal. CONABIO, México, 2002. Disponible en Internet: <http://www.maph49.galeon.com/biodiv2/oregano.html>

KUNTE, L & SUBIK, R. Enciclopedia de los cactus. Editorial Libsa. 1ª edición. México, 2004.

MAHECHA, Gilberto. Fundamentos y metodología para la identificación de plantas. Ministerio de Medio Ambiente, PNUD, GEF, Instituto Humboldt. Colombia, 1997.

MEJÍA, Jaime. Manual de Alelopatía Básica y Productos Botánicos. Editorial Kingraf Ltda. Bogotá, Colombia, 1995.

MELÉNDEZ, Humberto. Plan de Negocios y Análisis de Inversiones. Universidad Santo Tomás. Bucaramanga, 2005.

MÉNDEZ, Carlos E. Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas. Mc. Graw Hill. Bogotá. 2ª edición, 1995.

MEYER, D. Turismo y desarrollo sostenible. Universidad Externado de Colombia. Editorial Panamericana. 1ª edición, 2002.

NASSAR, F. Actitud y pensamiento sobre la fauna silvestre en Colombia. En: Actitudes hacia la fauna en Latinoamérica. Editorial Humane Society Press. EEUU, 1999.

PÉREZ, E. Plantas Útiles de Colombia. Editorial Víctor Hugo. Medellín, Colombia. 3ª edición, 1990.

PIÑEROS, JORGE. Plantas medicinales (Compendio de farmacología vegetal). 2ª edición. FEDICOR. Colombia, 1992.

PRINCETON UNIVERSITY. Guía de la Aves de Colombia. Princeton University Press. New Jersey, EEUU, 2001.

RAMOS, Aurelio. Hacia un uso sostenible de las materias primas silvestres utilizadas en artesanías. Artesanías de Colombia, Fundación FES Social, Instituto Alexander Vön Humboldt. Bogotá, 2001.

SANTAMARÍA, A. Oportunidades de Biocomercio en San Gil. Programa Biocomercio Sostenible, Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander Vön Humboldt, 2005.

\_\_\_\_\_ La hormiga culona, riqueza que brota de las tierras santandereanas. Corporación Bucaramanga Emprendedora. Colombia, 2006.

SAPAG, Nassir. Criterios de Evaluación de Proyectos. Mc. Graw Hill. Madrid, España, 1993.

SHARAPIN, Nikolai. Fundamentos de tecnología de productos fitoterapéuticos. CAB, CYTED, 1ª edición, 2000.

**Anexo A. Cuestionario dirigido a potenciales consumidores de los servicios ecoturísticos en el Cañón del Chicamocha (Grupos de caminantes).**

Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Estado civil: \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

1. ¿Que lo motiva a ser un caminante? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. ¿Cuál son sus principales destinos para la práctica del senderismo?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. ¿Con qué frecuencia realiza salidas para la práctica del senderismo?

Semanal \_\_\_\_\_ Quincenal \_\_\_\_\_ Mensual \_\_\_\_\_ Eventual \_\_\_\_\_

4. ¿Ha realizado senderismo en el Cañón del río Chicamocha? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

5. ¿Le atrae el Cañón del río Chicamocha para la práctica del senderismo?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

6. De las siguientes razones, ¿cuáles son las que presentan un mayor atractivo en el Cañón del río Chicamocha? (Califique de 1 a 5 el criterio, siendo 5 el máximo valor).

Paisaje \_\_\_\_\_ Comida típica \_\_\_\_\_ Cultura de la región \_\_\_\_\_

Infraestructura hotelera \_\_\_\_\_ Naturaleza (Flora y Fauna) \_\_\_\_\_

7. De los siguientes servicios, ¿cuáles quisiera disfrutar en un parque ecológico en el Cañón del Chicamocha? (Marcar hasta 3 opciones).

Hospedaje en posadas tradicionales \_\_\_\_\_ Productos típicos y artesanales \_\_\_\_\_

Comida típica santandereana \_\_\_\_\_ Educación ambiental \_\_\_\_\_

Caminatas ecológicas \_\_\_\_\_ Cabalgatas \_\_\_\_\_

Deportes extremos \_\_\_\_\_ Visita a un mariposario \_\_\_\_\_

Camping \_\_\_\_\_

8. Si estuviese de acuerdo con el servicio de un parque ecológico en el Cañón del Chicamocha, ¿cuál sería su frecuencia de visita?

Mensual \_\_\_\_\_ Trimestral \_\_\_\_\_ Semestral \_\_\_\_\_ Anual \_\_\_\_\_

**Anexo B. Cuestionario dirigido al segmento de mercado: Visitantes del Parque Nacional Chicamocha.**

Fecha: \_\_\_\_\_  
Nombre: \_\_\_\_\_  
Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Estado civil: \_\_\_\_\_  
Ocupación: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_  
Procedencia: \_\_\_\_\_

1. ¿Qué lo motivó a visitar el Parque Nacional Chicamocha?:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. ¿Cuál cree usted que es el principal atractivo turístico del Parque Nacional Chicamocha? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. ¿Qué tipo de turismo realiza con mayor frecuencia?

Aventura y deportes extremos _____	Sol y playa _____	Religioso _____
Cultural _____	Descanso y Ocio _____	Ecoturismo _____
Arqueológico _____	Gastronómico _____	Salud _____

4. De las siguientes razones, ¿cuáles son las que presentan un mayor atractivo en el Cañón del río Chicamocha? (Califique de 1 a 5 el criterio, siendo 5 el máximo valor).

Paisaje \_\_\_\_\_ Comida típica \_\_\_\_\_ Cultura de la región \_\_\_\_\_

Infraestructura hotelera \_\_\_\_\_ Naturaleza (Flora y Fauna) \_\_\_\_\_

5. De los siguientes servicios, ¿cuáles quisiera disfrutar en un parque ecológico en el Cañón del Chicamocha?

Hospedaje en posadas tradicionales _____	Productos típicos y artesanales _____
Comida típica santandereana _____	Educación ambiental _____
Caminatas ecológicas _____	Cabalgatas _____
Deportes extremos _____	Visita a un mariposario _____
Camping _____	

6. Si estuviese de acuerdo con el servicio de un parque ecológico en el Cañón del Chicamocha, ¿cuál sería su frecuencia de visita?

Mensual \_\_\_\_\_ Trimestral \_\_\_\_\_ Semestral \_\_\_\_\_ Anual \_\_\_\_\_

**Anexo C. Entrevista dirigida a los habitantes de la región (Potenciales beneficiarios del proyecto).**

Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Estado civil: \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

Nombre de la finca: \_\_\_\_\_

1. ¿En cual vereda se encuentra ubicada su finca? \_\_\_\_\_

2. ¿Cuáles son los principales cultivos presentes en su finca?  
\_\_\_\_\_

3. ¿Cuál es el promedio de sus ingresos mensuales? \_\_\_\_\_

4. Nivel de escolaridad:

Primaria \_\_\_\_\_ Secundaria \_\_\_\_\_

Técnico \_\_\_\_\_ Profesional \_\_\_\_\_

5. ¿Qué expectativas tiene usted frente al Parque Nacional Chicamocha? \_\_\_\_\_

6. ¿Cuál cree usted que es la razón por la cual los turistas visitan el Cañón del Chicamocha? \_\_\_\_\_

7. ¿Cuáles animales y plantas silvestres son los más representativos del Cañón del Chicamocha? \_\_\_\_\_

8. ¿Qué entiende por ecoturismo? \_\_\_\_\_

9. ¿Estaría usted dispuesto a participar en un programa de ecoturismo? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

10. ¿De qué forma se vincularía?

Guía ecoturístico \_\_\_\_\_ Educador ambiental \_\_\_\_\_

Cocina típica \_\_\_\_\_ Productor de lácteos de cabra \_\_\_\_\_

Guía de un mariposario \_\_\_\_\_ Instructor de deportes extremos \_\_\_\_\_

11. ¿Cuáles considera usted que son los principales atractivos paisajísticos de la región?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

12. ¿Cuáles son los principales mitos y leyendas de la región?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_