

# MOGOTES



Mogotes paraíso colonial y natural de la región Guanentina los espera con los brazos abiertos para que el mundo conozca sus sitios turísticos, frutos de la naturaleza y de la convivencia pacífica entre el Hombre y su medio

Granja Turística



Monguate

LINA PATRICIA SALAZAR VELANDIA  
CAREN LORENA PALACIOS AVAUNZA

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA TURISTICA, EN EL MUNICIPIO  
DE MOGOTES SANTANDER

LINA PATRICIA SALAZAR VELANDIA  
CAREN LORENA PALACIOS AVAUNZA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2015

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA TURISTICA, EN EL MUNICIPIO  
DE MOGOTES SANTANDER

LINA PATRICIA SALAZAR VELANDIA  
CAREN LORENA PALACIOS AVAUNZA

Proyecto presentado como requisito para optar al título de:  
Profesional en Gestión Empresarial

Director:

ORLANDO GUZMAN LOZANO  
Economista

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

Socorro Santander, Diciembre de 2014

## **DEDICATORIA**

A Dios todo poderoso, por habernos permitido llegar hasta este punto, quien nos dio fortaleza, la salud y la esperanza para lograr nuestros objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A nuestros Padres y a nuestros hermanos quienes con su comprensión, ayuda y amor; aportaron para alcanzar este logro tan esperado. Que Dios los colme de bendiciones.

***CAREN LORENA PALACIOS AVAUNZA***

***LINA PATRICIA SALAZAR VELANDIA***

## **AGRADECIMIENTOS**

Las autoras del proyecto agradecen a:

Dios por todas las bendiciones recibidas, pues solo él es el responsable de la culminación de nuestra carrera, a nuestras familias por su apoyo económico y moral incondicional.

A la Universidad Industrial de Santander “UIS”, que nos brindó la oportunidad de acceder a la educación superior.

Al director del proyecto, Orlando Guzmán Lozano, quien con sus conocimientos nos guio para su elaboración.

También a los tutores que hacen parte de la Institución de educación a distancia EAD, por todos los conocimientos compartidos durante la carrera de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION.....	20
1. GENERALIDADES .....	21
1.1 PANORAMA DEL SECTOR .....	21
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO.....	23
1.3 ASPECTOS LEGALES .....	33
1.3.1 Leyes Nacionales .....	33
1.3.3 Ley Municipal y Departamental.....	34
2. ESTUDIO DE MERCADOS .....	39
2.1 OBJETIVOS .....	39
2.1.1 Objetivo General.....	39
2.1.2. Específicos: .....	39
2.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO .....	39
2.2.1. Descripción, Usos y especificaciones del producto.....	40
2.2.2. Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia:.....	42
2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO .....	43
2.3.1. Mercado Potencial.....	43
2.3.2. Mercado Objetivo.....	43
2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	43
2.4.1. La Demanda.....	44
2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados.....	44
2.4.1.3 Ficha Técnica .....	44
2.4.2. TABULACIÓN, PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	47
2.4.3. Estimación de la demanda:.....	60
2.4.4 Proyección de la demanda .....	60
2.5 OFERTA O COMPETENCIA .....	61
2.5.1 Necesidades de información.....	61
2.5.2 Ficha técnica .....	62
2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta. ....	63
2.5.4 Análisis de la Situación actual de la competencia.....	72
2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	74
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....	74
2.7.1 Estructura de los canales actuales:.....	74
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales .....	74
2.7.3 Selección de los canales de comercialización: .....	75
2.8 PRECIO.....	75
2.8.1 Análisis de precios de la competencia .....	75
2.8.2 Estrategias de fijación de precios: .....	77
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION .....	77
2.9.1 Objetivos:.....	77
2.9.2 Logotipo.....	77
2.9.3 Slogan: .....	78
2.9.4 Análisis de Medios.....	78
2.9.5 Selección de Medios:.....	79

2.9.6	Estrategias Publicitarias:.....	79
2.9.7	Presupuesto de Publicidad y Promoción:.....	79
2.9.7.1	De lanzamiento:.....	80
2.9.7.2	De operación .....	80
2.10	RESULTADOS Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO .....	80
3.	ESTUDIO TECNICO.....	82
3.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO .....	82
3.1.1	Descripción Del Tamaño Del Proyecto .....	82
3.1.2	Factores que Determinan el Tamaño de un Proyecto .....	82
3.1.3	Capacidad del proyecto .....	83
3.2	LOCALIZACIÓN .....	84
3.2.1	Macro-localización .....	84
3.2.2	Micro-localización. ....	85
3.3	INGENIERIA DEL PROYECTO .....	90
3.3.1	Ficha Técnica del Servicio .....	90
3.3.2	Descripción Técnica del Proceso.....	91
3.3.3	Diagrama de operación.....	92
3.3.4	Control de Calidad .....	95
3.3.5	Recursos .....	95
3.3.5.3	Recurso de insumos: .....	100
3.3.6	Análisis de Proveedores .....	101
3.3.7	Distribución de planta. ....	102
3.4	RESULTADOS Y POSIBILIDADES TECNCIAS .....	104
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO .....	106
4.1.	FORMA CONSTITUCIONAL .....	106
4.2	CULTURA ORGANIZACIONAL .....	110
4.2.1	Visión.....	110
4.2.2	Misión .....	110
4.2.2	Objetivos .....	110
4.2.3	Políticas .....	111
4.2.3.1	Políticas de personal .....	111
4.2.3.2.	Políticas de compras:.....	111
4.2.4.3.	Políticas de ventas.....	111
4.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	112
4.3.1	Organigrama.....	112
4.3.2	Descripción y Perfil de Cargos.....	114
4.3.2.1	Identificación del Puesto, Gerente .....	114
4.3.2.2.	Identificación del Puesto, Contador Público .....	115
4.3.2.3	Identificación del Puesto, Auxiliar Administrativa .....	116
4.3.2.4	Identificación del Puesto, Operarios Y/O Trabajadores.....	117
4.3.2.5	Identificación del Puesto, Guía de Recorrido. ....	118
4.3.2.6	Identificación del Puesto, Asistente de Cocina.....	119
4.3.2.6	Identificación del Puesto, Chefs. ....	120
4.3.2.7	Identificación del Puesto, Guardia de Seguridad.....	121
4.3.3	Asignación Salarial .....	122
4.4	RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO .....	122
5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	124

5.1. INVERSIONES .....	124
5.1.1 Inversión Fija. ....	124
5.1.1.1 Terrenos. ....	124
5.1.1.2 Construcciones y adecuación .....	124
5.1.1.3 Muebles y Enseres. ....	125
5.1.1.4 Equipo de Oficina. ....	125
5.1.1. 5 Herramientas .....	126
5.1.1.6 Semovientes.....	126
5.1.2 Inversión diferida .....	127
5.1.3 Inversión de capital de trabajo .....	128
5.1.3.1 Costos de producción .....	128
5.1.3.1.1 Materias primas. ....	128
5.1.3.1.2 Mano de obra directa.....	129
5.1.3.1.3 Costos indirectos de fabricación. ....	130
5.1.3.1.4 Total Costos de producción .....	130
5.1.3.2.1 Mano de obra administrativa:.....	131
5.1.3.2.2 Depreciación:.....	132
5.1.4 Inversión total .....	133
5.1.5 Fuentes de financiación:.....	133
5.2.1 Costos fijos.....	136
5.2.2 Costos variables. ....	136
5.2.3. Costo y gasto total unitario .....	139
5.3. PRECIO DE VENTA.....	139
5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS .....	140
5.4.1 Ingresos proyectados. ....	140
5.4.2. Egresos .....	141
5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS.....	142
5.5.1 Estado de Resultados proyectados a 5 años.....	142
5.4.2 Flujo de Caja proyectado.....	142
5.4.3 Balance General.....	144
5.5. RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO .....	147
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	148
6.1 EVALUACIÓN SOCIAL .....	148
6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL .....	148
6.1.1 Matriz de evaluación de impactos.....	148
6.3 Evaluación Financiera .....	157
6.3.1 Valor presente neto. ....	157
6.3.1.1 Tasa de rendimiento .....	157
6.3.1.2 Tasa mínima de rendimiento.....	157
6.3.2 Tasa Interna de Retorno. ....	159
6.3.3 Periodo de recuperación.....	160
6.3.4 Análisis de las razones financieras. ....	160
6.3.4.1 Bloque de liquidez. ....	161
6.3.4.3 Bloque de actividad. ....	163
6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	164
6.5 RESULTADOS SOBRE LA EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO .....	166
7. CONCLUSIONES.....	167

8 RECOMENDACIONES.....	168
BIBLIOGRAFIA .....	169
ANEXOS .....	171

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Profesion .....	47
Tabla 2. Frecuencia en viajar.....	48
Tabla 3. Ha asistido a lugares campestres .....	49
Tabla 4. Sitios de recreación acostumbra a visitar.....	50
Tabla 5. Época del año que prefiere realizar viajes de recreación.....	51
Tabla 6. Indique el presupuesto que destina para actividades recreativas y culturales.....	52
Tabla 7. Medio o servicio que utilizaría al momento de pagar.....	53
Tabla 8. Que paquetes consumiría en una Granja Turística.....	54
Tabla 9. Por cual medio se entera.....	55
Tabla 10. Con quien pasa los tiempos de recreación.....	56
Tabla 11. Qué sitios acostumbra a visitar en la región, cuando se trata de agroturismo....	57
Tabla 12 Opinión frente al lugar visitado.....	58
Tabla 13. Lo que se busca en un lugar visitado.....	59
Tabla 14. Proyección de la Demanda.....	60
Tabla 15. Antigüedad de la empresa .....	63
Tabla 16. Servicios que ofrece.....	64
Tabla 17. Qué canales de distribución es el que más utiliza.....	65
Tabla 18. La empresa maneja paquetes turísticos.....	66
Tabla 19. Turistas con los que prefiere trabajar.....	67
Tabla 20. Qué Percepción tiene del turismo actual.....	68
Tabla 21. Qué medios utilizan para promocionar los servicios.....	69
Tabla 22. Qué tipo de turista prefiere el ecoturismo.....	70
Tabla 23. En promedio usted cuánto cobra por los servicios que ofrece .....	71
Tabla 24. Tipo de publicidad.....	80
Tabla 25. Publicidad de operación.....	80
Tabla 26. Capacidad utilizada.....	84
Tabla 27. Construcción y adecuaciones .....	124
Tabla 28. Maquinaria y Equipo .....	125
Tabla 29. Muebles y Enseres .....	125
Tabla 30. Equipo de Oficina .....	126
Tabla 31. Herramientas .....	126
Tabla 32. Semovientes.....	127
Tabla 33. Inversión fija.....	127
Tabla 34. Inversión diferida pre-operacional.....	127
Tabla 35. Inversión diferida en publicidad.....	128
Tabla 36. Cantidad de producción .....	129
Tabla 37. Costo Materiales directos.....	129
Tabla 38. Costo mano de obra directa.....	129
Tabla 39. Información Prestacional .....	130
Tabla 40. Costos indirectos de fabricación .....	130
Tabla 41. Costos totales de producción.....	130
Tabla 42. Costos de administración y ventas.....	131

Tabla 43. Costo mano de obra administrativa.....	131
Tabla 44. Depreciaciones.....	132
Tabla 45. Gastos Financieros.....	132
Tabla 46. Capital de trabajo.....	133
Tabla 47. Inversión.....	133
Tabla 48. Fuentes de financiación.....	134
Tabla 49. Amortización del crédito bancario.....	134
Tabla 50. Costos fijos.....	136
Tabla 51. Costos variables totales y unitarios.....	137
Tabla 52. Costo y gasto total unitario.....	139
Tabla 53. Precio.....	139
Tabla 54. Producción anual.....	140
Tabla 55. Ingresos Proyectados.....	140
Tabla 56. Egresos proyecto.....	141
Tabla 57. Gastos financieros proyectados.....	142
Tabla 58. Estado de resultados proyectado.....	142
Tabla 59. Flujo de caja proyectado.....	143
Tabla 60. Flujo de Tesorería.....	144
Tabla 61. Balance general.....	145
Tabla 62. Bloque de actividad.....	163
Tabla 63. Punto de equilibrio del producto.....	165

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Localización Finca los pinos .....	24
Figura 2. Esquema de ordenamiento territorial municipio de Mogotes.....	26
Figura 3. Templo parroquial Santa Bárbara de Mogotes.....	27
Figura 4. Iglesia del corregimiento de Pitiguao. ....	29
Figura 5. Bandera del municipio de Mogotes.....	29
Figura 6. Escudo del municipio de Mogotes. ....	30
Figura 7. Asociación de cultivadores de caña y productores de panela.....	31
Figura 8. Sitios turísticos en el municipio de Mogotes. ....	33
Figura 9. Entrada Finca Los Pinos.....	40
Figura 10. Logotipo.....	77
Figura 11. Slogan de la empresa.....	78
Figura 12. Localización del proyecto.....	85
Figura 13. Diagrama de flujo.....	93
Figura 14. Plano de la Granja.....	103
Figura 15. Prototipo de la Granja.....	104
Figura 16. Organigrama.....	112

## LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Profesión u oficio.....	47
Gráfico 2.Frecuencia con los que viaja a sitios de recreación.....	48
Gráfico 3. Asistencias a lugares campestres .....	49
Gráfico 4.Servicios que acostumbra a visitar. ....	50
Gráfico 5. Época del año para realizar viajes de recreación. ....	51
Gráfico 6. Presupuesto destinado para actividades recreativas.....	52
Gráfico 7. Medio de pago. ....	53
Gráfico 8.Que paquete consumiría de la Granja Turística .....	54
Gráfico 9.Porque medio se entera de los servicios recreativos.....	55
Gráfico 10. Opinión.....	58
Gráfico 11. Que se busca en un lugar .....	59
Gráfico 12. Proyección demanda.....	61
Gráfico 13.Antigüedad de la empresa.....	63
Gráfico 14. Servicios que ofrece.....	64
Gráfico 15. Canal de distribución.....	65
Gráfico 16. Empresa ofrece servicios turísticos. ....	66
Gráfico 17.Tipo de turistas.....	67
Gráfico 18.Percepción del turismo. ....	68
Gráfico 19. Promoción de los servicios.....	69
Gráfico 20.Turista prefiere el ecoturismo. ....	70
Gráfico 21.Promedio por los servicios que ofrece.....	71
Gráfico 22.Temporadas.....	140
Gráfico 23. Flujo de caja.....	159
Gráfico 24. Punto de equilibrio.....	165

## LISTA DE CUADROS

Pág.

Cuadro1. Comparación con los competidores .....	42
Cuadro 2. Ficha técnica.....	45
Cuadro 3.Ficha Técnica de la oferta.....	62
Cuadro 4. Análisis Competencia.....	72
Cuadro 5. Análisis de precio.....	76
Cuadro 6. Micro-localización.....	86
Cuadro 7. Ponderación de factores críticos .....	87
Cuadro 8. Factores Críticos .....	88
Cuadro 9. Ficha técnica del Servicio.....	90
Cuadro 10.Personal.....	96
Cuadro 11.Muebles y Enseres.....	96
Cuadro 12. Maquinaria.....	97
Cuadro 13. Equipos de Oficina .....	99
Cuadro 14. Herramientas .....	99
Cuadro 15. Semovientes .....	100
Cuadro 16. Insumos .....	100
Cuadro 17. Análisis de Proveedores.....	101
Cuadro 18. Distribución de la planta .....	102
Cuadro 19.Forma Constitucional .....	106
Cuadro 20. Asignación Salarial.....	122
Cuadro 21. Impactos Ambientales.....	149
Cuadro 22. Plan de Mitigación.....	152
Cuadro 23. Tasa Interna de retorno TIR .....	160

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Mapa de Mogotes.....	172
Anexo B. Encuesta de la demanda.....	173
Anexo C. Encuesta de la Oferta.....	176

## RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA TURISTICA, EN EL MUNICIPIO DE MOGOTES SANTANDER

AUTORAS: CAREN LORENA PALACIOS AVAUNZA  
LINA PATRICIA SALAZAR VELANDIA

PALABRAS CLAVES: Granja Turística, Mogotes, paquetes turísticos, agroturismo, Los Pinos.

Este estudio muestra el montaje de una granja turística, en el municipio de Mogotes, reconocido por su belleza paisajística, en ella los turistas y habitantes del municipio, podrán disfrutar la visualización de los paisajes, disfrutar de procesos agrícolas, recreación sana, deportes de campo y salón, interacción con los animales domésticos y zona refrescante, en donde se encuentra la piscina, se ofrecerá la alimentación transporte y hospedaje, precios asequibles y competitivos; sin necesidad de buscar los servicios por separado, todo a la mano del visitante.

En la granja turística el cliente percibirá y recibirá un servicio en las mejores condiciones de calidad; donde el servicio será destacado por el cumplimiento, amabilidad, atención y disponibilidad de las diferentes actividades; dándole a sentir al turista un acogimiento propio y oportuno.

El fin general del proyecto consiste en determinar la factibilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios agro-turísticos, en el municipio de Mogotes Santander con mira a buscar el desarrollo; generando empleo y mejorando las fuentes de ingresos propios y de la comunidad; de manera que permita despertar el interés de propios y extraños por conocer y aprovechar los recursos naturales y la riqueza productiva de esta región Santandereana.

El proyecto se encontrará relativamente cerca del municipio, a solo 15 minutos, por la vía que conduce hacia el municipio de San Gil, permitiendo que no solo quienes adquieran un plan puedan hospedarse en la finca Los Pinos, sino también quienes estando en Mogotes, tengan la posibilidad de compartir con su familia de un día de campo.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>\*\*Proyecto de grado

\*\*Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia- Gestión Empresarial- Orlando Guzman Lozano\*\*

## ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A TOURIST FARM IN THE MUNICIPALITY OF MOGOTES SANTANDER

AUTHORS: CAREN LORENA PALACIOS AVAUNZA

LINA PATRICIA SALAZAR VELANDIA

KEYWORDS: Farm Tourist, Mogotes, travel packages, farmhouse, Los Pinos.

This study shows the mounting of a tourist farm in the town of Mogotes, renowned for its scenic beauty, her tourists and inhabitants of the municipality, will enjoy viewing the scenery, enjoy agricultural processes, healthy recreation, sports field and lounge, interaction with pets and refreshing area where the pool is located, food transportation and accommodation, affordable and competitive prices are offered; without searching the services separately, all visitor's hand.

In the tourist farm and the guest will receive a service in the best quality; where service will be highlighted for compliance, kindness, care and availability of different activities; giving tourists feel a proper and timely care.

The overall goal of the project is to determine the feasibility of creating a service company agro-tourism in the municipality of Mogotes Santander to look to seek development; creating jobs and improving own revenue sources and community; so as to allow to interest and sundry to know and exploit natural resources and productive wealth of this Santandereana region.

The project will be relatively close to the town, just 15 minutes down the road that leads to the town of San Gil, allowing not only those who purchase a plan can stay on the farm Los Pinos, but also those being in Mogotes, have the ability to share with your family a picnic.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>\* Graduation Project

<sup>\*\*</sup>Regional Institute Projection and Distance Education - Business Management – Orlando Guzman Lozano

## INTRODUCCION

El agro y eco-turismo se define como 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 agro turismo 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, que produce un impacto mínimo sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza.

El objetivo general del presente estudio consiste en determinar la factibilidad y viabilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios agro-turísticos, en el municipio de Mogotes Santander con miras a buscar el desarrollo; generando empleo y mejorando las fuentes de ingresos propios y de la comunidad; de manera que permita despertar el interés de propios y extraños por conocer y aprovechar los recursos naturales y la riqueza productiva de esta región Santandereana.

En el desarrollo de los objetivos específicos del proyecto se emplea una metodología descriptiva orientada en realizar un estudio de mercados, para determinar las variables: oferta, demanda, precios, canales de comercialización, publicidad y promoción más adecuados, para la prestación del servicio empresarial; diseñar un estudio técnico, para determinar la capacidad óptima de la empresa, la localización, el modelo tecnológico, los recursos físicos, humanos y logísticos, así como la distribución de planta.

Así mismo, presentar un estudio administrativo y legal, demostrando su viabilidad, y finalmente realizar un estudio sistemático a las variables económicas y sociales involucradas en el proyecto, para determinar el aporte del mismo al bienestar socioeconómico de la región, la rentabilidad para los inversionistas y el impacto del proyecto sobre el medio ambiente.

El proceso de estudio tiene como propósito identificar elementos de viabilidad y oportunidad en cada uno de los estudios planteados, de tal manera que ayuden al proceso de toma de decisiones para la puesta en marcha de la empresa de agro turismo en el municipio de Mogotes.

## 1. GENERALIDADES

### 1.1 PANORAMA DEL SECTOR

Para el año 2020 Colombia habrá posicionado la actividad turística como una de las de mayor importancia para el desarrollo económico del país, generadora de empleo y eficiente redistribuidora de ingreso; por consiguiente, será un país que habrá fortalecido la competitividad de sus productos y destinos en un trabajo que permitirá una relación armónica nación-región, donde los sectores públicos nacional y local jugarán un papel determinante en la generación de condiciones óptimas para el desempeño empresarial.

En ese orden de ideas, Colombia habrá definido unos productos básicos en los que recogerá toda su oferta turística nacional. Las regiones se habrán especializado en ofertas con altos niveles de diferenciación y los municipios se habrán comprometido en programas de mejoramiento en diferentes frentes teniendo como objetivo la competitividad de sus productos turísticos. Entre los temas y productos están: turismo de naturaleza (que incluye ecoturismo, avistamientos, agroturismo).

A nivel internacional Colombia se habrá concentrado en atraer turistas de altos ingresos, para lo cual habrá fortalecido su capacidad de investigación de mercados y de promoción. En el plano nacional, la unidad de planificación será el destino turístico; el país y los destinos habrán conseguido consolidar una cultura turística en la sociedad; el turismo habrá contribuido a preservar los valores sociales y patrimoniales y será un elemento fundamental para generar orgullo nacional. Las comunidades se habrán vinculado a la actividad turística, beneficiándose del desarrollo que proporciona esta industria. Existirá un trabajo mancomunado ante el sector público y privado y los diferentes prestadores de servicios turísticos se identificarán como parte de una cadena de valor.<sup>3</sup>

Según cifras de parques nacionales en 2013 el ingreso de turistas a los parques nacionales naturales se incrementó en 6,4% frente a 2012, pasando de 825.544 visitantes en 2012 a 878.748 en 2013.

De igual manera en Colombia los servicios de hotelería y restaurante en el tercer trimestre de 2013 alcanzan la cifra de S 10.031 miles de millones, lo que representa un crecimiento de 4,5 % frente al mismo período de 2012 (\$ 9.602). Lo que se lleva a concluir, que el sector turismo en el país está creciendo. El turismo es un bien con un alto contenido de valores económicos, culturales, sociales, morales que producen la satisfacción de la necesidad humana de ocio activo.<sup>4</sup>

En lo que respecta al agroturismo como actividad de ocio, ha habido un magnífico grado de aceptación desde el comienzo, principalmente por parte de la población urbana.

La posibilidad de disfrutar de la naturaleza, de la tranquilidad, conocer el medio rural y su cultura a un precio atractivo es

---

<sup>3</sup><http://es.scribd.com/doc/105045409/VISION-2020-DEL-SECTOR-TURISTICO>

<sup>4</sup>[file:///C:/Users/Lina/Downloads/INFORME\\_DE\\_TURISMO\\_A\\_DICIEMBRE\\_DE\\_2013.pdf](file:///C:/Users/Lina/Downloads/INFORME_DE_TURISMO_A_DICIEMBRE_DE_2013.pdf)

algo deseado por un amplio mercado y al que pueden tener acceso un amplio colectivo (turismo de negocios, parejas, familias, tercera edad, niños, etc.). También ha favorecido el que las personas tengan cada vez las vacaciones más repartidas y guste diversificarlas<sup>5</sup>.

El estudio de factibilidad y viabilidad para la creación de una granja turística en el municipio de Mogotes (Santander), pertenece al **Sector Terciario o de Servicios**; es el sector económico que incluye todas aquellas actividades económicas que no producen bienes materiales de forma directa, sino servicios que ofrecen para satisfacer las necesidades de la población. Teniendo como **subsector el agroturismo**, este se entiende una actividad turística que se desarrolla en un espacio rural y que consiste en retornar al conocimiento del mundo rural, viviendo y participando de la cultura propia de sus habitantes, como respuesta al desarrollo de una sociedad moderna que cada vez está más alejado de sus tradiciones. El Agroturismo incluye el alojamiento compartido o independiente en la vivienda construida en la misma granja, y está a la vez comparte las actividades que se desarrollan diariamente en el ambiente tales como la ganadería, agricultura, producción animal entre otras. Se trata de reactivar las zonas más deprimidas con una mejora de su calidad de vida, complementando las actividades económicas tradicionales con las turísticas. Así mismo, es una actividad que integra a toda la familia campesina y resguarda sus costumbres y tradiciones. La idea es que la agricultura familiar campesina tenga nuevas alternativas de negocio a través de las cuales pueda complementar y/o diversificar sus ingresos. El agroturismo es mucho más: por el hecho de que sus viviendas tienen una capacidad limitada, lo que permite disfrutar de una estancia tranquila, sin aglomeraciones, recibiendo un trato familiar y en contacto directo con el mundo rural y la naturaleza<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup>[www.colombia.com](http://www.colombia.com)

<sup>6</sup>[es.scribd.com/doc/53341734/AGROTURISMO-nuevo](https://es.scribd.com/doc/53341734/AGROTURISMO-nuevo)

## 1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO<sup>7</sup>

### **Datos geográficos**

Departamento: Santander

Provincia: Guanentá

Nombre: Mogotes

Ubicación cabecera: 6° 29' latitud norte, 72° 58' longitud oeste.

Extensión: 48.786,14 hectáreas (487,86 Km<sup>2</sup>)

Temperatura media: 18.6° c

Fundación civil: junio 26 del 1.703

Fundador capitán Cristóbal Gualdrón de la peña

Población total: 11.572 habitantes

Gentilicio Mogotanos

Indicativo 7

Altura sobre el nivel del mar de 1.700 m.s.n.m. Distancia de referencia: 129 kilómetros de Bucaramanga y 33 Km. de San Gil.

### **Localización**

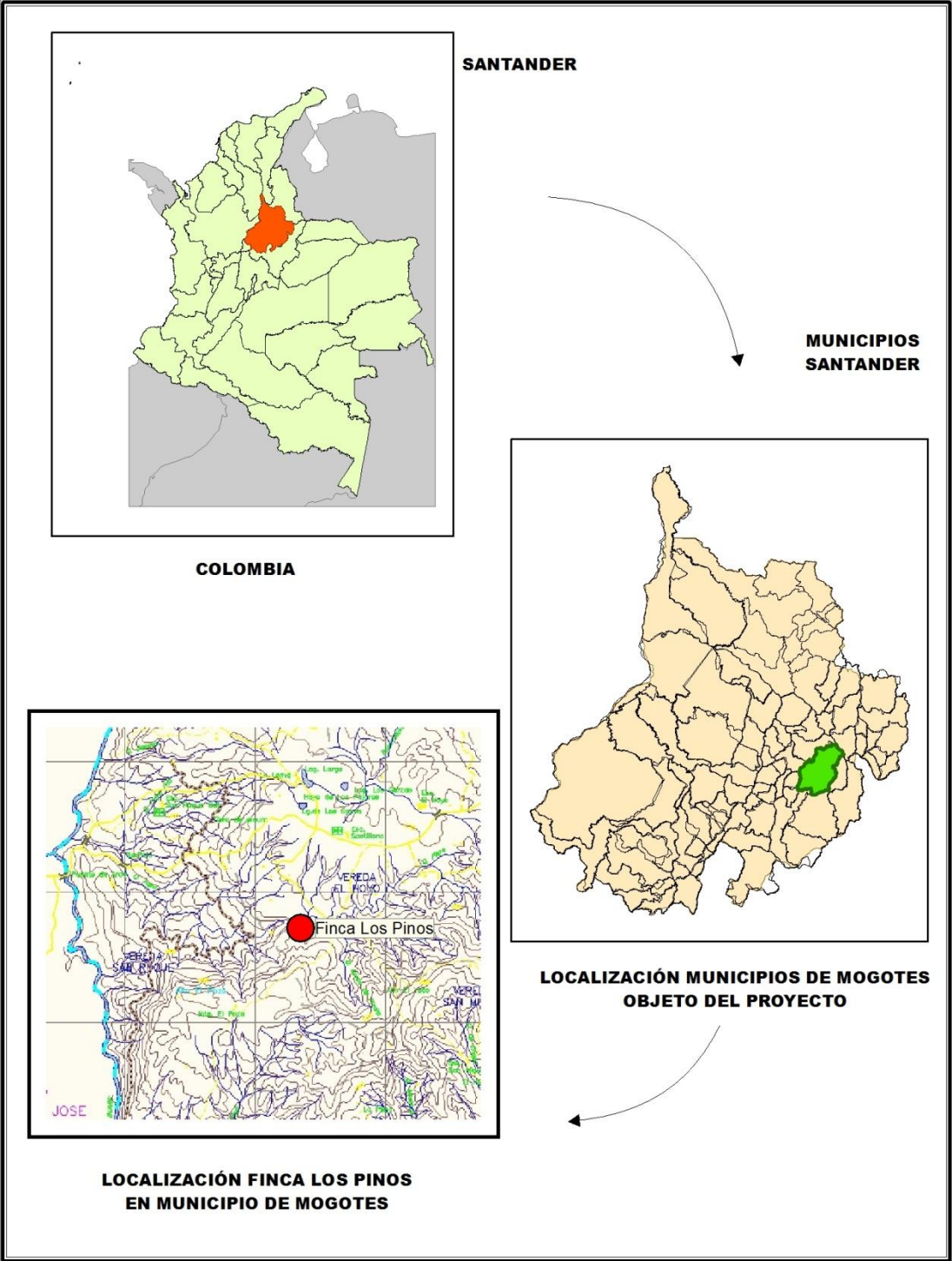
El Municipio de Mogotes se encuentra entre las coordenadas planas: X= 1.195.000 m. N a la X = 1.225.000 m. N. coordenada Y= 1.109.000 m. E a la Y = 1.138.000 m. La Cabecera municipal se encuentra localizada geográficamente a 6° 29' latitud norte y 72° 58' de longitud al oeste con respecto al meridiano de Greenwich. El proyecto estará ubicado a 20 min del municipio en la vereda los Pájaros, finca los pinos

Territorialmente limita por el norte con el municipio de Molagavita, por el Oriente con San Joaquín, al Occidente con Curití, San Gil y Valle de San José, al Sur con Ocamonte, Charalá, Coromoro; el proyecto se dirige a los turistas que visitan la provincia Guanentina.

---

<sup>7</sup>[www.mogotes-santander.gov.co](http://www.mogotes-santander.gov.co)

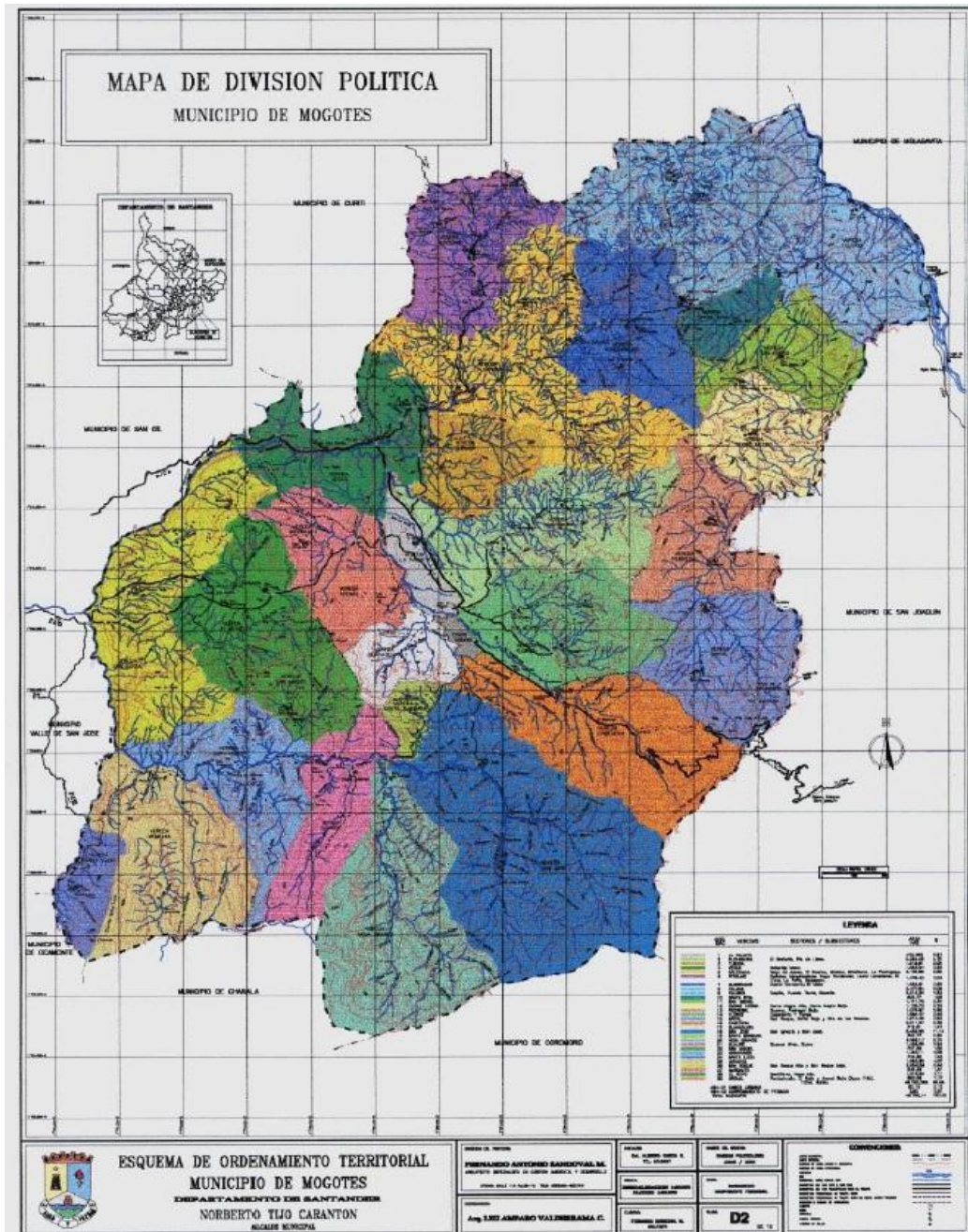
Figura 1. Localización Finca los pinos



### **Municipios con los que limita:**

- **Molagavita:** Es un municipio colombiano ubicado en el departamento de Santander, en la provincia de García Rovira. Se encuentra ubicado en la provincia de García Rovira (departamento de Santander) a 29 kilómetros del municipio Málaga.
- **Curtí:** Se encuentra ubicado geográficamente 6° 36' 36'' latitud Norte y 73° 04' 18'' longitud Oeste, ubicado al Centro Oriente del Departamento, enclavado en la Cordillera Oriental. El perímetro o zona urbana y sus respectivos límites fueron establecidos mediante acuerdo Municipal No. 008 del 22 de mayo de 1997. El actual casco urbano tiene una extensión de 42,94 hectáreas, está constituido por 10 barrios, 56 manzanas, 801 casas y 110 lotes ubicados alrededor del parque central, perteneciente a la regional Guanentina.
- **San Joaquín:** Es un municipio de Colombia, situado en el departamento de Santander, en la provincia de Guanentá. Está situado a 156 km de la capital departamental, Bucaramanga.
- **Valle de San José:** es un municipio colombiano ubicado en el departamento de Santander, en la provincia de Guanentá. Su economía es netamente agropecuaria, con una importante industria panelera, producción cafetera, y ganadera.
- **Ocamonte:** es un municipio del departamento de Santander que pertenece a la provincia Guanentina, en Colombia. Tiene tres vías de acceso: vía pavimentada San Gil- **Ocamonte** por el puente "el palenque", Charalá – **Ocamonte**.
- **Charalá:** es un municipio de Colombia perteneciente al departamento de Santander. Es llamada Cuna de la Libertad de América debido a sus aportes en las luchas de la revolución de los comuneros y la Batalla del Pienta el 4 de agosto de 1819.
- **Coromoro:** es un municipio del departamento de Santander, Colombia, forma parte de la provincia de Guanentá, a tan solo 2 horas de San Gil. Físicamente limita por el Norte con el río Chicamocha, que lo separa del municipio de Molagavita.

Figura 2. Esquema de ordenamiento territorial municipio de Mogotes.



Fuente: Esquema de Ordenamiento Territorial Municipio de Mogotes Santander. Documento técnico, etapa de diagnóstico, Componente funcional.

### Fundación

La fecha de fundación aún no ha sido establecida con claridad, pero hay un hecho que puede señalarse como oficial y aun marcar el día más probable de la fundación de Mogotes: En una junta celebrada el 26 de Junio de 1703 y presidida por el Pbro. Dr. ESTEBAN DE LISERAS e integrada por 26 vecinos, con el fin de organizar las tres cofradías; del Santísimo, de

Nuestra Señora de Chiquinquirá y de las ánimas, con sus constituciones propias e independientes de Onzaga.

Todos los documentos que datan de esta fecha, coinciden en afirmar que el principal fundador de Mogotes y quien merece este nombre es el capitán Cristóbal Gualdrón de la peña, quien dono el terreno para la fundación; también realiza la primera petición de un sacerdote para el lugar; además obsequió el primer cuadro de nuestra señora de Chiquinquirá, que venero en la primitiva iglesia y fue el primer mayordomo en 1703 de la cofradía del rosario.

Figura 3. Templo parroquial Santa Bárbara de Mogotes



Fuente: Freddy Alexander Jaimes.

### **Municipio**

Al organizarse la República, Mogotes se convirtió en un distrito parroquial de San Gil, con la creación del estado de Santander, pasó a integrar el departamento de Guantán, luego, al constituirse el régimen Municipal del departamento de Santander en 1887, Mogotes se convirtió de inmediato en Municipio.

Es uno de los pueblos más hermosos de Santander tiene una gran riqueza natural variedad de flora y fauna montes valles ríos quebradas, pozos, cascadas, lagunas, aire puro y

ambiente totalmente tranquilo; todo un paraíso ecológico habitado por gente trabajadora, sencilla y amable que le da la bienvenida al visitante. En Mogotes usted puede explorar enigmáticas formaciones geológicas, recorrer antiguos caminos y senderos que permiten disfrutar del contacto con la naturaleza y renovar el espíritu. Es una pequeña población, que conserva muchas de las características de los pueblos coloniales, hermosas casonas, construidas con bareque, calicanto y teja de barro, calles empedradas y una plaza presidida por la imponente iglesia, en torno a la cual se desarrolla el pueblo.

Extensión territorial: El municipio de Mogotes tiene una extensión territorial de 48.786,142 hectáreas equivalente a 487,86 Km<sup>2</sup> y está conformado por su Cabecera municipal, el corregimiento de Pitiguao, el área suburbana de Cauchos y 29 veredas reconocidas socialmente por la comunidad.

- **Cabecera Municipal:** Localizada en el centro del municipio, tiene un área de terreno de 63,16 hectáreas, 119.099 metros cuadrados de construcción, una población de 3.500 habitantes, conformado por 913 predios en los perímetros urbanos y adyacentes
- **Está dividido en los siguientes sectores:** Los Rosales, Los Amigos, La Esperanza, Sagrada Familia, Nazareno, Portalón Juvenil, La Alegría, Divino Niño, 29 de Octubre – La Lomita, La Hoyita – La Playa
- **Área Suburbana Cauchos:** Se localiza a 22 Km. de la cabecera municipal, Lo integran edificaciones más o menos contiguas y viviendas distribuidas a lo largo del eje vial terciario a la vereda Palmas y la confluencia de la vía a los sectores rurales de Santa Rita, San Isidro y Felizco.
- **Área rural:** Está por una superficie de 48.720,38 hectáreas (487,20 Km<sup>2</sup>) y 167.376 metros cuadrados de construcción, con una población de 10.500 Habitantes. Está distribuido en 29 veredas las cuales la comunidad las ha subdividido en sectores o subsectores.
- **Población:** En el casco urbano habita la cuarta parte (3,500) de la población total
- **Clima:** Con una altura de 1700 m.s.n.m. la temperatura promedio de 18° C; en las partes más altas el clima es frío y hacia el norte es cálido, en Mogotes llueve mucho durante los meses de abril, mayo, junio y octubre.
- **Corregimiento de Pitiguao:** Con un área de terreno de 2,60 hectáreas, 4.643 metros cuadrados de construcción. Se localiza sobre la vía subregional Mogotes- Pitiguao – Manchadores - Curití a 16.3 kilómetros de la cabecera municipal.

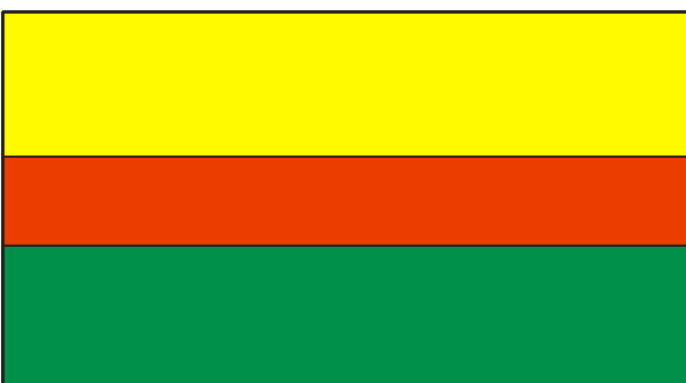
Figura 4. Iglesia del corregimiento de Pitiguao.



Fuente: Freddy Jaimes / Marco A. Vargas

**Economía** Esta población con 306 años de historia, tiene una economía basada en la agricultura especialmente en el cultivo y procesamiento del fique, la caña de azúcar, el café y el frijol. Otras importantes actividades son la ganadería, la fabricación de panela y la explotación de materiales de arrastre para la construcción.

Figura 5. Bandera del municipio de Mogotes.



La bandera está compuesta por una franja superior amarilla que representa la riqueza de la fe y honradez que deben distinguir a los Mogotanos, otra faja roja recta la mitad de ancho de la anterior que significa la valentía comunera de mogotes y una tercera faja del mismo ancho de la amarilla verde como los campos Mogotanos.<sup>8</sup>

<sup>8</sup>Fuente: [http://www.mogotes-santander.gov.co/informacion\\_general.shtml](http://www.mogotes-santander.gov.co/informacion_general.shtml)

<sup>8</sup>Fuente: [http://www.mogotes-santander.gov.co/informacion\\_general.shtml](http://www.mogotes-santander.gov.co/informacion_general.shtml)

**Escudo** La parte alta del escudo se divide en dos campos: El lado derecho el oro que representa el oro de la fe y la honradez de los Mogotanos en él una torre con triple ventanal y sobre esta una estrella en plata que representa a Nuestra Señora del Rosario de Chiquinquirá, patrona de Mogotes y a la titular Santa Bárbara.

Figura 6. Escudo del municipio de Mogotes.



Al lado izquierdo con fondo azul de cielo simboliza la tranquilidad y bonanza que se vive de ordinario en mogotes y en él un gorro frígido en rojo símbolo de libertad colocado sobre la punta de una espada para recordar que mogotes fue la primera ciudad que levanto el grito comunero el 29 de octubre de 1780. La punta inferior del escudo en fondo verde muestra a mogotes como una población de mayoría rural la faja ondulada representa al Mogoticos y demás ríos que bañan su territorio y en la parte superior cinco montículos en forma heráldica que recuerda los elevados montes que emergen en su latitud.

El lema dios y patria corresponde a los símbolos de los dos campos superiores y es como un programa de vida de los buenos Mogotanos.

**Características socioeconómicas:** La base principal de la economía en Mogotes es, y ha sido la agricultura, la cual hace parte del sector primario, donde se desarrolla una economía tradicional, caracterizada por el monocultivo de la caña panelera, ejerciendo una presión socioeconómica sobre los recursos naturales debido al predominio del minifundio y pequeña propiedad, además sobresalen cultivos de maíz, frijol, café, fique.

La Agroindustria de panela es la mayor fuente de ingresos y generadora de empleo en el municipio de Mogotes; existen 47 trapiches, los rendimientos por hectárea de 80 a 200 cargas.

Figura 7. Asociación de cultivadores de caña y productores de panela NATURPANELA LTDA.



Fuente: Freddy Jaimes / Marco A. Vargas

Dentro de los cultivos tradicionales del Municipio se encuentra el fique, la mayoría de las veredas del municipio lo siembran, siendo materia prima para la manufactura de Sacos y en pequeña escala la confección de artesanías en fibra de fique. Otro cultivo importante es el maíz se siembra variedades regionales, la mayoría de las veredas siembran maíz, el 80 % del maíz se vende y un 20 % para el consumo de la familia. Las cultivo de frijol: Calima, con una producción entre 1000 y 1200 kilos por hectárea; el 80 % se comercializa y un 20 % para el consumo de la familia. En café, la producción es baja 1 a 2 cargas por hectárea, atacado por la broca, asociado con plátano, algunos cítricos, guayaba silvestre y en pequeña escala hortalizas y arveja.

La ganadería se fundamenta en bovinos de ceba y doble propósito con manejos inadecuados, pastoreos alternos, que impiden una nutrición y reproducción eficiente, los rendimientos en leche es de 4 a 6 litros y la ceba sale en tres años después del destete. En general el sector agropecuario presenta un deterioro persistente que traído como consecuencia problemas de orden económico y social a los habitantes y productores del Municipio, debido a factores relacionados con el atraso cultural, baja productividad y rentabilidad de la producción.

No se han establecido alianzas estratégicas sólidas que propendan por la aplicación de tecnología apropiada y sostenible para la producción, fundamentada en sistemas eficientes en el uso de los recursos naturales, suelo y agua, con paquetes que fomenten la agricultura sostenible permitiendo la producción competitiva en los diferentes mercados.

En el sector minero del Municipio se encuentra agremiado a través de la asociación AREMOS, aproximadamente 152 mineros, los cuales solicitaron a Ingeominas la concesión de tres Títulos mineros (dos de Peña y uno de Río), Dichos contratos en la actualidad no han sido suscritos. Por otro lado existen concesionados 9 títulos mineros para la explotación de material de arrastre del Río Mogoticos. Los demás mineros del Municipio se encuentran explotando material Granular sin los permisos y licencias establecidos en la Ley, y en total desacato de las normas ambientales.

**Características culturales** El Municipio cuenta con un patrimonio tangible e intangible, amplio y de gran importancia en donde la tradición musical, coral, baile y la tradición oral hacen de su quehacer cultural un modo de vida, a esto se unen elementos paisajísticos, arquitectónicos, históricos patrimonio tangible relevante, pero que desafortunadamente no se han podido promocionar y dar a conocer. Sin embargo debido a la introducción e influencia de medios audiovisuales (radio-televisión) se ha ido perdiendo gran parte de las tradiciones musicales y de danza en los menores, jóvenes, adultos. Para rescatarlo y conservarlo se requiere crear en la población sentido de pertenencia para su promoción y mantenimiento, teniendo en cuenta que los procesos culturales relevan los modos como los pueblos viven juntos, las maneras como éstos construyen sus memorias, elaboran productos y establecen lazos de confianza que posibilitan el funcionamiento de las sociedades.

**Los sitios turísticos** El Municipio de Mogotes se caracteriza por su gran variedad de escenarios naturales, paisajísticos, espeleológicos y antropológicos, que constituyen elementos de interés eco turístico, paleontológico y recreativo. Sin embargo estos atractivos en su mayoría no gozan del debido reconocimiento a nivel subregional y departamental. Así como tampoco del interés de orden científico e investigativo por su escasa difusión y accesibilidad vial. De otra parte como región de la economía, el sector turístico no ha tenido incidencia en el desarrollo del municipio, dado su aislamiento de los circuitos turísticos del departamento que permitan el flujo de visitantes a los sitios de interés.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup>[http://mogotes-santander.gov.co/apc-aa-files/30646433636262326532313531323266/CONTEXTO\\_MUNICIPAL.pdf](http://mogotes-santander.gov.co/apc-aa-files/30646433636262326532313531323266/CONTEXTO_MUNICIPAL.pdf)

Figura 8. Sitios turísticos en el municipio de Mogotes.



Fuente: <http://www.mogotes-santander.gov.co/turismo.shtml>

### 1.3 ASPECTOS LEGALES

#### 1.3.1 Leyes Nacionales

**1. Legalización Laboral;** Hace referencia a las prestaciones mensuales de pago indirecto que la nueva empresa debe realizar a las diferentes instituciones públicas y privadas.

**2. La ley 100 de 1993:** Contiene la reglamentación en materia de Seguridad Social, la cual busca fundamentalmente darle al país un nuevo sistema general de seguridad social que proporcione cobertura integral de las contingencias, especialmente las que menoscaben la salud y la capacidad económica de los colombianos.

La seguridad social es un servicio público de carácter obligatorio que se prestará bajo la dirección, coordinación y control del estado, en sujeción a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad, en los términos que establezca la ley.

**3- La ley 100 de 1993:** define claramente las obligaciones que el empleador tiene para con el trabajador por concepto de prestaciones sociales.

**4. Ley 1225 de 2008:** CONGRESO DE LA REPÚBLICA, Por la cual se regulan el funcionamiento y operación de los parques de diversiones, atracciones o dispositivos de

entretenimiento, atracciones mecánicas y ciudades de hierro, parques acuáticos, temáticos, ecológicos, centros interactivos, zoológicos y acuarios en todo el territorio nacional.

DECRETA:

**1.ARTÍCULO 1o. OBJETO:** La presente ley tiene por objeto regular la intervención de las autoridades públicas del orden nacional, distrital y municipal, en cuanto a los requisitos mínimos que deben cumplir para el funcionamiento, instalación, operación, uso y explotación, de los Parques de Diversiones, parques acuáticos, temáticos, ecológicos, centros interactivos, zoológicos y acuarios públicos o privados, las Atracciones o Dispositivos de Entretenimiento, como también las conocidas ciudades de hierro de atracciones mecánicas en todo el territorio nacional, para los ya existentes como para los nuevos, en función de la protección de la vida humana, el medio ambiente y la calidad de las instalaciones.

**2.ARTÍCULO 2o. DEFINICIONES Y CATEGORÍAS:** Para efectos de la presente ley, se adoptan las siguientes definiciones y categorías:

a) **Parques Temáticos:** Son aquellos que se instalan en un sitio o ubicación de carácter permanente o no permanente. Su principal característica se centra en el manejo de su entorno o ambientación que tiene un carácter muy definido.

b) **Centros Interactivos:** Son aquellos que se instalan en un sitio o ubicación de carácter permanente o no permanente. Su principal característica se centra en el manejo de componentes de interactividad como experimentos o piezas que permiten una educación vivencial donde se logra la transmisión de conocimientos a través de su oferta de entretenimiento, atracciones de bajo impacto, salas interactivas con experimentos o piezas educativas, donde además se pueden encontrar algunas atracciones de carácter familiar;

c) **Zoológicos o Granjas:** Son aquellos que se instalan en un sitio o ubicación de carácter permanente o no permanente. Su principal característica se centra en la exposición de animales o seres que viven en un ambiente terrestre. Estos parques tienen dentro de su oferta de entretenimiento, cerramientos o ambientes controlados donde se reproducen animales salvajes o domésticos con fines de exhibición educativa, recreativa o científica que establecerá las medidas para mejorar en la prevención y seguridad de las personas, de la vida animal, de la vida vegetal y de la preservación del medio ambiente, para el desarrollo de la presente ley.<sup>10</sup>

1.3.3 Ley Municipal y Departamental.

**DEPARTAMENTO DE SANTANDER MUNICIPIO DE MOGOTES**

---

<sup>10</sup>[www.secretariasenado.gov.co/senado/.../ley](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/.../ley)

**CONCEJO MUNICIPAL:** “Por el cual se adopta para el Municipio de Mogotes, el Esquema de Ordenamiento Territorial”

#### EL HONORABLE CONCEJO MUNICIPAL DE MOGOTES

En uso de sus facultades constitucionales y legales, en especial las que confiere el artículo 313 de la Constitución Nacional y en concordancia con la ley 388 de 1997, modificatoria de la ley 9 de 1989 y de la ley 3ª de 1991 y sus decretos reglamentarios el 879 del 13 de mayo de 1998, el 1504 del 4 de agosto de 1998 y la ley 507 de julio 28 de 1994, ley 136 de 1994.

#### **CONSIDERANDO:**

A. Que el numeral 2 del Artículo 313 de la Constitución Nacional, establece que corresponde a los concejo municipales son la autoridad competente para adoptar los correspondientes planes y programas de desarrollo económico y social y de obras públicas.

B. Que el Artículo 41 de la ley 152 de 1994 establece que los municipios además de contar con un plan de desarrollo deberán contar con un plan de ordenamiento que se regirá sobre las disposiciones especiales sobre la materia.

C. Que el Artículo 23 de la ley 388 de 1997 establece la obligatoriedad de todo municipio de formular y adoptar su Plan de ordenamiento territorial a más tardar el 24 de enero de 1999.

D. Que el Artículo 6 de la ley 388 de 1997 determina que el objeto del ordenamiento territorial municipal está orientado a complementar la planificación económica y social con el componente territorial, racionalizar las intervenciones sobre el territorio y orientar su desarrollo y aprovechamiento sostenible.

E. Que el Artículo 20 del Decreto 879 de 1998 establece que el acuerdo que adopte el plan aprobará en toda su extensión el documento técnico de soporte y los planes generales.

F. Que el Artículo 1 de la ley 507 de 1999 prorrogó el plazo establecido en el artículo 23 de la ley 388 de 1997 para que los municipios y distritos formulen y adopten los planes y esquemas de ordenamiento territorial hasta el 31 de Diciembre de 1999.

G. Que en virtud a la Ley 614 del 18 de septiembre del 2000, se modificó el término establecido en la Ley 507 de 1999 y consagró el 30 de octubre del 2000, como fecha límite para que los municipios formulen y adopten los planes y esquemas de ordenamiento territorial.

#### **ORDENA**

##### **Artículo 1º- ADOPCION.**

Adoptar por medio del presente acuerdo el Esquema de Ordenamiento Territorial para el Municipio de MOGOTES, como instrumento para la construcción y consolidación del futuro municipal.

## **DISPOSICIONES GENERALES**

### **Artículo 3º- DEFINICION.**

El Ordenamiento Territorial constituye el conjunto de decisiones para administrar el territorio del municipio, estructurados a partir de las políticas, estrategias, programas y proyectos que garanticen el uso racional y equitativo del suelo, el desarrollo económico en armonía con el medio ambiente, las tradiciones históricas y culturales y el acceso de toda la población a la vivienda, los servicios públicos y sociales, la recreación y los derechos ciudadanos consagrados en la Constitución Política en sus artículos 51, 49, 52 y 79.

### **Artículo 4º- PRINCIPIOS.**

Son principios del Ordenamiento Territorial del municipio de MOGOTES y que deben regir las decisiones administrativas y las actuaciones, los siguientes principios:

**Productividad y competitividad:** este principio hace referencia a mejorar las prácticas **agropecuarias** para aumentar la eficiencia en la producción facilitando los procesos **agroindustriales** y su vinculación al mercado subregional y Departamental.

**Desarrollo sostenible:** El Esquema de Ordenamiento Territorial en el Municipio busca que los procesos de transformación naturales, económico – sociales e institucionales, que tienen por objeto asegura el mejoramiento de las condiciones de vida del ser humano y de su producción, se establezcan en el marco de una relación armónica sin deteriorar el ambiente natural, ni comprometer las bases para las futuras generaciones.

**Equidad:** Busca generar elementos para la construcción de un proyecto colectivo y solidario a partir del fortalecimiento de la comunidad urbano - rural del municipio de Mogotes, para asegurar una distribución con igualdad de oportunidades y beneficios frente a las actividades, recursos y acciones respetando sus heterogeneidades.

**Desarrollo social y cultural:** Este principio busca la integración de los sectores público, privado y comunidad para el mejoramiento del bienestar social y cultural de toda la sociedad Mogotana a través de actividades que conducen al desarrollo pleno de las potencialidades de sus habitantes, calidad y ampliación de la cobertura de los servicios básicos, con énfasis en los grupos poblacionales más vulnerables.

### **Artículo 6º- COMPONENTES DEL ESQUEMA DE ORDENAMIENTO**

De conformidad con el artículo 11 de la ley 388 de 1997, el Esquema de Ordenamiento Territorial contempla tres componentes:

A. **Componente general:** constituido por los objetivos, políticas y estrategias territoriales de largo plazo, para la ocupación y aprovechamiento del suelo municipal; clasificación del territorio municipal en suelo urbano y rural; delimitación de las áreas de reserva para la conservación y protección del medio ambiente y los recursos naturales; determinación de áreas expuestas a amenazas y riesgos.

**B. Componente rural:** Identifica, señala y delimita la localización de las áreas de conservación y protección de los recursos naturales; áreas expuestas a amenazas y riesgos; áreas que forman parte del sistema de aprovisionamiento de los servicios públicos y para la disposición de residuos sólidos y líquidos; áreas de producción agropecuaria, forestal y minera, y los equipamientos de salud y educación.

**C. Componente urbano:** Identifica y define la estructura general del suelo urbano en lo relacionado con el Plan vial, plan de servicios públicos domiciliarios y las normas urbanísticas para las actuaciones de urbanización y construcción.

## **MODELO TERRITORIAL GENERAL DEL ESQUEMA DE ORDENAMIENTO**

### **Artículo 10º- DEFINICION.**

El componente general establece los criterios para la ocupación y aprovechamiento del suelo municipal; la clasificación del territorio municipal; la delimitación de las áreas de reserva para la conservación y protección del medio ambiente y los recursos naturales; la determinación de los sistemas estructurantes y las piezas o áreas estratégicas del territorio municipal, la articulación regional, subregional y su manejo.

### **Artículo 11º - VISION DE FUTURO.**

Se pretende convertir a **MOGOTES**, en los próximos nueve años en un municipio “**MODELO DE PAZ Y DESARROLLO AGROPECUARIO SOSTENIBLE, ENMARCADO EN LA PROYECCIÓN AGROINDUSTRIAL Y ECOTURISTICA**” a través de del fortalecimiento de los espacios de convivencia, la modernización de la productividad y la comercialización de los productos agrícolas y pecuarios, la recuperación y conservación de su riqueza hídrica y forestal; para hacer del campo un sector competitivo, prestador de servicios ambientales a nivel Subregional, Departamental y Nacional , acompañado de una perspectiva turística que permita conocer la belleza paisajista que se posee.

### **Artículo 12º - OBJETIVOS MODELO TERRITORIAL.**

1. Vigorizar los espacios de participación comunitaria para consolidar la convivencia pacífica y el desarrollo integral del municipio.
2. Incentivar la vocación **agroindustrial** y **eco turísticas** del municipio mediante el fortalecimiento de vínculos culturales, sociales y económicos con los municipios de la región consolidando el desarrollo de actividades dentro de un marco de competitividad a nivel subregional, Departamental y Nacional.
3. Recuperación, restauración y protección de las áreas de alta significancia ambiental y ecosistemas para fortalecer un desarrollo sostenible en el municipio, oferente de biodiversidad y recursos hídricos.
4. Consolidar una red de áreas de conservación del municipio involucrando: Áreas periféricas a nacimientos, cauces de ríos y quebradas, áreas de micro cuencas abastecedoras de acueductos rurales y urbanos, relictos boscosos dispersos y algunos corredores de vegetación natural aislados.

5. Elevar el nivel de vida y bienestar de la comunidad de Mogotes, mediante la planificación integral del territorio para la ocupación, manejo, aprovechamiento del suelo rural a fin de fortalecer la economía agropecuaria municipal.
6. Especialización del territorio municipal de acuerdo a su capacidad de uso.
7. Optimizar el uso de los recursos humanos y naturales existentes en el territorio de una forma sostenible, de tal forma que se convalide los conocimientos locales y fortalezca la identidad y sentido de pertenencia de sus habitantes.
8. Diseñar, planear y ejecutar proyectos de infraestructura encaminados a suplir las necesidades básicas de la población mediante la prestación de servicios públicos que contemplen planes para la mitigación de los efectos contaminantes de las fuentes de agua y el suelo.
9. Atender de manera preventiva las áreas urbano - rurales expuestas a amenazas naturales por inundación, procesos de remoción en masa, erosión para la protección de la vida y patrimonio de los habitantes del municipio.

#### **Artículo 15º- POLITICAS DE INTEGRACIÓN REGIONAL.**

Con el fin de lograr un manejo coordinado y articulado del ecosistema regional, de la funcionalidad entre los diferentes asentamientos de la región, se establecen las siguientes políticas para el aprovechamiento de infraestructura y el desarrollo regional:

10. Integración de los municipios de Mogotes, **San Gil, San Joaquín, y Onzaga** en el **Departamento de Santander** y Belén y Santa Rosita en el departamento de Boyacá para el mejoramiento de la infraestructura vial y de transporte que estimulen el desarrollo **agroindustrial** y **eco turístico** de la región.
11. Integración con los municipios de **San Joaquín, Coromoro, Ocamonte y Charalá** para la protección y manejo ambiental de ecosistemas de bosques compartidos con Mogotes.
12. Desarrollar en forma conjunta con los municipios que conforman el Cañón del **Chicamocha**, la autoridad ambiental (CAS) y el sector privado, sistemas de manejo para la conservación y protección de la vegetación natural del valle del cañón del río **Chicamocha**.
13. Promover la Vinculación de las organizaciones regionales y los municipios productores de fique **Mogotes, Aratoca, Villanueva, San Joaquín y Curití** para creación de la cadena productiva de fique<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup>[mogotes-santander.gov.co/apc-aa.../acuerdo-no-004-de-2003.pdf](http://mogotes-santander.gov.co/apc-aa.../acuerdo-no-004-de-2003.pdf)

## 2. ESTUDIO DE MERCADOS

### 2.1 OBJETIVOS

#### 2.1.1 Objetivo General

Elaborar un estudio de mercados que permita identificar la demanda y la oferta del mercado para una granja turística, los canales de comercialización, el nivel de ventas y capacidad de satisfacción del cliente, reconociendo las ventajas y desventajas del sector.

#### 2.1.2. Específicos:

- Describir el servicio mediante un análisis cualitativo que permita establecer el posicionamiento de los productos en el mercado.
- Determinar el mercado potencial y objetivo mediante datos y segmentación de mercados con el objetivo de garantizar una demanda continuada hacia el futuro.
- Establecer y cuantificar la oferta y demanda del servicio, a través de valoración poblacional de la provincia Guanentina para proyectar la oferta del producto.
- Determinar los posibles canales de comercialización del servicio, mediante el análisis de las características de la demanda y la oferta del mercado.
- Plantear estrategias de posicionamiento del servicio en el mercado falta.
- Efectuar el análisis de precios del servicio para su posterior fijación.
- Diseñar un plan publicitario utilizando técnicas creativas en comunicaciones persuasivas e identificables, a través de un estudio publicitario que puedan ser presentables en los medios de comunicación.
- Identificar las preferencias y gustos de los usuarios hacia la comercialización de servicios de la Granja Turística en la provincia Guanentina con un estudio exploratorio.

### 2.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

Este estudio muestra el montaje de una granja turística, en el pueblito jardín de Mogotes Santander, denominado por su belleza paisajística y lugar donde se realizara el proyecto de la Granja Turística auto sostenible; en ella los turistas y habitantes del municipio podrán disfrutar la visualización de los paisajes, disfrutar de procesos agrícolas, recreación sana, deportes de campo y salón, interacción con los animales domésticos, zona refrescante en donde se encuentra la piscina; para el disfrute de la estadía en un sitio campestre donde se ofrecerá la alimentación transporte, hospedaje y precios asequibles y competitivos; sin necesidad de buscar los servicios por separado, todo a la mano del visitante.

Se enseña al turista a vivir en armonía con la naturaleza, preservando y disfrutando del medio rural e interacción con los animales; donde percibirá y recibirá un servicio en las mejores condiciones de calidad; tendrá guías turísticos especializados de mostrar y explicar las bondades de cada destino en particular; con capacidad de prestar ayuda profesional ante cualquier circunstancia que pueda presentarse “aptos para todo riesgo”, mantenimiento diario de los animales y lugares donde permanecen e igual instalaciones de la Granja Turística; los alimentos elaborados para el consumo humano y de los animales tendrán de igual manera todas las instancias de calidad y limpieza.

El servicio será destacado por el cumplimiento, amabilidad, atención y disponibilidad de las diferentes actividades, dándole a sentir al turista un acogimiento propio y oportuno, de esta manera la calidad del servicio se fortalecerá y el cliente quedara satisfecho con una excelente imagen del servicio y a gusto de volver.

#### 2.2.1. Descripción, Usos y especificaciones del producto

**Descripción específica.** La finca se encuentra relativamente cerca del municipio Mogotes, a solo 5 minutos en carro y a 15 min caminando con una distancia de 1.6km por la vía que conduce hacia el municipio de San Gil, la carretera se encuentra en optimas condiciones para el transporte tanto público como particular, permitiendo que no solo quienes adquieran un plan puedan hospedarse en la finca los Pinos, sino también quienes estando en Mogotes tengan la posibilidad de compartir con su familia de un día de campo.

Mogotes es un pueblo de casas coloniales y calles empedradas, cuenta con su iglesia construida de piedra color blanca convirtiéndola en el centro del pueblo, con su parque y palmeras frescas lleno de personas agradables y atentas; a sus alrededores cuenta con restaurantes, sanitarios y un hotel tradicional para recibir a los turistas.

Figura 9. Entrada Finca Los Pinos.



**Paquetes a ofrecer:** La granja turística tiene varios servicios divididos en dos paquetes de la siguiente manera.

**1. PAQUETE BÁSICO:** Paquete Básico, permite disfrutar de actividades prestables en un recorrido, como son:

**a. Reseña Histórica del Lugar:** duración de la actividad 10 minutos; donde se narra al turista la historia y funcionamiento de la Granja Turística.

**b. Recorrido por aledaños:** con una duración de 20 minutos, se da un recorrido donde se pretende establecer un reconocimiento del Municipio de Mogotes.

**c. Visita a los Cultivos y Plantas medicinales:** En ésta etapa el visitante puede conocer todo con respecto a las plantas medicinales y cultivos cítricos.

**d. Visita al Establo:** En 15 minutos el visitante podrá interactuar con éstos animales, conociendo además sobre el manejo adecuado de sus desechos orgánicos sin ocasionar daños al medio ambiente.

**e. Visita al Establo de especies menores:** la granja Turística cuenta con un establo donde el turista puede apreciar las especies menores e interactuar, con un tiempo de 30 minutos, donde conocerá las principales características de cada una.

**f. Dar tetero a terneros y cabras:** Se le brinda un espacio a los niños y adultos, teniendo la oportunidad de alimentar a estos animales, esto se dará a partir de casos especiales. Tiempo de la actividad 40 minutos.

**g. Visita a los galpones:** conocerán el método de incubación, crianza y recolección de huevos.

**h. Hospedaje y alimentación:** El turista tendrá la experiencia de alojarse en un área natural donde podrá elegir cabañas o camping con una estadía totalmente cómoda, con un menú de acuerdo a su gusto y dinero.

**i. Zona refrescante:** Los visitantes pueden compartir un rato agradable en la piscina, si no están compartiendo en el momento las actividades de las Granja Turística.

**2. PAQUETE PREMIUM:** Permite disfrutar de todas las actividades prestables en el plan básico más las siguientes:

**a. Caminata Ecológica:** por el lugar y visita al hoyo de los pájaros, pozo del pino, y cascada del diablo: en ésta actividad el turista puede deleitarse con los agrestes paisajes propios de la región, sus balcones naturales, alrededores y disfrutar del paisaje.

**b. Cabalgata Ecológica:** Paseo a caballo por el lugar y sus alrededores, allí se le permite al visitante conocer el lugar, disfrutando de hermosos paisajes y balcones naturales.

**Nota:** no incluye las dos actividades a y b el visitante elige cualquiera de las dos.

**c. Ordeño vacas:** El visitante puede interactuar con el animal a través de ésta actividad. Tiempo de la actividad 30 minutos.

**d. Pescar:** se cuenta con 4 lagos para el servicio del turista; 2 lagos con medidas de 10\*8mts, para pescar con caña y los otros de 6\*8mts para pescar con red.

Todos los productos que se derivan de estos animales y plantas, servirán como Insumos internos para garantizar la auto-sostenibilidad de la Granja turística. Así mismo algunos productos que no requieran de procesos agroindustriales adicionales, tales como los frutos, la leche de cabra, los huevos, los animales de engorde listos para sacrificio, podrán ser comercializados a sus visitantes y a plantas de sacrificio u otras fincas.

#### 2.2.2. Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia:

En la Granja Turística a diferencia de los demás competidores se ofrece hospedaje y alimentación en el mismo lugar; brindando variedad de alojamiento ya sea en una cabaña, camping o en las instalaciones del hotel de la granja dependiendo lo que el cliente desee; respecto a la comida se le ofrecerán los platos típicos de la región o acondicionar al menú que se entregue.

Los Planes completos de actividades de recreación e interacción con los animales y trabajos agropecuarios propios del campo de los cuales se implementaran con enseñanza de una manera recreativa, educativa y tradicional, Por ejemplo, el visitante podrá él mismo ordeñar una vaca o cabra, recoger huevos, tostar o secar el café, recoger naranjas, manzanas, café, mandarinas, etc., sembrar árboles o dar alimentos a los animales.

Cuando se presente algún caso en especial respecto a un nacimiento de un animal, se realizará la respectiva programación para que sea apreciado sin importar la hora y si el visitante está de acuerdo.

Cuadro1. Comparación con los competidores

COMPARACION ENTRE LA GRANJA TURISTICA Y SUS COMPETIDORES		
EMPRESAS	OFRECE	GRANJA TURISTICA
PARQUE EL GALLINERAL	Ofrece diversidad de escenarios naturales e historia del municipio de San Gil, ofreciendo cafetería, restaurante y tiendas artesanales.	Ofrece escenario naturales más amplios, interacción con los animales y las labores del campo, hospedaje y alimentación.

PANACHI	Ofrece paisajes hermosos interacción con los animales, zona de alimentación y entretenimiento.	Además de ofrecer bellos paisajes, la interacción con los animales es más proporcionada y larga, cuenta con hospedaje variado y conocimientos e interacción con las labores del campo.
ALDEA YARIGUI	Cuenta con hospedaje, alimentación, pocos animales para la interacción, y sin un paisaje abundante y majestuoso.	El paisaje es abundante y majestuoso, hospedaje, alimentación interacción con los animales y las labores del campo.
HACIENDA SANTA BARBARA	Cuenta con hospedaje, alimentación, y con pocos animales los cuales son solo de exhibición.	Ofrece escenario naturales más amplios, interacción con los animales y las labores del campo, hospedaje y alimentación.

### 2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

#### 2.3.1. Mercado Potencial

Es aquel que representa oportunidad de venta; para este proyecto el mercado potencial lo representan los turistas que visitan el departamento de Santander y en especial aquellos visitantes que vienen a la provincia Guanentá, Comunera y Vélez, con el fin de disfrutar en plan familiar y pasar unas vacaciones agradables e interesantes.

#### 2.3.2. Mercado Objetivo

Para efectos de segmentar el mercado y según el análisis de la oferta, el proyecto se dirige a los 4.175<sup>12</sup> turistas que visitan el municipio de Mogotes al año, que gustan de estas actividades recreativas, personas de estratos 2,3 y 4 los cuales visitan la región en temporadas vacacionales, fines de semana festivos y época de fiestas.

Aquellos turistas que visitan la región, acostumbran a visitar lugares atractivos y aventureros, disfrutan cada segundo de las ventajas que ofrece la naturaleza para realizar actividades agrícolas, interacción con los animales, deportes extremos, caminatas ecológicas entre otros; los turistas que allegan desean explorar actividades innovadoras y diferentes a las habituales sintiendo el riesgo de aventura extrema.

### 2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

<sup>12</sup> Promedio calculado de datos investigados obtenidos de los hoteles y alojamientos del Municipio.

#### 2.4.1. La Demanda

##### 2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados

En el municipio de Mogotes no se ha evidenciado actualmente muestras de satisfacción turística por parte de los habitantes del municipio ni por parte de los empresarios de la región, por lo tanto, es poco reconocido a nivel departamental y nacional.

Otro aspecto relevante a tener en cuenta y que se debe considerar, es la ineficiente orientación a los turistas, llevándose una mala imagen del municipio y afectando la oportunidad de promover la diversidad de servicios existentes, coadyuvado entre otras por la indiferencia por parte de la alcaldía en acatar las leyes contempladas y que rigen para beneficio y bienestar de la población turística y de la región siendo este un lugar privilegiado por su geografía, con una gran diversidad de ambientes naturales que permiten desarrollar variedad de actividades Agro-turísticas y recreativas que proporcionan a los visitantes y a los mismos habitantes, el disfrute y conocimiento sin causar daño al medio ambiente.

En virtud a esto, se visualizó como oportunidad evidente la iniciativa de un Estudio de Factibilidad para la creación de un negocio y a la vez como una gran necesidad existente en el municipio; un sitio donde se le ofrezca a los turistas y a la comunidad del municipio, una alternativa diferente de esparcimiento y recreación, como lo son, las actividades del diario vivir del campo e interacción con los animales y la naturaleza, esto se realizaría a través de la creación de una Granja Turística, promoviendo y concientizando a los niños, jóvenes y adultos la importancia del agro y junto con esto la interacción y la sana diversión.

##### 2.4.2.2 Necesidades de Información:

- Identificar características del mercado potencial, estableciendo el tipo de demanda.
- Grado de aceptación satisfacción en la población objetivo, respecto a los servicios afines ofrecidos actualmente por la competencia.
- Épocas de mayor afluencia al municipio y la densidad de las mismas para determinar la infraestructura necesaria.
- Canales de comercialización indicados para llegar al mercado objetivo en las diferentes etapas de la prestación del servicio
- Conocimiento de disposición e interés de los turistas por participar en actividades agropecuarias del común.
- Capacidad adquisitiva del mercado para realizar actividades con el cliente para desarrollar actividades Agro-turísticas.

##### 2.4.1.3 Ficha Técnica

Cuadro 2. Ficha técnica.

<p>Tipo de investigación</p>	<p>El tipo de investigación en el presente estudio es la descriptiva la cual permite establecer las características demográficas, establecer comportamientos concretos, identificar formas de conductas y actitudes de la población que se encuentra en el universo de la investigación.</p> <p>La investigación descriptiva suministra información que ayuda a evaluar y seleccionar un curso de acción.</p>
<p>Método de investigación</p>	<p>El método de investigación es inductivo, se realiza a través de la encuesta aplicada, tomando una muestra de la población.</p>
<p>Fuentes de información</p>	<p>Fuentes Primarias: realizada por medio de la encuesta.</p> <p>Fuente secundaria: textos, revistas, documentos, libros enciclopedia, pague, biografías y otros.</p> <p>Revistas: Santander Colombia guía turística, Anuario Turismo y Sociedad</p>
<p>Técnicas de investigación</p>	<p>Se elaborará encuestas.</p>
<p>Instrumento para la recolección de información</p>	<p>Se elabora un cuestionario con preguntas concretas a cerca del tema con el fin de conocer características propias del servicio, precio, costo, beneficios, debilidades, fortalezas, entre otras; o con preguntas que sean del municipio o aledañas. La encuesta se dirige a personas de 15 a años en adelante.</p>
<p>Modo de aplicación</p>	<p>Directa</p>
<p>Definición de población (elemento, unidad de muestreo)</p>	<p>Muestreo proporcional: Teniendo en cuenta que el dato es de 4.175 turistas al año, se aplicará la siguiente fórmula:</p> $n = \frac{N (p \times q) Z^2}{(Z^2)(p \times q) + e^2(N - 1)}$

	<p>n= Tamaño de la muestra</p> <p>Z = Nivel de confiabilidad (1.96)<sup>2</sup></p> <p>p = probabilidad de éxito (50%) 0.5</p> <p>q = probabilidad de fracaso (1-p) 0.5</p> <p>e = error permitido (5%) 0.05</p> <p>N= población 4175</p> <p style="text-align: center;"><b>n=348,58511</b></p>
Marco Muestral	Se realiza por conveniencia, no probabilístico aleatorio.
Alcance	Partiendo de la segmentación demográfica el marco muestra está conformado por los turistas que llegan al Municipio de Mogotes.
Tiempo de aplicación	Primer semestre del año 2014.

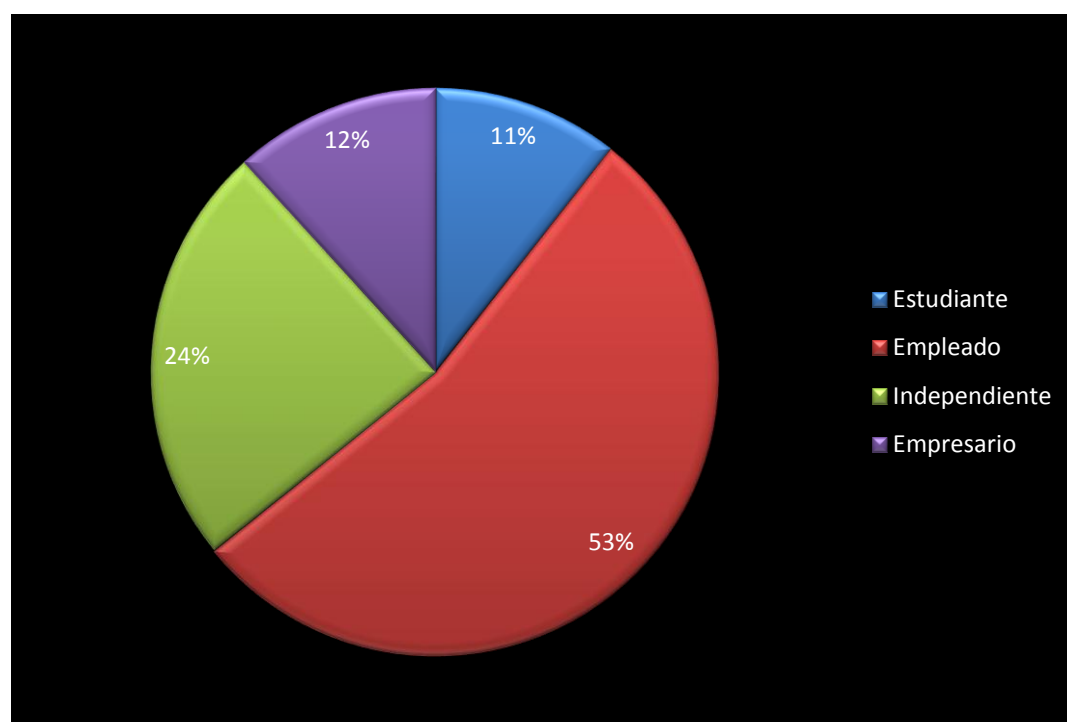
## 2.4.2. TABULACIÓN, PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

### 1. Describa la profesión

Tabla 1. Profesión

Variación	Frecuencia	Porcentaje
<b>Estudiante</b>	37	11%
<b>Empleado</b>	187	53%
<b>Independiente</b>	84	24%
<b>Empresario</b>	41	12%
Total	<b>349</b>	<b>100%</b>

Gráfico 1. Profesión u oficio.



De acuerdo con los datos arrojados, se encontró que el 11% de las personas son estudiantes; 12% son empresarios; 24% son independientes y el 53% son empleados.

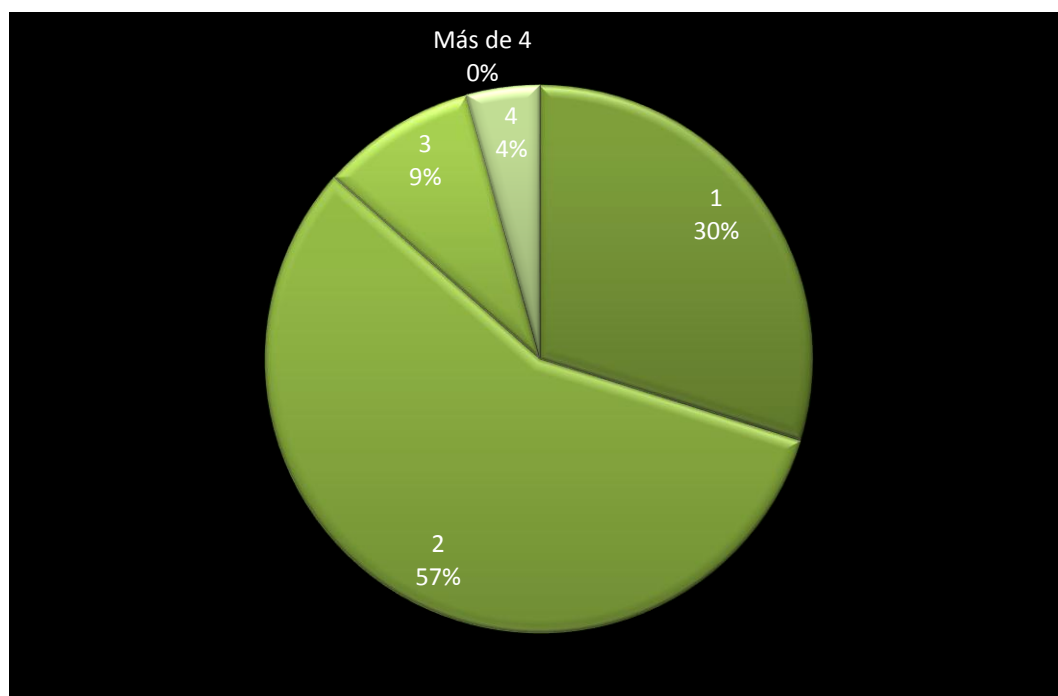
Según los datos se cuenta con un 53% de personas empleadas, siendo los posibles compradores de los servicios de la granja los cuales indican que tienen ingresos continuamente estables o en aumento persuadiendo que el mercado objetivo dejara ganancias factibles y numerosas en la Granja Turística.

2 ¿Con que frecuencia viaja al año a visitar sitios de recreación?

Tabla 2. Frecuencia en viajar

Variación	Frecuencia	Porcentaje
1	104	30%
2	198	57%
3	32	9%
4	15	4%
Más de 4	0	0
Total	349	100%

Gráfico 2. Frecuencia con los que viaja a sitios de recreación.



De acuerdo con los datos arrojados, se encontró que el 57% visitan sitios turísticos o de recreación y el 11% no visitan.

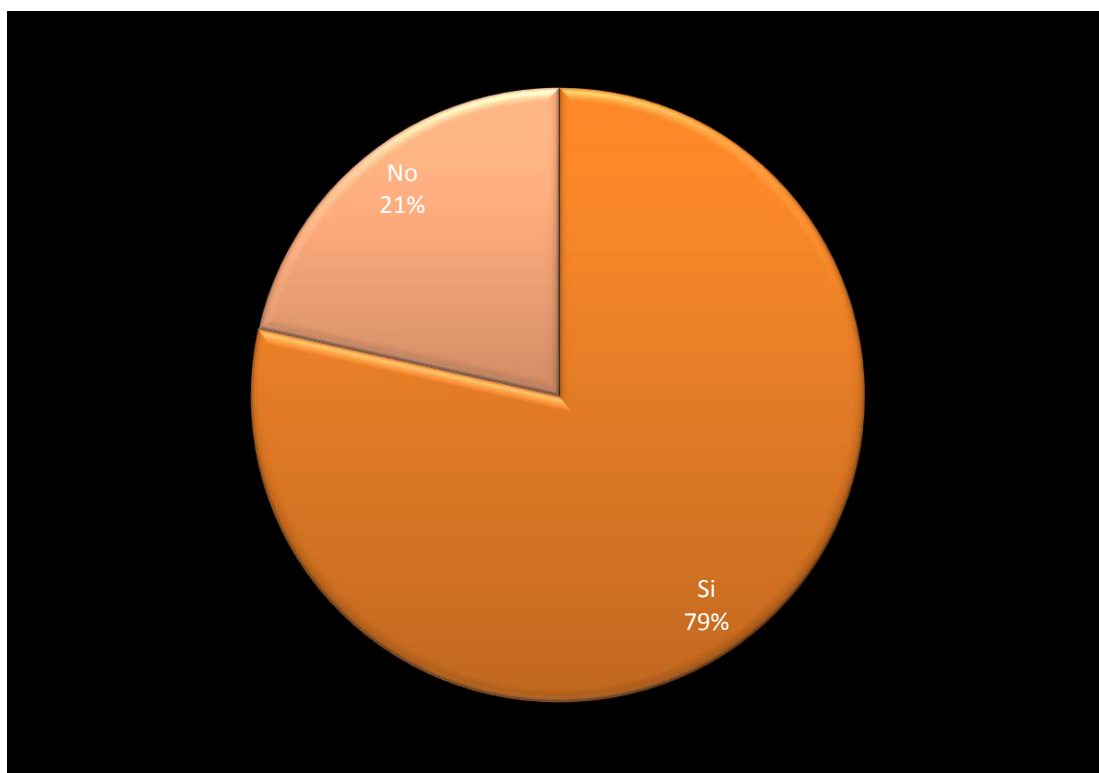
Según los datos el 83% de la población le gusta viajar a conocer sitios turísticos y/o de recreación, indicando que se obtendrá una gran audiencia para el proyecto objeto de estudio aumentando las ventas con el tiempo; el 11% de la personas que no viajan con frecuencia a visitar un sitios turísticos y de recreación se deben incentivar y verificar cuales son las causas de su negación o rechazo.

### 3 ¿Cuándo usted realiza viajes de diversión, visita fincas recreacionales?

Tabla 3. Ha asistido a lugares campestres

Variación	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	274	79%
<b>No</b>	75	21%
Total	<b>349</b>	<b>100%</b>

Gráfico 3. Asistencias a lugares campestres



De acuerdo con los datos arrojados, se encontró que el 79% si asisten a sitios de creación o cultura y el 21 no asisten.

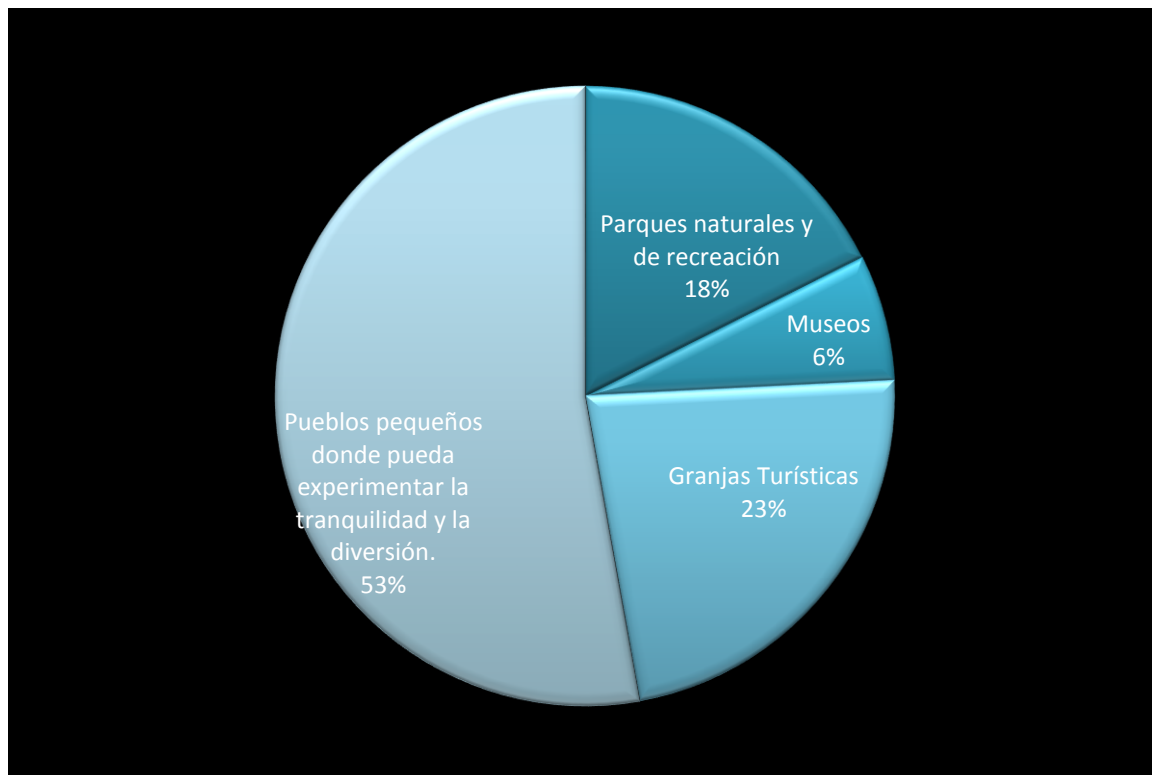
El 79% de los turistas conocen de lugares campestres y no es algo nuevo para ellos, por lo tanto se debe ofrecer en el mercado atributos diferenciadores que den a conocer para que los mismos turistas en el momento de elegir adquieran los servicios de la Granja Turística que tendrá como origen el municipio de mogotes.

#### 4 ¿Qué sitios de recreación acostumbra a visitar o conocer?

Tabla 4. Sitios de recreación acostumbra a visitar

Variación	Frecuencia	Porcentaje
<b>Parques naturales y de recreación</b>	72	18%
<b>Museos</b>	27	6%
<b>Granjas Turísticas</b>	94	23%
<b>Pueblos pequeños donde pueda experimentar la tranquilidad y la diversión.</b>	216	53%
Total	409	100%

Gráfico 4. Servicios que acostumbra a visitar.



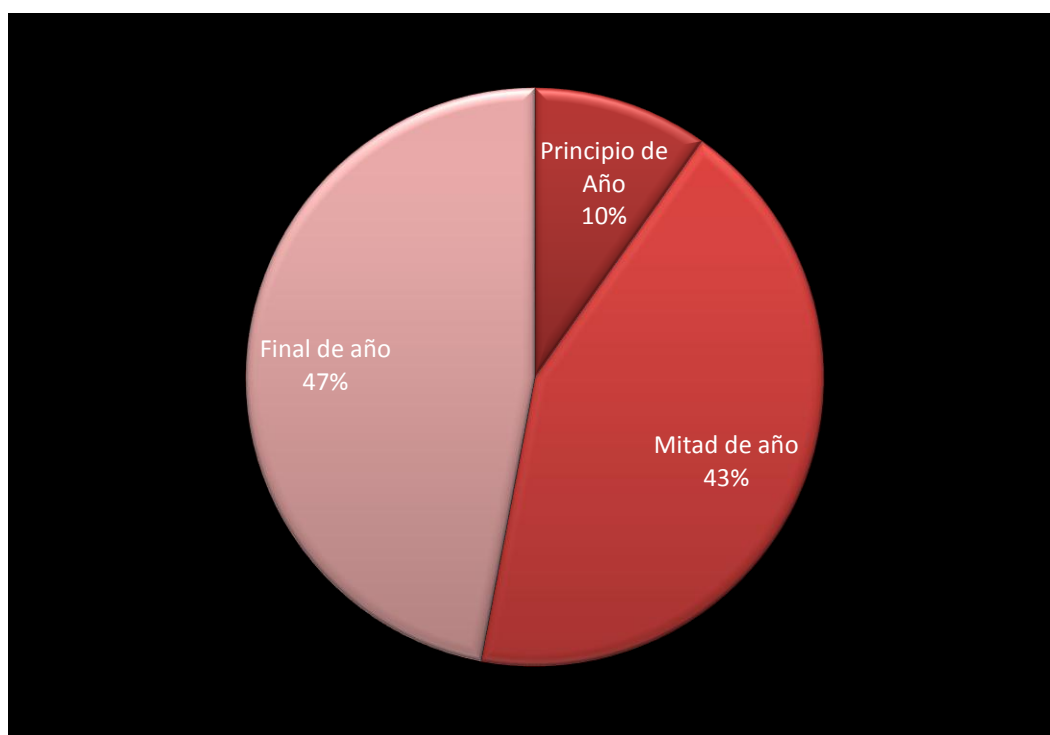
Según la encuesta el 53% de los turistas les gusta visitar pueblos pequeños donde puedan experimentar la tranquilidad y la diversión; lo que es una ventaja, por lo que el proyecto se radicara en un pueblo donde es evidente que se pretende dar al turista lo que esta buscando, contando con 19% que le gusta visitar granjas turísticas, entre estos dos rangos podemos implementar y crear un mercado a cubrir con variedad de expectativas buenas logrando un mayor cubrimiento y rendimiento en la visita a granjas turísticas.

5 ¿En que época del año prefiere para realizar viajes de recreación?

Tabla 5. Época del año que prefiere realizar viajes de recreación.

Variación	Frecuencia	Porcentaje
<b>Principio de Año</b>	62	22%
<b>Mitad de año</b>	274	8%
<b>Final de año</b>	298	29%
Total	<b>634</b>	<b>100%</b>

Gráfico 5. Época del año para realizar viajes de recreación.



De acuerdo con los datos arrojados, de 349 personas encuestadas se encontró que el 10% de las personas le gusta realizar viajes de recreación a principio de año; el 43% a mitad de año y el 47% a final de año

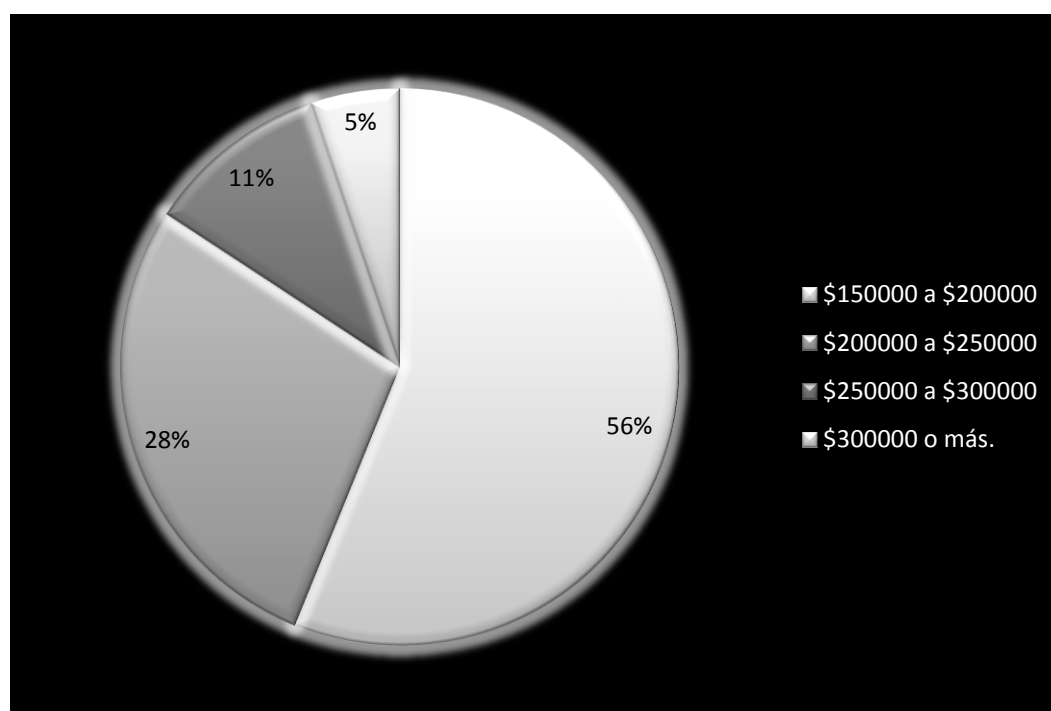
Según los datos la época del año en el que el turista desea realizar viajes de diversión es variable ya que ninguno abarca el 50%, dando un aspecto positivo para el proyecto, continuamente tendrá clientes y personas en la Granja Turística ofreciéndoles y vendiéndoles un servicio o producto. Teniendo ventaja con algunos competidores que tienen como preferencia solo los fines de semana o temporada vacacional

6 ¿Indique el presupuesto que destina para actividades recreativas y culturales?

Tabla 6. Indique el presupuesto que destina para actividades recreativas y culturales

Variación	Frecuencia	Porcentaje
\$150000 a \$200000	196	56%
\$200000 a \$250000	98	28%
\$250000 a \$300000	37	11%
\$300000 o más.	18	5%
Total	349	100%

Gráfico 6. Presupuesto destinado para actividades recreativas.



De acuerdo con los datos arrojados, de 349 personas encuestadas se encontró que 56% destina para actividades recreativas y culturales entre \$150.000 a \$200.000; el 28% entre \$200.000 y \$250.000; el 11% entre \$250.000 y \$300.000; y el 5% entre \$300.000 o más.

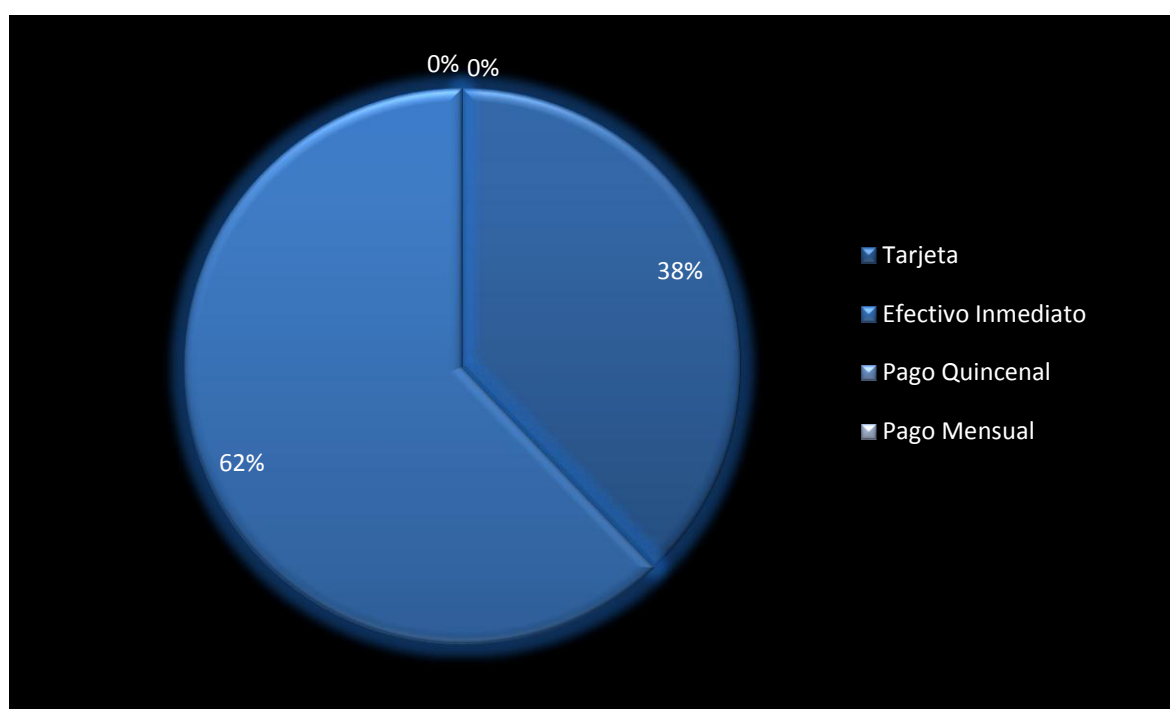
Según la encuesta arrojada los turistas destinan un presupuesto aceptable y recomendado para los precios, que se deben tener en cuenta en el momento de vender algún servicio, y estar nivelados con los precios que ofrece la competencia y con el dinero con que el cliente cuenta.

## 7. ¿Qué medio o que servicio utilizaría al momento de pagar?

Tabla 7. Medio o servicio que utilizaría al momento de pagar

Variación	Frecuencia	Porcentaje
Tarjeta	132	38%
Efectivo Inmediato	217	62%
Pago Quincenal	0	0%
Pago Mensual	0	0%
Total	349	100%

Gráfico 7. Medio de pago.



De acuerdo con los datos arrojados, de 349 personas encuestadas se encontró que el 38% pagan con tarjeta de crédito y el 62% paga en efectivo, el pago quincenal o mensual queda exonerado de las formas como se puede cancelar los servicios

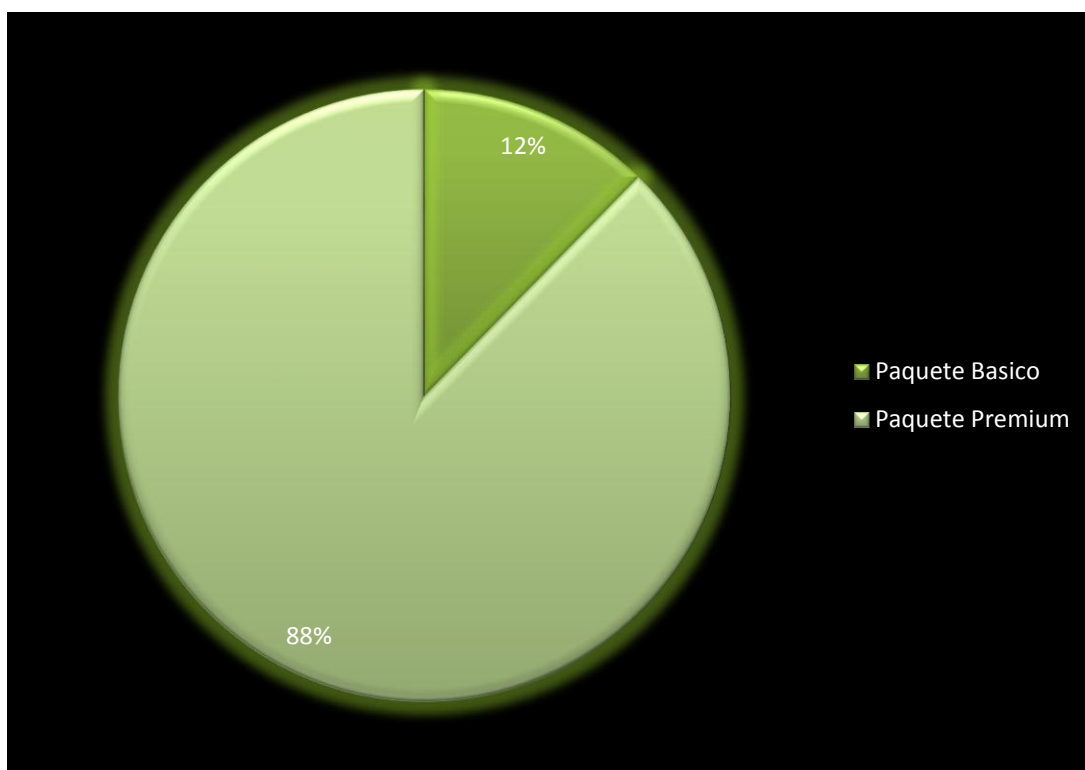
Según los resultados arrojados El 62% de los turistas o clientes pagaran en efectivo generando ganancias totales para la Granja, ya que con otra forma de pago el tiempo en espera y el ser una transacción bancaria equivalen costos que no están incluidos en el paquete y por ente debemos pagar como empresa.

8. Si el municipio de Mogotes se creara una granja turística, y presentara los siguientes paquetes ¿Cuál Consumiría?

Tabla 8. Que paquetes consumiría en una Granja Turística.

Variación	Frecuencia	Porcentaje
Paquete Básico	43	12%
Paquete Premium	306	88%
Total	349	100%

Gráfico 8. Que paquete consumiría de la Granja Turística



De acuerdo con los datos arrojados, de 349 personas encuestadas se encontró que el 12% escogerían el paquete básico y el 88% el paquete Premium

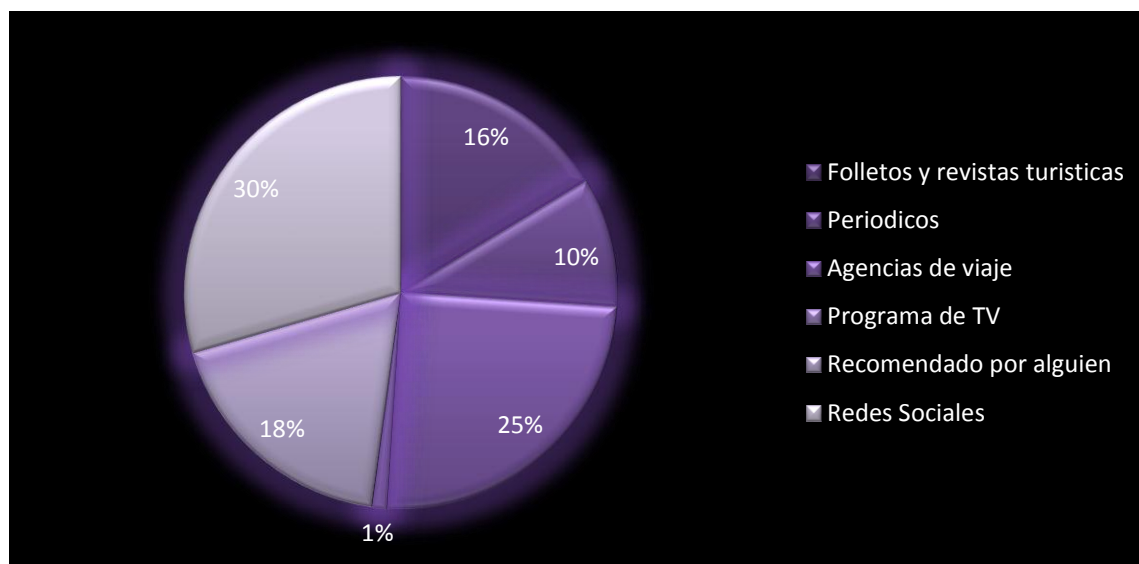
El paquete Premium tiene un porcentaje de 88% de aceptación en el mercado, teniendo en cuenta que este es el paquete más caro por sus adicciones y diferencias a los servicios que se ofrecen normalmente; pronosticando de esta manera un análisis financiero rentable y estable para la estabilización del proyecto Granja Turística creada en el municipio de mogotes.

9. ¿Cuándo requiere de un servicio recreativo por cual medio se entera de la existencia del mismo?

Tabla 9. Por cual medio se entera.

Variación		Porcentaje
Folletos y revistas turísticas	57	16%
Periódicos	34	10%
Agencias de viaje	87	25%
Programa de TV	4	1%
Recomendado por alguien	64	18%
Redes Sociales	103	30%
Total	349	100%

Gráfico 9. Porque medio se entera de los servicios recreativos



De acuerdo con los datos arrojados, de 349 personas encuestadas se encontró que el 30% de las personas se enteran de la existencia de un servicio recreativo por medio redes sociales; el 18% recomendado por alguien; el 25% por agencias de viaje; el 16% por medio de folletos y revistas; el 10% por periódicos y el 1% por programas de TV.

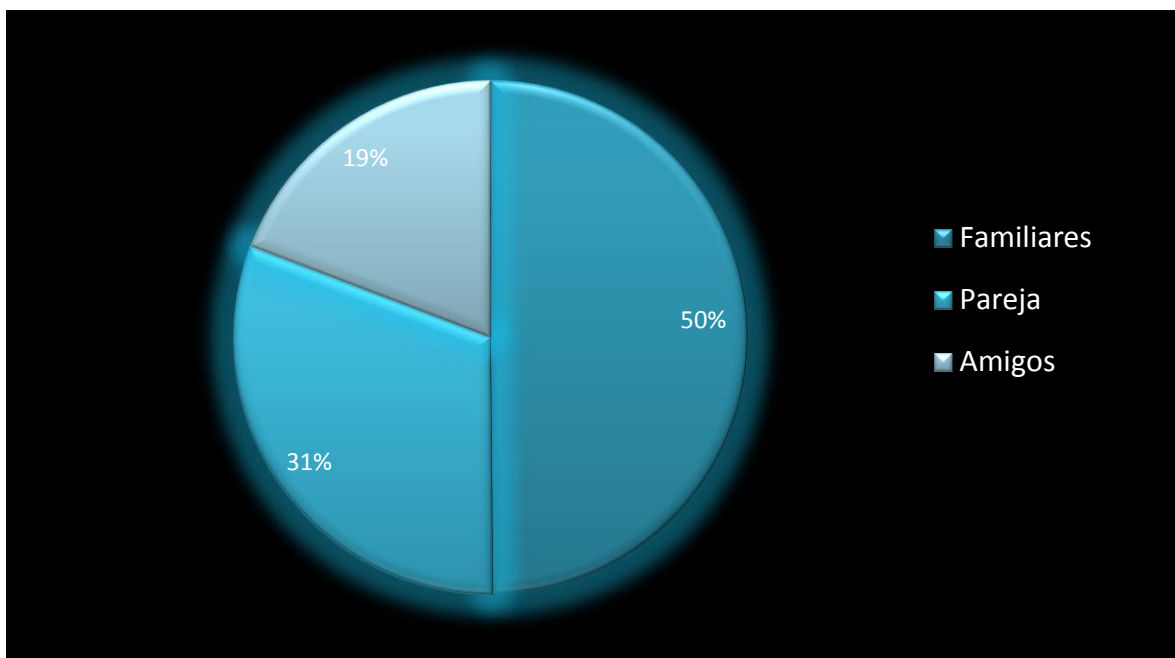
Según la encuesta es una gran estrategia que el 30% que las personas se enteren de sitios turísticos por medio de redes sociales o internet ya que generalmente las publicaciones y anuncios por internet no son tan costosos; adicionalmente hoy en día este tipo de medio es masivo y su audiencia es amplia sin incluir horarios o tiempos esta siempre disponible.

10. ¿Con quien pasa los tiempos de recreación?

Tabla 10. Con quien pasa los tiempos de recreación.

Variación	Frecuencia	Porcentaje
Familiares	174	50%
Pareja	108	31%
Amigos	67	19%
Total	349	100%

Gráfico 10. Con quien pasa los tiempos de recreación



De acuerdo con los datos arrojados, se encontró que el 50% de las personas con quien pasa los tiempos de recreación en con los familiares; el 31% con la pareja; el 19% con amigos.

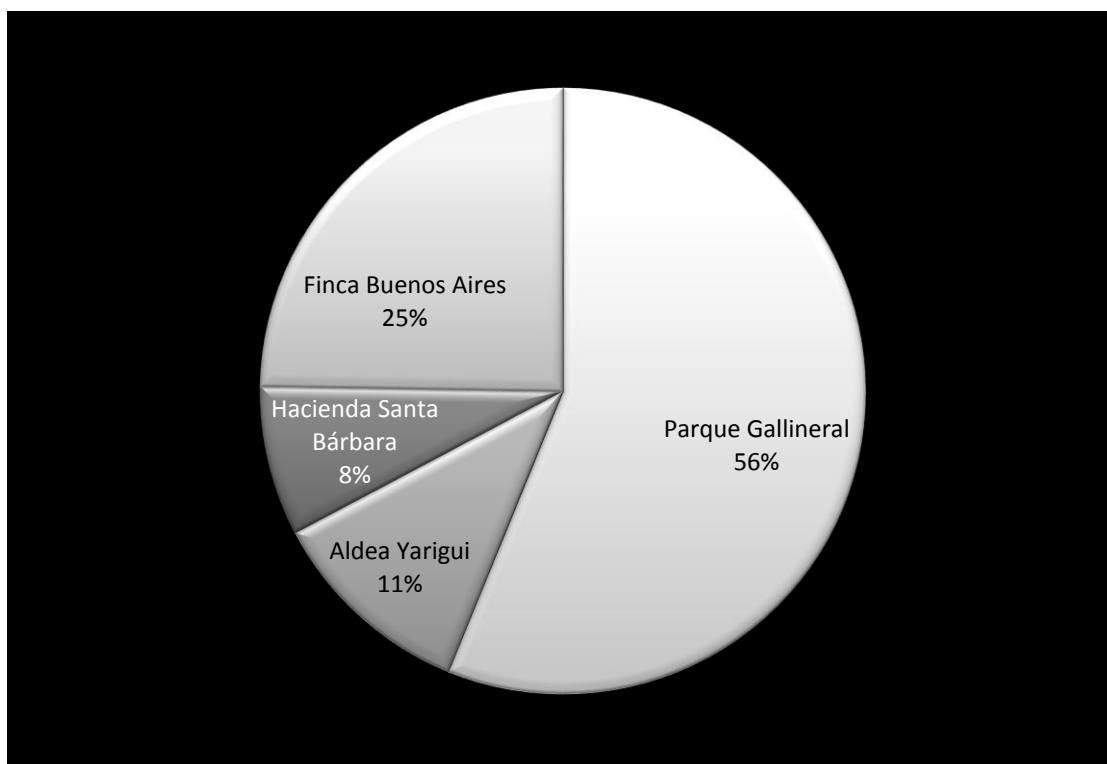
El 50% de los turistas pronosticados a visitar y adquirir los servicios son las familias dando garantía confiable y claridad al mercado objetivo que se tiene establecido en el proyecto; esto no quiere decir que el 31% y 19% no sean importantes para la Granja los servicios de la misma son para todos los gustos y edades.

11. ¿Qué sitios acostumbra a visitar en la región, cuando se trata de agroturismo?

Tabla 11. Qué sitios acostumbra a visitar en la región, cuando se trata de agroturismo.

Variación	Frecuencia	Porcentaje
Parque Gallineral	218	56%
Aldea Yarigui	43	11%
Hacienda Santa Bárbara	31	8%
Finca Buenos Aires	96	25%
Total	388	100%

Gráfico 11. Sitios que acostumbra a visitar.



De acuerdo con los datos arrojados, se encontró que el 56% de las personas cuando se trata de agroturismo deciden visitar el parque el gallineral del municipio de San Gil; el 25% la finca Buenos Aires; el 11% la aldea Yarigui y el 8% la hacienda santa bárbara.

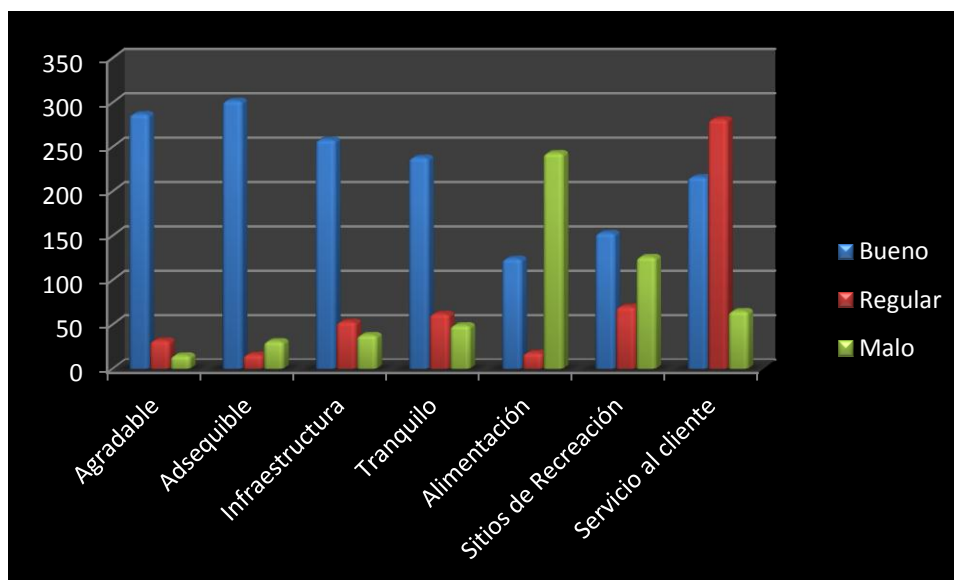
Realizando un análisis estas dos empresas de agroturismo serian los competidores claves ya que se diferencian de los demás por sus promedios lo que hace que las diferencias y servicios de la Granja Turística Monguate deben ser innovadoras frente a los competidores, siendo claves para el cubrimiento y acogimiento del mercado y rentabilidad del mismo.

12. Con respecto a la pregunta anterior califique el sitio visitado: -Bueno –Regular -Malo

Tabla 12 Opinión frente al lugar visitado

Variación / Calificación	Bueno	Regular	Malo
Agradable	287	32	15
Adsequible	302	16	31
Infraestructura	258	53	38
Tranquilo	296	4	49
Alimentación	124	18	243
Sitios de Recreación	153	70	126
Servicio al cliente	216	281	65

Gráfico 10. Opinión del lugar visitado



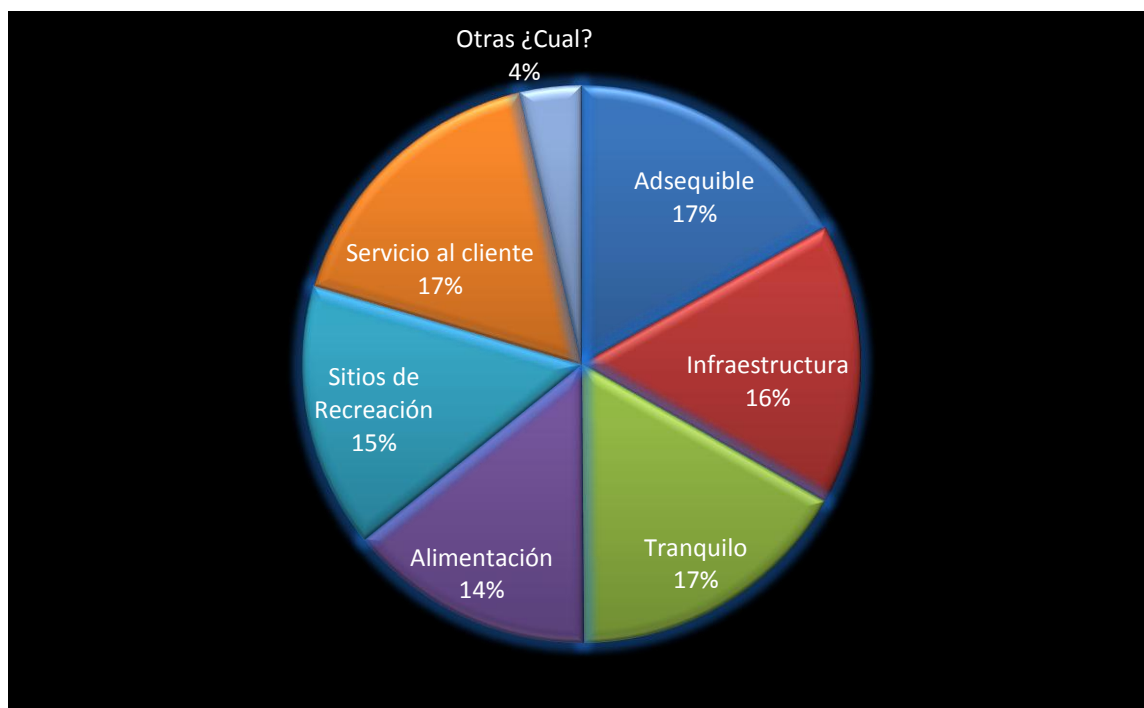
Según la encuesta se observa que se tiene una aceptación alta en el mercado y se debe seguir manteniendo a través de la granja turística, para que el mercado no decaiga y de esta manera dar a conocer más los servicios y el turismo en la región; Incentivando a que los turistas quieran conocer y explorar los grandes beneficios con los puede contar.

13. ¿Cuándo usted visita este tipo de lugar que busca?

Tabla 13. Lo que se busca en un lugar visitado

Variación	Frecuencia	Porcentaje
Asequible	349	17%
Infraestructura	338	16%
Tranquilo	349	17%
Alimentación	296	14%
Sitios de Recreación	318	15%
Servicio al cliente	349	17%
Otras ¿Cual? <sup>13</sup>	74	4%

Gráfico 11. Que se busca en un lugar



<sup>13</sup> Nota: Se sumaron la cantidad de ideas que se repitieron, a continuación se presentan las dos más buscadas por los encuestados: \*Manifestaron que buscan un lugar donde puedan reunirse en familia; que haya actividad para el más chico hasta el mayor de edad. \*Opinan que ofrezcan hospedaje, para pasar un fin de semana en un solo lugar, y no tener que buscar todo por aparte.

Más del 50% de los turistas busca sitios, asequibles, tranquilos y que tengan un buen servicios al cliente y el otro 50% le gusta con buena estructura, alimentación que cuente con sitios de recreación y que puedan reunirse en familia.

El municipio de Mogotes se destaca por su belleza paisajística, buen clima y tranquilidad que ofrece, destacando que la granja contara con zonas de recreación, descanso y buen servicio al cliente y lo más importante el compartir que podrán tener los visitantes con sus familiares a través de los servicios a ofrecer. Lo anterior teniendo en cuenta el resultado de las encuestas y el pronóstico que se puede obtener a través de las mimas.

#### 2.4.3. Estimación de la demanda:

Según cifras de parques nacionales en el 2013 se incremento el 6,4%<sup>14</sup> el ingreso de turistas a parques nacionales naturales frente el 2012 pasando de 825.544 visitantes a 878.748 en 2013.

De acuerdo a los datos obtenidos los 4.175 visitantes al municipio de Mogotes se presumen que el 23% probablemente estarían dispuestos a visitar granjas turísticas, de acuerdo a lo anterior se realiza el siguiente cálculo.

$$4.175 \times 23\% = 960 \text{ personas visitaría la granja Monguate.}$$

#### 2.4.4 Proyección de la demanda.

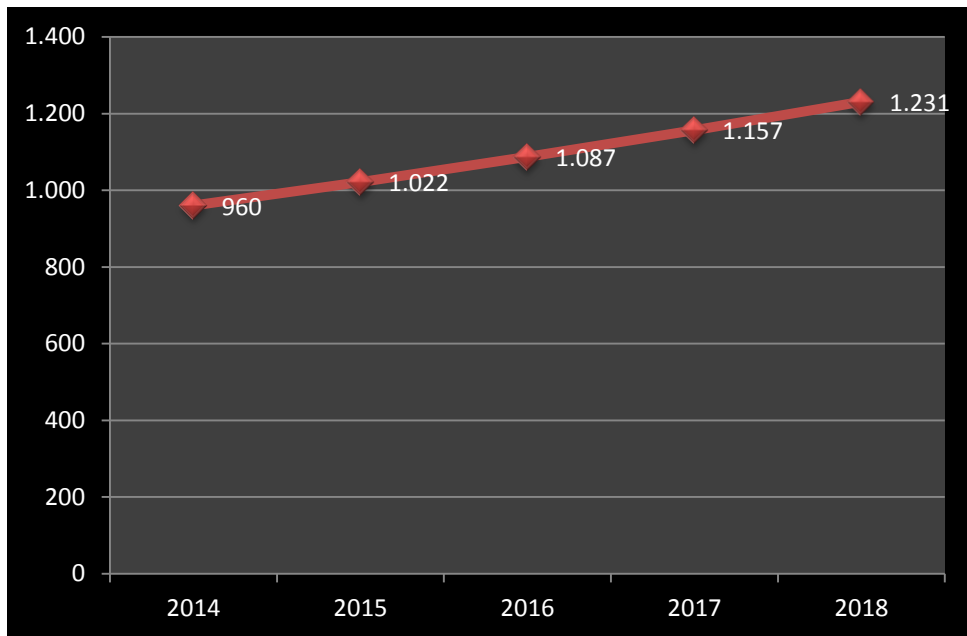
A continuación se proyecta la demanda a 5 años, teniendo en cuenta los datos de los turistas que visitan el municipio de Mogotes.

Tabla 14. Proyección de la Demanda.

<b>Año</b>	<b>N° de visitantes</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Incremento</b>	<b>Total de Visitantes</b>
<b>2014</b>	960	0,0%	0	960
<b>2015</b>	960	6,4%	61	1.022
<b>2016</b>	1.022	6,4%	65	1.087
<b>2017</b>	1.087	6,4%	70	1.157
<b>2018</b>	1.157	6,4%	74	1.231

<sup>14</sup> <http://www.citur.gov.co/Inicio.aspx>

Gráfico 12. Proyección demanda



## 2.5 OFERTA O COMPETENCIA

Las empresas que manejan actualmente esta clase de agroturismo se encuentran ubicadas principalmente en el municipio de Villanueva (Finca buenos aires), en la vía San Gil-Bucaramanga (Panachi), entre otras como la hacienda de Santa Bárbara, Aldea Yarigui y Parque Gallineral.

El desarrollo de esta etapa es fundamental ya que así se pueden determinar las estrategias de diferenciación, entre todos los servicios con los cuales se debe competir, para establecer estrategias propias aplicables.

### 2.5.1 Necesidades de información

- Tarifas o precios establecidos por la competencia y que son predominantes en el mercado.
- Qué empresas son reconocidas actualmente en la provincia Guantánamo.
- Debilidades y fortalezas de la competencia con el grado de su satisfacción y aceptación
- Medios publicitarios usados por la competencia para dar a conocer sus productos o servicios.

## 2.5.2 Ficha técnica

Cuadro 3.Ficha Técnica de la oferta

<b>Tipo de investigación</b>	La investigación es de tipo exploratoria: Correspondiente a indagaciones preliminares realizadas en el área de estudio como es la cuantificación de Empresas prestadoras de servicios de agroturismo.
<b>Método de investigación</b>	Inductivo. Permite un análisis del problema mostrando de lo particular a lo general; así los resultados obtenidos son la base teórica, sobre la cual se formulará las características del servicio de la Empresa de agroturismo.
<b>Fuentes de información</b>	Fuentes primarias: Encuestas a las empresas que prestan servicio de turismo ecológico en los alrededores del municipio de Municipio. Fuentes Secundarias. Directorios, páginas Web, oficinas de turismo municipal, cámaras de comercio y folletos de promoción turística.
<b>Técnicas de recolección de información</b>	Esta información se recolecto mediante una encuesta estructurada dirigida a empleados y/o a usuarios que hayan adquiridos el servicio de empresas con servicios similares.
<b>Instrumento</b>	Cuestionario
<b>Modo de aplicación</b>	Población de estudio. Las empresas prestadoras de servicios de agroturismo en las provincias Comunera y Guanentina. Elemento muestral. Usuarios que alguna vez hayan consumido el servicio turístico.
<b>Definición de población</b>	Sitios turísticos con aspectos iguales o similares a los de la empresa que se desea crear.
<b>Marco muestral</b>	Se tomó una muestra de 5 establecimientos
<b>Alcance</b>	Provincia Guanentina, comunera donde se encuentran posibles competidores.
<b>Tiempo de aplicación</b>	Primer semestre del año 2014.

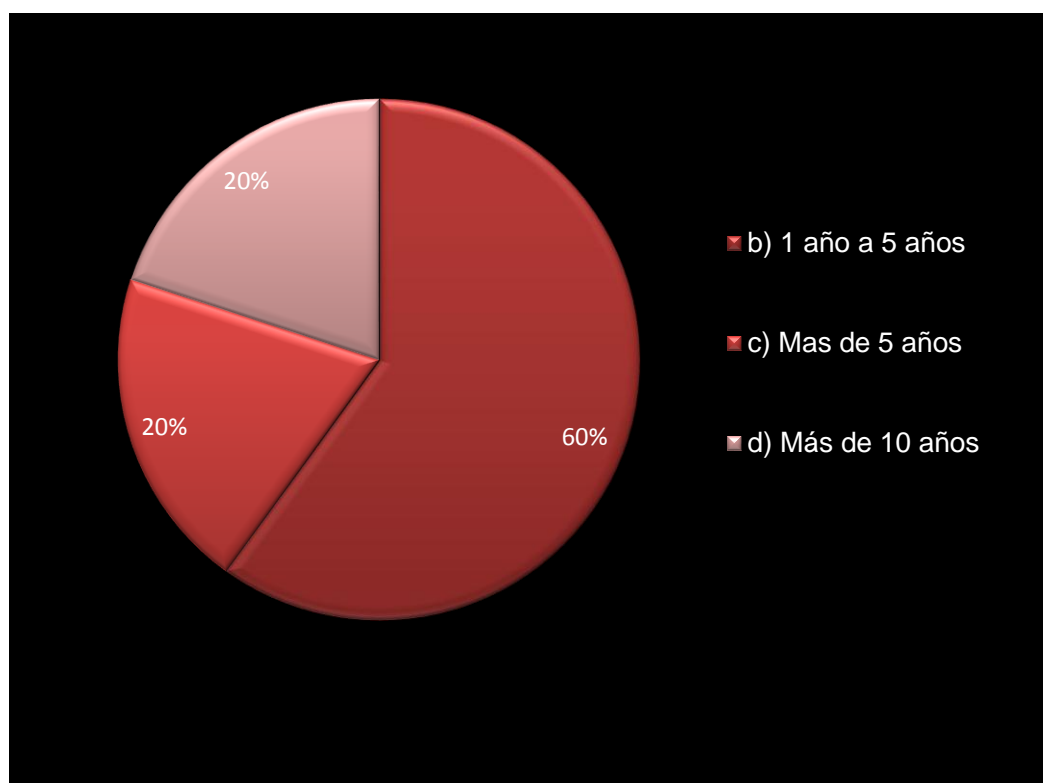
### 2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta.

#### 1. ¿Antigüedad de la empresa?

Tabla 15. Antigüedad de la empresa

VARIACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) 1 mes a 11 meses	0	0%
b) 1 año a 5 años	3	60%
c) Mas de 5 años	1	20%
d) Más de 10 años	1	20%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Gráfico 13. Antigüedad de la empresa



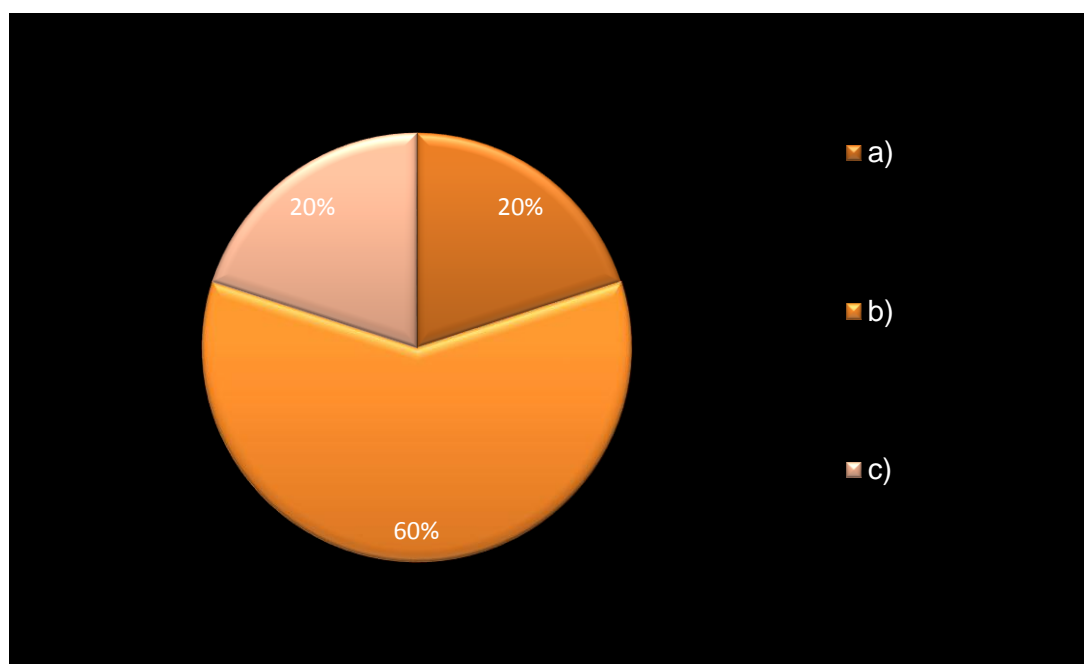
Según el análisis de los 5 competidores u ofertantes en el mercado todos tienen más de un año de antigüedad y por lo tanto de prestación de los servicios; lo que indica que cuando estemos en el mercado debemos ser fuertes competidores contar con novedad y diferencias propias del proyecto ya que estos cuentan con experiencia y con un mercado amplio.

## 2. ¿Servicios que ofrece?

Tabla 16. Servicios que ofrece.

VARIACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A	A	S
a) Ofrece diversidad de escenarios naturales e historia, ofreciendo cafetería, restaurante y tiendas artesanales.	1	20%
b) Cuenta con hospedaje, piscina, Ping Pong, billar, Camping, Bar, Caminatas ecológicas, alimentación, pocos animales para la interacción, y sin un paisaje abundante y majestuoso.	3	60%
c) Ofrece paisajes hermosos interacción con los animales, zona de alimentación y entretenimiento.	1	20%
Total	5	100%

Gráfico 14. Servicios que ofrece



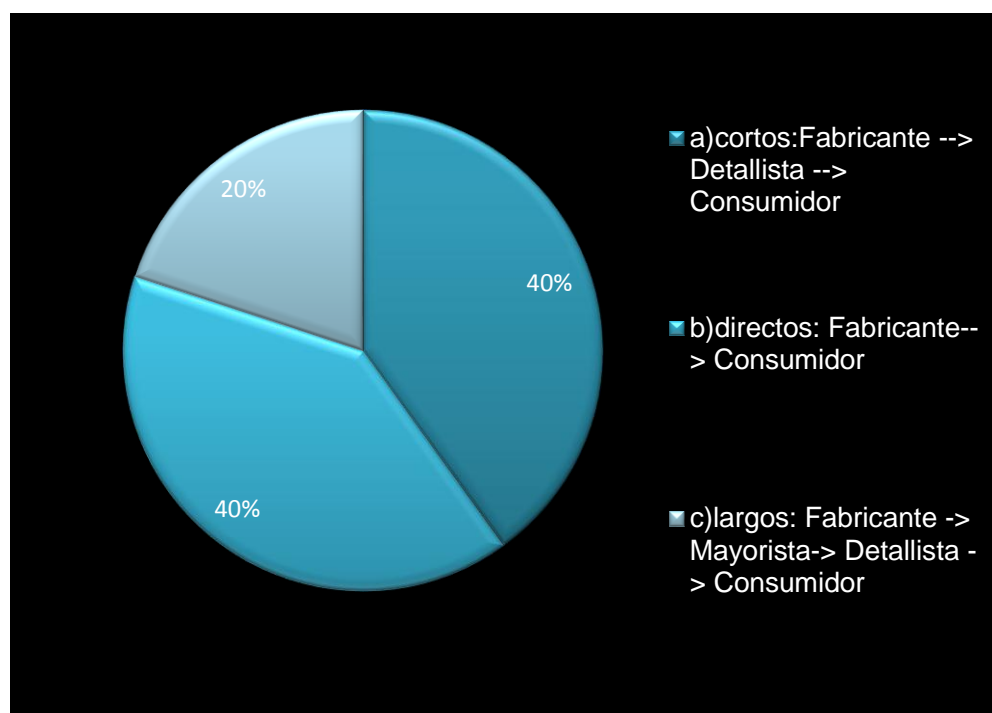
Se cuenta con variedad de servicios similares a los que se ofrecen en la Granja Turística con la desventaja de que no todos cuentan con hotel y piscina dentro de sus instalaciones lo cual se puede beneficiar de ser seleccionados entre los demandantes por cumplir con sus expectativas Ecológicas turísticas que incluyen la facilidad y comodidad de tener exclusividad en los servicios ofrecidos por lo que contamos con todas sus inspiraciones.

### 3. ¿Qué canales de distribución es el que más utiliza?

Tabla 17. Qué canales de distribución es el que más utiliza

VARIACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a)cortos: Fabricante --> Detallista --> Consumidor	2	40%
b)directos: Fabricante--> Consumidor	2	40%
c)largos: Fabricante -> Mayorista-> Detallista -> Consumidor	1	20%
Total	5	100%

Gráfico 15. Canal de distribución



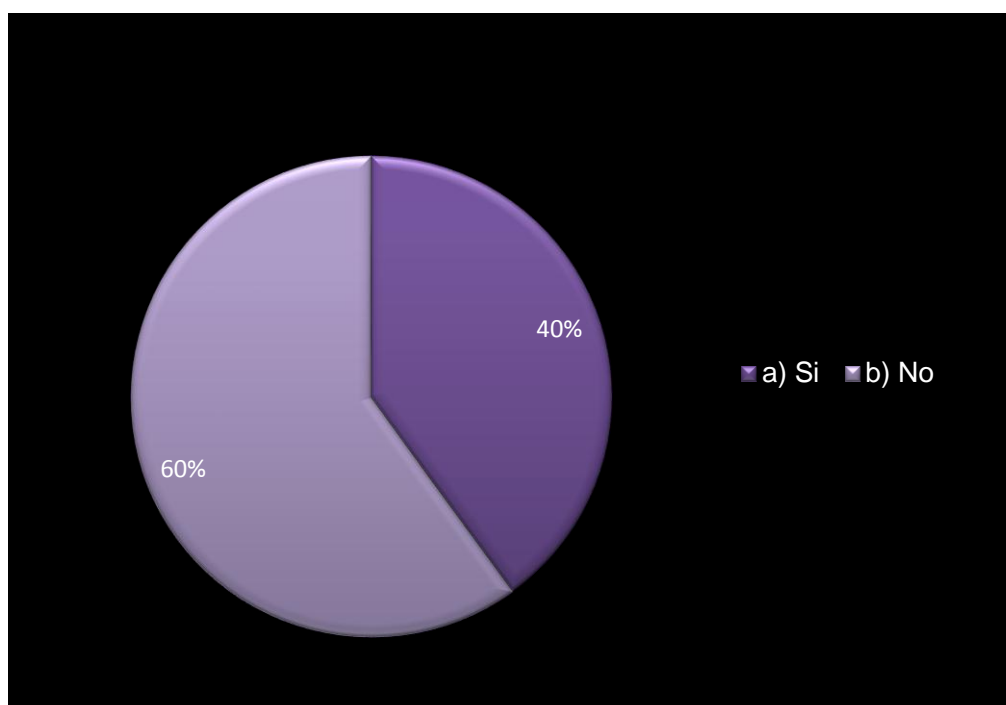
Los canales de distribución están relativamente variados entre directos, cortos y largos; aunque sería sobresaliente contar con un canal de distribución directo el cual hace que el servicio se pueda ofrecer económico sin tener tantos intermediarios y venderse más.

4. ¿La empresa maneja paquetes turísticos?

Tabla 18. La empresa maneja paquetes turísticos

VARIACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Si	2	40%
b) No	3	60%
Total	5	100%

Gráfico 16. Empresa ofrece servicios turísticos.



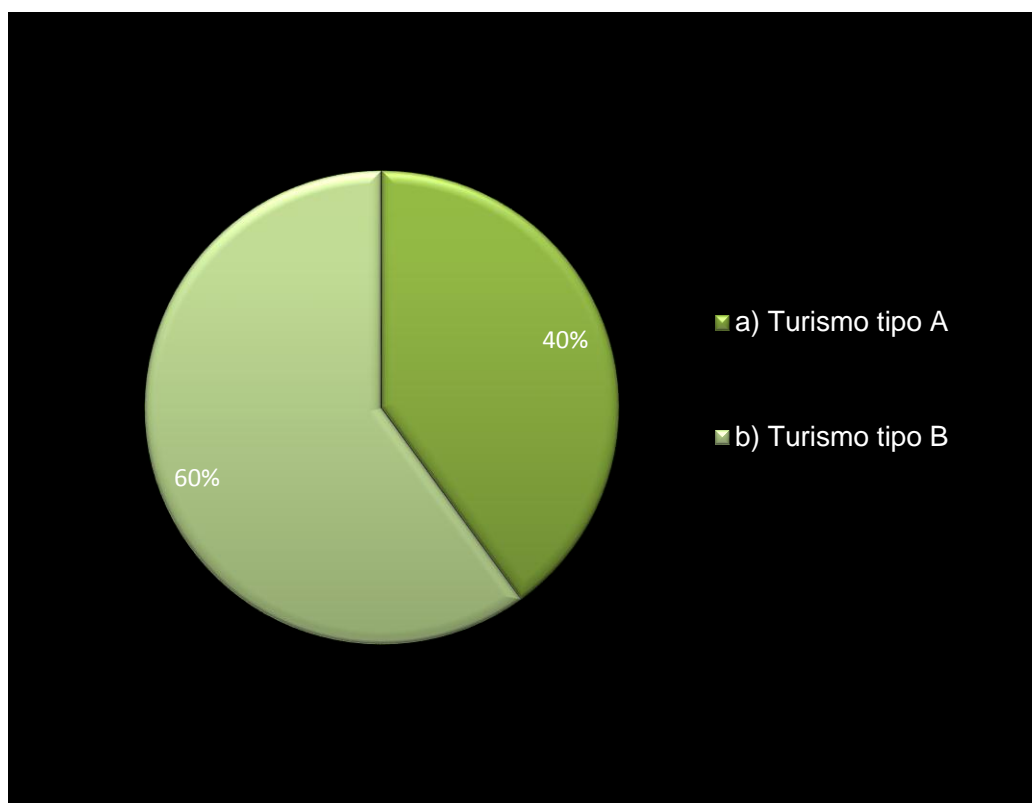
La mayoría de los ofertantes no manejan paquetes turísticos lo cual es ventaja significativa al tener una especificación y planes concretos de los que pueden adquirir con diferentes precios con opción de escoger el mejor plan para el gusto y para el bolsillo de los mismos turistas.

### 5. ¿Turistas con los que prefiere trabajar?

Tabla 19. Turistas con los que prefiere trabajar

VARIACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Turismo tipo A (de primera): Son aquellos turistas que tienen una capacidad de pago alta y buscan servicios de calidad y lujo.	2	40%
b) Turismo tipo B (de segunda): Turistas con capacidad de pago medio, dentro de este grupo se caracterizan los estudiantes, familias de un nivel socioeconómico medio y algunos viajeros independientes.	3	60%
Total	5	100%

Gráfico 17. Tipo de turistas



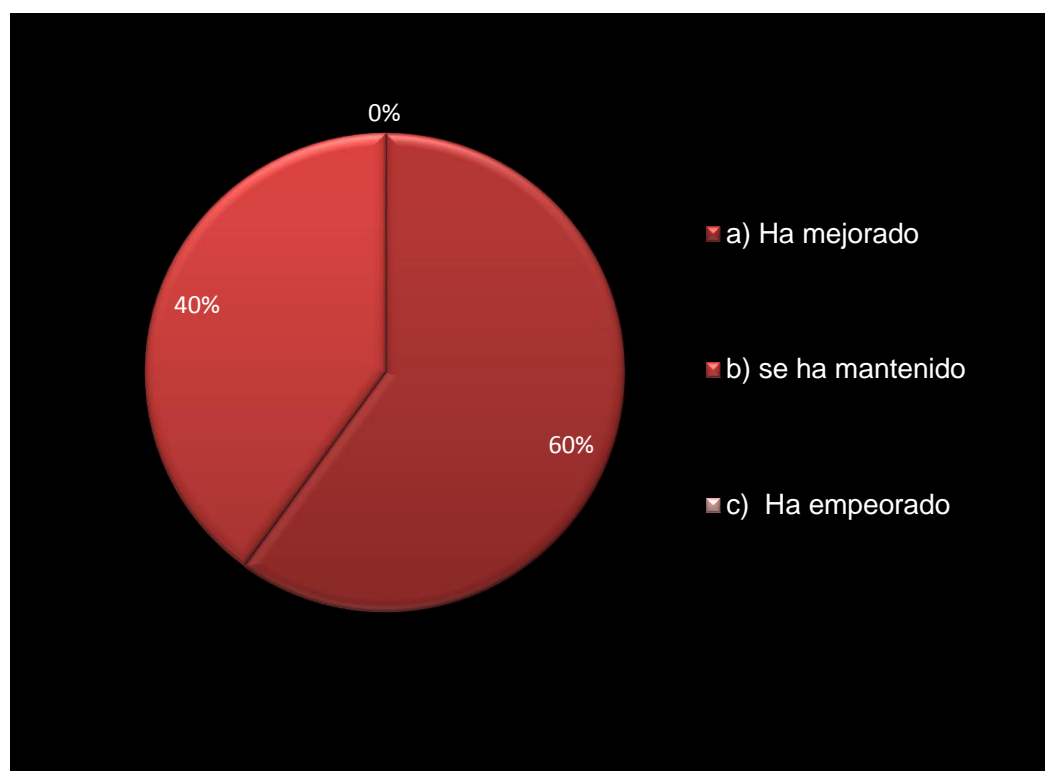
Según el análisis se debe tener paquetes de servicios lujosos y de igual manera de fácil acceso u económicos con el fin que pueda acceder toda clase turista sin perder cliente alguno.

6. ¿Qué Percepción tiene del turismo actual? (comparación con otros años)

Tabla 20. Qué Percepción tiene del turismo actual

VARIACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Ha mejorado	3	60%
b) se ha mantenido	2	40%
c) Ha empeorado	0	0%
Total	5	100%

Gráfico 18. Percepción del turismo.



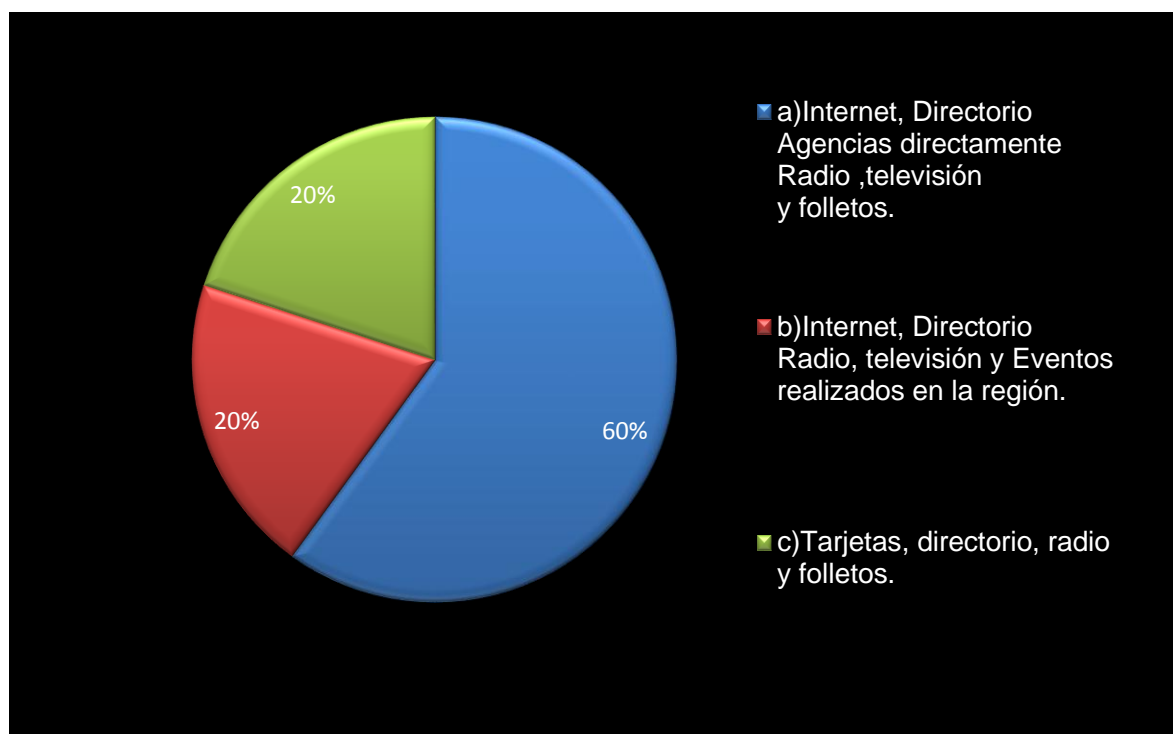
La mejora del turismo actual y en especial en el departamento de Santander fortalece el mercado turístico dando la posibilidad a corto plazo de mantener en la región el reconocimiento que tiene por su variedad, exclusividad y sitios de interés los cuales hacen tener mayor rentabilidad y punto de equilibrio en el mercado.

7. ¿Qué medios utilizan para promocionar los servicios?

Tabla 21. Qué medios utilizan para promocionar los servicios

VARIACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Internet, Directorio, agencias directamente Radio, televisión y folletos.	3	60%
b) Internet, Directorio Radio, televisión y Eventos realizados en la región.	1	20%
c) Tarjetas, directorio, radio y folletos.	1	20%
Total	5	100%

Gráfico 19. Promoción de los servicios.



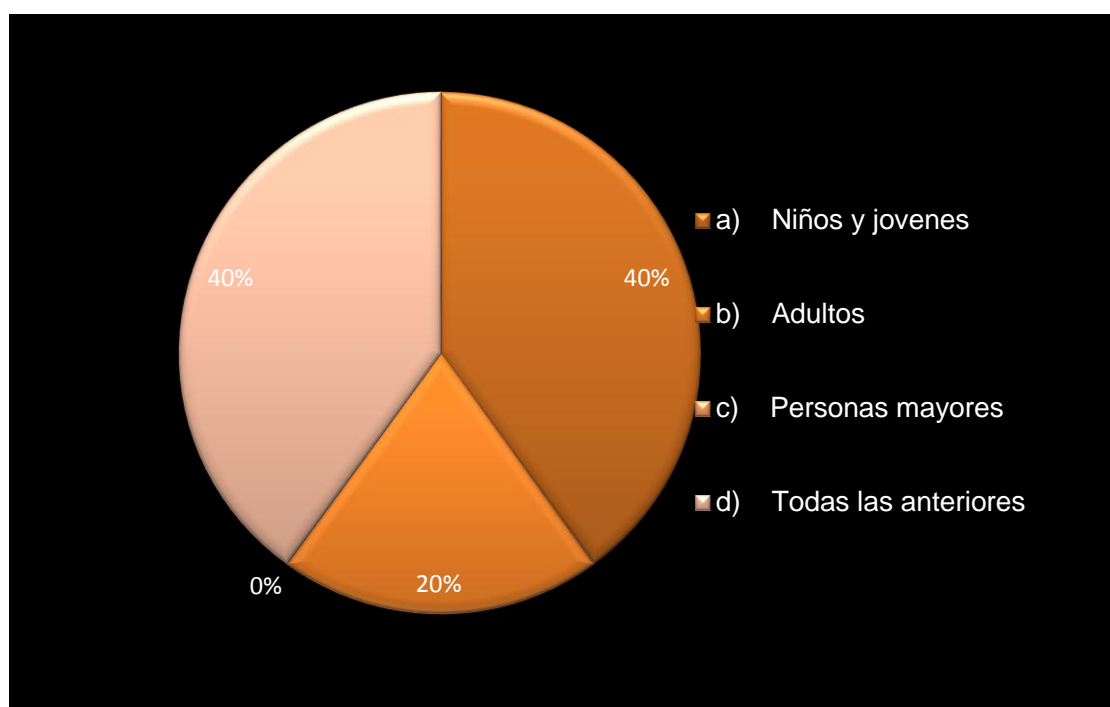
La mayoría de las empresas analizadas están actualizadas en el proceso de promocionar sus servicios son novedosos y creativos. Queriendo decir que debemos ser cautelosos en el momento de escoger la promoción de la Granja Turística escogiendo productos que sean duraderos, prácticos, visibles y llamativos; no hay que escoger aquellas promociones que las personas usualmente toman y botan sin leer perdiéndose el dinero y la intensidad del mismo.

### 8. ¿Qué tipo de turista prefiere el ecoturismo?

Tabla 22. Qué tipo de turista prefiere el ecoturismo

VARIACIÓN	FRECUENCIA	PORCETAJE
a) Niños y jóvenes	2	40%
b) Adultos	1	20%
c) Personas mayores	0	0%
d) Todas las anteriores	2	40%
Total	5	100%

Gráfico 20. Turista prefiere el ecoturismo.



Como vemos en la anterior gráfica, el proyecto tendrá que enfocarse a personas adultas y a niños y jóvenes ya que estos muestran un resultado del 40% por igualdad, para estos se desarrollaran una serie de actividades propicias para estas personas interesadas en el turismo ecológico, para que no pierdan el gusto por este.

9. ¿En promedio usted cuánto cobra por los servicios que ofrece?

Tabla 23. En promedio usted cuánto cobra por los servicios que ofrece

VARIACIÓN	FRECUENCIA	PORCETAJE
a) Menos de \$100.000	1	20%
b) Entre \$100.000 a \$200.000	3	60%
d) Entre \$200.000 a \$300.000	1	20%
e) Mas de \$300.000	0	0%
Total	5	100%

Gráfico 21. Promedio por los servicios que ofrece



Los dueños de los establecimientos establecieron su rango de mayor uso con el 60%, teniendo en cuenta las variables se tendrán encuentra un punto de referencia en los costos de los servicios, para estar estandarizados con los costos a ofrecer y no estar fuera del rango promediado de los demás ofertantes.

## 2.5.4 Análisis de la Situación actual de la competencia

Cuadro 4. Análisis Competencia.

FACTORES	PARQUE EL GALLINERAL	ALDEA YARIGUI	HACIENDA SANTAN BARBARA	FINCA BUENOS AIRES
1. Antigüedad de la empresa	Más de 10 años	De 1 año a 5 años	Más de 5 años	De 1 año a 5 años
2. Servicios	Ofrece diversidad de escenarios naturales e historia del municipio de San Gil, ofreciendo cafetería, restaurante y tiendas artesanales.	Cuenta con hospedaje, alimentación, pocos animales para la interacción, y sin un paisaje abundante y majestuoso.	Cuenta con hospedaje, alimentación, y con pocos animales los cuales son solo de exhibición.	Esta brinda a los turistas, hospedaje, piscina, Ping Pong, billar, Camping, Bar, Caminatas ecológicas, y animales de granjas.
3. Canal de distribución	<b>canal corto</b> Prestar el servicio ---- ----> Detallista ----> Consumidor	<b>Canal directo</b> Prestar el servicio ----- -----> Consumidor	<b>canal corto</b> Prestar el servicio ----- > Detallista ----> Consumidor	<b>Canal directo</b> Prestar el servicio -----> Consumidor
4. La empresa maneja paquetes turísticos	NO	SI	NO	NO

5.Turistas con los que prefiere trabajar	Turistas con capacidad de pago medio, dentro de este grupo se caracterizan los estudiantes, familias de un nivel socioeconómico medio o alto y algunos viajeros independientes.	Aquellos turistas que tienen una capacidad de pago alta y buscan servicios de alta calidad y lujo.	Aquellos turistas que tienen una capacidad de pago alta y buscan servicios de alta calidad y lujo.	Turistas con capacidad de pago medio, dentro de este grupo se caracterizan los estudiantes, familias de un nivel socioeconómico medio o alto y algunos viajeros independientes.
6.Percepción del turismo actual	Ha mejorado	se ha mantenido	Ha mejorado	se ha mantenido
7.Qué medios utilizan para promocionar los servicios	Internet, Directorio Radio, televisión y Eventos realizados en la región.	Internet, Directorio Agencias directamente Radio ,televisión y folletos.	Internet, Directorio Agencias directamente Radio ,televisión Y folletos.	Tarjetas, directorio, radio y folletos.

2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA: Esta se halla tomando la diferencia entre la demanda total y la oferta total, para este caso, no aplica debido a que el servicio que se piensa ofrecer en el municipio es nuevo y no tiene un competidor que tenga las mismas características que ofrece la Granja Turística Monguate, en la región escogida.

## 2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Cualquier empresa es de vital importancia tener un manejo acertado del canal de distribución de sus productos, ya que éste es el encargado de poner a disposición del consumidor los artículos y servicios que posee la organización.

Un canal de distribución mueve los bienes de los productores a los consumidores, salva las principales brechas de tiempo, lugar y posesión que separan a los bienes y servicios de aquellos que los utilizan, ayudando a completar las transacciones de información, promoción, contacto, igualamiento y negociación de la empresa.

2.7.1 Estructura de los canales actuales: Los tipos de canales de comercialización existentes en el turismo son:

**Canales Directos:** Cuando el prestador o el operador turístico que ha creado el producto negocia directamente con los consumidores.

**Canales Indirectos:** Cuando interviene un agente externo de comercialización, al margen del prestador. Este agente externo es un intermediario.

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales

**Distribución directa, ventajas:**

- Personal preparado
- Control directo
- Imagen intachable
- Buen sistema de comunicación vendedor-cliente
- Revende los servicios en función de la capacidad de compra de los detallistas.
- Sus horarios dan mayor capacidad de compra
- Es un complemento necesario de la distribución.
- Manejo de sus propios recursos
- El minorista satisface las necesidades del sector que está ubicando dentro de su campo de acción o situación geográfica, este le compra al mayoritario para poder llegar al cliente.

Desventajas:

- Alta inversión de activos
- Alto esfuerzo administrativo

**Distribución Indirecta**, ventajas:

- El mayorista satisface las necesidades de los detallistas
- Revende los productos en función de la capacidad de compra de los detallistas.
- Sus horarios dan mayor capacidad de compra
- Es un complemento necesario de la distribución.
- Manejo de sus propios recursos
- El minorista satisface las necesidades del sector que está ubicando dentro de su campo de acción o situación geográfica, este le compra al mayoritario para poder llegar al consumidor.

Desventajas:

- Es el que menos adecuado para la empresa porque el producto antes de llegar a su consumidor final realiza diferentes procesos, los precios son elevados y no tiene control; pero es el que más se utiliza en los productos.

2.7.3 Selección de los canales de comercialización: Los canales de comercialización más conocidos en el turismo relativamente son los directos y cortos; de acuerdo a lo anterior la Granja Turística utilizara el canal de comercialización directo, con el cual servicio será rápido, fiable, rentable y eficaz logrando que el servicio se ofrezca económico y sin intermediarios; ofreciendo una atención de buena calidad y rendidora.

## 2.8 PRECIO

Para el análisis de precios se tiene en cuenta el valor que se maneja por otras empresas y estas con sus respectivos valores se analizan para concluir el mejor criterio a tener en cuenta al momento de fijar el precio del producto.

### 2.8.1 Análisis de precios de la competencia

De acuerdo al análisis realizado y a la investigación los precios de la competencia que se asemeja a los servicios prestados en la granja, son los siguientes.

Cuadro 5. Análisis de precio.

Parque el Gallineral	Temporada baja \$6000 los nacidos en San Gil y \$8000 visitantes; en temporada alta \$8000 los de San Gil y visitantes \$10.000. Se debe tener en cuenta que el parque cuenta con zonas como restaurante, cafetería y artesanías estos precios no son obligatorios son los consumibles.
Panachi	Niños de 2 años hasta 1.40 de estatura y mayores de edad, ingreso al parque \$9.000; parque más teleférico \$22.000. Adultos: ingreso parque \$15.000 y parque más teleférico \$40.000; las demás atracciones del parque y precios van dependiendo de lo que desee adquirir de demás el turista o visitante. Atracciones en el parque. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chiva: \$ 2.000</li> <li>• Columpio extremo: \$ 10.000</li> <li>• Parque las cabras: solo tiene valor el tetero si se desea alimentarlos \$1.000</li> <li>• Chiva: \$2000 dos trayectos</li> <li>• Bugiese: tarifas sencillo \$20.000, doble \$26.000</li> <li>• Parque de avestruces \$2.000</li> <li>• Paseo en poni \$ 5.000</li> <li>• Cable vuelo: entre \$ 20.000 , \$15.000 y \$6.000</li> <li>• Cine aventura: niños \$8.000 adultos \$12.000</li> <li>• Juegos infantiles entre \$2.000 y \$10.000</li> <li>• Parapente: \$170.000</li> <li>• Pista de hielo ecológico: \$10.000</li> </ul>
Aldea el Arca de Noé	Planes <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aldea Yarigui religiosa: temporada baja \$209.000; temporada alta \$269.000.</li> <li>• Aldea Yarigui extrema: temporada baja \$189.000; temporada alta \$249.000.</li> <li>• Aventura aldea Yarigui: temporada baja \$159.000; temporada alta \$219.000.</li> <li>• Mágica aventura aldea Yarigui: temporada baja \$159.000; temporada alta \$219.000.</li> </ul>
Aldea buenos aires	Paquete: temporada baja \$130.000 y temporada alta \$160.000 Entre el paquete ofrece 2 noches 3 días, piscina, caminata ecológica, camping si lo desea interacción con los animales y disponibilidad de los juegos como pin pon, billar o tejo. No incluye alimentación.

De acuerdo a la investigación de precios de los competidores de la granja, es notable que su precios son exactos y asequibles en los diferentes servicios que ofrecen; en 2 ofrece paquetes básicos con sus servicios incluidos y sus adicionales los demás cobran por atracción o servicio

2.8.2 Estrategias de fijación de precios: En la Granja Turística “Monguate” se tendrá en cuenta los costos indirectos y directos que se utilizaran para lograr los servicios en la granja, para tenerlos en cuenta en el momento de colocarle un precio a los paquetes agro-turísticos que se ofrecerán; logrando obtener un precio competitivo y promediado en el mercado, brindando mejores opciones de comercialización y venta. Los precios analizados a la competencia se tendrán en cuenta para la fijación del precio y tener similitudes para entrar a competir en el mercado.

## 2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION

2.9.1 Objetivos: Informar, y persuadir principalmente por medio de la publicidad y promoción de los servicios que estamos ofreciendo en la Granja Turista para que los posibles compradores o clientes prefieran y adquieran el servicio en el momento de pensar en vacaciones, paseos o un simplemente un buen lugar para pasarla bien y disfrutar; siendo claros en el mensaje que queremos brindar por ejemplo: donde se encuentra, su ubicación, sus costos , beneficios y como adquirirlo; con la meta principal de persuadir a las personas y despertar la curiosidad de los mismos de querer conocer y adquirir este gran servicio.

### 2.9.2 Logotipo

Figura 10. Logotipo



El logotipo hace referencia a aquellas personas o turistas que están en la ciudad y no conocen mucho del campo y quieren interactuar con él, por medio de la Granja Turística; por tal motivo hacemos referencia con el caballo dentro del carro pues a las personas se les hace necesario vivir entre lo tecnológico y lo cotidiano, el caballo los dimensiona a un servicio que se ofrecerá en el campo donde encontraran interacción y conocimiento de animales, expresando en el bosquejo del logotipo un ambiente prodigioso y contagioso de conocer.

Porque su nombre Monguate: Para los Guanes Mogotes quería decir MON.GU-TEMON, quería decir (Baño) GU (SIERRA, MONTE O COLINA) TE (BOQUERON). Así toda la palabra significa “Baño en el Boquerón de la sierra”, o “Baño en el riachuelo que nace en el boquerón de la sierra”, se le dio un reconocimiento como pueblo jardín de Santander.

2.9.3 Slogan: El slogan o lema de la empresa es de regreso al campo, para aquellas personas que nacieron allí y debido a su crecimiento personal y laboral se trasladan a las grandes ciudades o para aquellos que no conocen de él y quieren tener una experiencia diferente a las casualmente vividas, lo obtendrán con los servicios exclusivos de la granja que da a conocer no solo como se vive en el campo sino que conocerán más afondo e interactuaran con los animales y para los que ya conocen y regresan encontraran como el campo ha progresado y las diferentes actividades atractivas que hay en él.

Figura 11. Slogan de la empresa.



De Regreso al Campo

#### 2.9.4 Análisis de Medios

Los medios de comunicación es el método por el cual los comerciantes, empresario y publicistas utilizan para dar un mensaje al mercado meta u objetivo, la elección de los medios a utilizar en una campaña publicitaria es una decisión muy importante porque repercute directamente en los resultados que se obtienen con ella; por tal motivo se debe conocer los diferentes tipos de medios de comunicación cuáles son sus ventajas y desventajas con el fin de tomar la decisión más acertada.

Tipos de medios:

- **Medios Masivos:** Son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado; También se conocen como medios medidos. Entre estos se encuentran: televisión, radio, periódico, revistas, internet, cine.
- **Medios Auxiliares o Complementarios:** Éstos afectan a un menor número de personas en un momento dado. También se conocen como medios no medidos. Este un medio por lo general visual que se encuentra en exteriores o al aire libre. Entre estos se encuentran; escrituras en el cielo, globos gigantes, carteles, bayas, anuncios en los costados de los carros, pancartas y volantes.
- **Medios Alternativos:** Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras. Entre estas tenemos: Faxes, Carritos de compras con vídeo en las tiendas comerciales, Protectores de pantallas de computadoras, Discos compactos, Kioscos interactivos en tiendas departamentales, anuncios que pasan antes de las películas en los cines y en los DVD.

2.9.5 Selección de Medios: De acuerdo con el tipo de servicio a ofrecer y el mercado objetivo, donde la publicidad se debe hacer extensiva a nivel regional se han seleccionado los siguientes medios:

- ❖ **Televisión de local:** Es importante porque, por medio de este se proporciona una variedad de estímulos amplios, al combinar imagen, sonido, movimiento y contenido; los espectadores enfocan más el mensaje y su reacción es pronta; generando una audiencia alta y se dando a conocer la Granja Turística “Monguate”
- ❖ **Radio:** Es un medio personal y portátil cualquier persona está en disponibilidad de escuchar y de tener fácil acceso, su costo no es alto y su cobertura de audiencia es masiva dándose a conocer la granja en los lugares remotos y pequeños.
- ❖ **Internet:** Este capta la atención de los internautas por este medio podrán distinguir de las principales actividades de la Granja y fotos de las mismas, incentivándolos a conocerla y promocionarla. Se debe tener anuncios interesantes y atractivos para subir la audiencia.
- ❖ **Volantes:** Los volantes dan a conocer la Granja de forma directa e inmediata, se utiliza para promocionar los servicios o eventos especiales que se programen en la misma y se deben entregar en sitios donde se encuentre el mercado objetivo y estén buscando este tipo de servicios, para que no sean desperdiciados y votados.
- ❖ **Valla publicitaria:** estas vallas se colocaran en sitios estratégicos son importantes porque hacen que el cliente o espectador centre su atención en ellas, despertando la curiosidad de conocer.
- ❖ **Periódicos:** es un medio de fácil acceso y muy adquirido por la personas que les gusta leer e informarse de lo novedoso que hay.
- ❖ **Tarjetas de presentación:** Estas son importantes para darle imagen y elegancia al servicio en el momento de ofrecerlo. Los datos que se coloquen deben ser precisos y claros debido a que estas tarjetas son pequeñas y la información es poca pero importante.

2.9.6 Estrategias Publicitarias: Inicialmente se pretende establecer una campaña publicitaria de pre-lanzamiento o expectativa, donde se deje un mensaje corto y una duda en el consumidor, despertando en éste interés en lo que se pretende ofrecer, dicha campaña se realizará en un periodo no superior a los quince días, terminando con el inicio del lanzamiento del servicio en el mercado.

En la etapa de introducción al Mercado, se enfatizará en dar a conocer los servicios prestados y la posibilidad de aprender mientras se divierte al desarrollarlas actividades propias de una granja pero con un desarrollo sostenible, para tal fin se realizará la agentes turísticos, que den a conocer dicha información, éstos se ubicarán en los principales sitios turísticos de Mogotes.

2.9.7 Presupuesto de Publicidad y Promoción: Basados en la realidad y de acuerdo al análisis de medios y selección de los mismos, se debe tener un presupuesto promediado, ya que la mayoría son medios masivos los cuales tienen mayor ventaja, rentabilidad y garantía por tener mayor número de audiencia y el mensaje de publicidad tendría más acogida; los medios de comunicación como los auxiliare no tienen un costo elevado y los

medios alternativos se podrían tener un poco más adelante cuando la Granja ya tenga buen capital de trabajo.

#### 2.9.7.1 De lanzamiento:

En el lanzamiento de la idea innovadora utilizaremos los siguientes medios.

Tabla 24. Tipo de publicidad

Medio Publicitario	Descripción
Afiches	150 unidades
Tarjetas de presentación	1.500 Tarjetas de presentación
Página Web (Diseño)	Global
Evento de Activación	Evento de Marca o logística
Total presupuesto	

#### 2.9.7.2 De operación

El valor indicado en la tabla de los medios seleccionados es para cada mes.

Tabla 25. Publicidad de operación

Medio Publicitario	Descripción
Afiches	150 unidades
Tarjetas de presentación	1.500 Tarjetas de presentación
Página Web (Diseño)	Global
Cuñas radial	15
Arriendo de valla Publicitaria	4 Unidades

## 2.10 RESULTADOS Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Una vez efectuado todos los pasos requeridos para definir este capítulo tan importante para el estudio de mercado se concluye lo siguiente:

- ✓ A través del estudio de mercados se pudo identificar que el 79% de los turistas visitan fincas recreacionales y el 88% les gusta realizarlo en plan familiar; factor positivo para la puesta marcha de la Granja, ofreciendo buenos resultados lucrativos para el futuro de la misma.
- ✓ De acuerdo a las investigaciones realizadas se ha tenido un incremento de 878.748 visitantes en el año 2013 frente al 2012 que fueron 825.544 visitas que los turistas realizaron a parques nacionales naturales
- ✓ Se identificó que el 88% de los turistas les gustaría consumir el paquete Premium de la Granja, más costoso que el paquete básico; indicando niveles de oferta masiva y con posibilidades de comprar y adquirir más fácil los servicios ofrecidos.
- ✓ Actualmente la percepción que se tiene del turismo con respecto a los años anteriores se ha posicionado en un 60%.

- ✓ El servicio se proyecta a tener cada vez más demandantes debido a la poca oferta existente y al aumento del turismo.
- ✓ Se analizaron los servicios diferenciadores de la competencia y se pudo concluir que los servicios que se ofrecen en la Granja Turística son más complementarios, la interacción con los animales es más proporcionada y larga, cuenta con hospedaje variado y conocimientos e interacción con las labores del campo.
- ✓ La estrategia de mercado y comercialización se debe desarrollar a través de la publicidad previa al lanzamiento de la factibilidad del montaje de la empresa, para ello se prevé anuncios radiales, tarjetas de presentación, volantes, pasacalles y el diseño de una página web inclusive

### 3. ESTUDIO TECNICO

#### 3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

El estudio técnico comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad del servicio, el cual supone: la determinación del tamaño más conveniente teniendo en cuenta las estimaciones futuras del mercado; la identificación de la localización final apropiada, y la selección del modelo tecnológico y administrativo que garantice la utilización óptima de los recursos disponibles para la prestación del servicio de eco-turismo y agro-turismo.

##### 3.1.1 Descripción Del Tamaño Del Proyecto

Los 4.175<sup>15</sup> turistas y los 11.572<sup>16</sup> habitantes del municipio, podrán disfrutar de procesos agrícolas, recreación sana, deportes de campo y salón, interacción con animales domésticos, zona refrescante donde se encuentra la piscina, alimentación transporte y hospedaje. Todo a precios asequibles y competitivos, sin necesidad de buscar los servicios por separado, todo a la mano del visitante para el disfrute y la estadía en un sitio campestre

##### 3.1.2 Factores que Determinan el Tamaño de un Proyecto

- **El tamaño del proyecto y la demanda.** Para el servicio de ecoturismo, la demanda es el factor que condiciona el proyecto en mayor grado debido a la característica cíclica del mercado, es decir, una demanda del servicio afectada por épocas de vacaciones o descansos determinados. Sin embargo, por tratarse de un servicio nuevo y que está necesariamente afectado por el mercado regional de servicios del ecoturismo, se plantea un cubrimiento conservador pero ascendente en los cinco años del proyecto. Cabe aclarar que la demanda insatisfecha ya se encuentra proyectada con el crecimiento empresarial del sector, por lo tanto, el 2% adicional corresponde a un índice de crecimiento mercado, generado por los esfuerzos publicitarios y de promoción implementado por la empresa, así como un mayor cubrimiento del mercado y consolidación de la empresa.
- **El tamaño del proyecto y los suministros e insumos.** El requerimiento de insumos necesarios para el desarrollo de las actividades de agroturismo, se centran básicamente en materiales de publicidad y promoción, suministros para el mantenimiento de las instalaciones, de los cultivos, de animales y demás elementos de uso específico en cada actividad. Dichos insumos no presentan restricción alguna para su consecución en ciudades intermedias y ciudades capitales cercanas al área de influencia del servicio.
- **El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos:** En el área administrativa del servicio se hace necesario la compra de muebles y enseres de oficina, y equipos de cómputo y comunicaciones, los cuales poseen excelente oferta en el mercado local y nacional a precios competitivos y en variadas marcas y niveles tecnológicos, lo cual hace posible

---

<sup>15</sup> Resultados de investigación

<sup>16</sup> Pág. del Municipio de Mogotes

que la empresa de ecoturismo tenga la elección en cuanto a calidad y características de los mismos.

- **El tamaño del proyecto y la localización:** El proyecto se realizara en el municipio de Mogotes a 32 km del municipio de San Gil, en la vereda Hoyo de los Pájaros, en una finca llamada Los Pinos contando con 4,2 hectáreas en que se disfruta un clima agradable y refrescante, donde se puede disfrutar de las frutas, naturaleza y compartir con los animales.
- **El tamaño y el financiamiento:** Se requiere del capital económico para maquinaria, equipos de oficina y semovientes, se tomara en arriendo el lugar.

### 3.1.3 Capacidad del proyecto

3.1.3.1 Capacidad Diseñada: Teniendo en cuenta la expansión de la empresa y el incremento progresivo de los visitantes en la región Guanentá, Comunera y Vélez se maneja una capacidad máxima de la construcción, esto está distribuido según la temporada: alta, media o baja.

Según las edificaciones de la granja turística se distribuyen en un área de 4,2 hectáreas, en la cual la casa-hotel se ubica en un área de 36 x50 mts, para hallar la capacidad diseñada se hará de la siguiente manera:

#### CASA-HOTEL

En la casa-hotel se encontrarán 18 habitaciones; cada una contara con un espacio para 6 personas teniendo como un total de 108 personas y 28 habitaciones para pareja teniendo como resultado 56 personas alojadas, esto arrojará un total de 164 personas.

#### CABAÑAS

Serán 5 cabañas distribuidas así: 3 de ellas tendrán medidas de 7x7mts con capacidad de alojar 6 personas, para un total de 18 personas; las 2 restantes tendrán medidas de 5x5 mts, perfecta para 4 personas, un total de 8 personas, esto da un total de 26 personas en cabañas.

Sumando los dos datos obtenidos da un total de 190 personas, capacidad diseñada para el proyecto.

3.1.3.2. Capacidad Instalada: Comprende el número de servicios que la empresa ofrecerá en el mercado, condicionado por las horas reales de trabajo. Corresponde a la capacidad máxima disponible permanente.

Horas disponible por año= 30 días laborables/mes x 12 meses/año x 9 horas/día = 3.240 horas/año; tiempo estimado promedio.

Por cada paquete plan de turismo que se ofrece es de 120 minutos por recorrido del plan, con una capacidad de vender 4 paquetes turísticos al día, contando con un total de 1620 horas en prestando el servicio de recorridos, al año serian 405 servicios al año.

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada: Esta se hallará a partir del 60%, de la posible demanda de la granja; mientras se da a conocer y se extiende la publicidad de esta. En toda empresa nueva en el mercado, deberá ir surgiendo conforme a la prestación evolutiva de los servicios

Teniendo como base la capacidad diseñada, suponemos que todos los fines de semana se ocuparan la casa hotel y cabañas, luego dará un resultado de 9.880 personas alojadas en la granja, en un año. Ahora bien este número se le aplicara el porcentaje sustentado en el párrafo anterior

Tabla 26. Capacidad utilizada

<b>Año</b>	<b>Personas alojadas</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Capacidad Utilizada</b>
<b>1</b>	9880	60%	5928
<b>2</b>	9880	70%	6916
<b>3</b>	9880	80%	7904
<b>4</b>	9880	90%	8892
<b>5</b>	9880	100%	9880

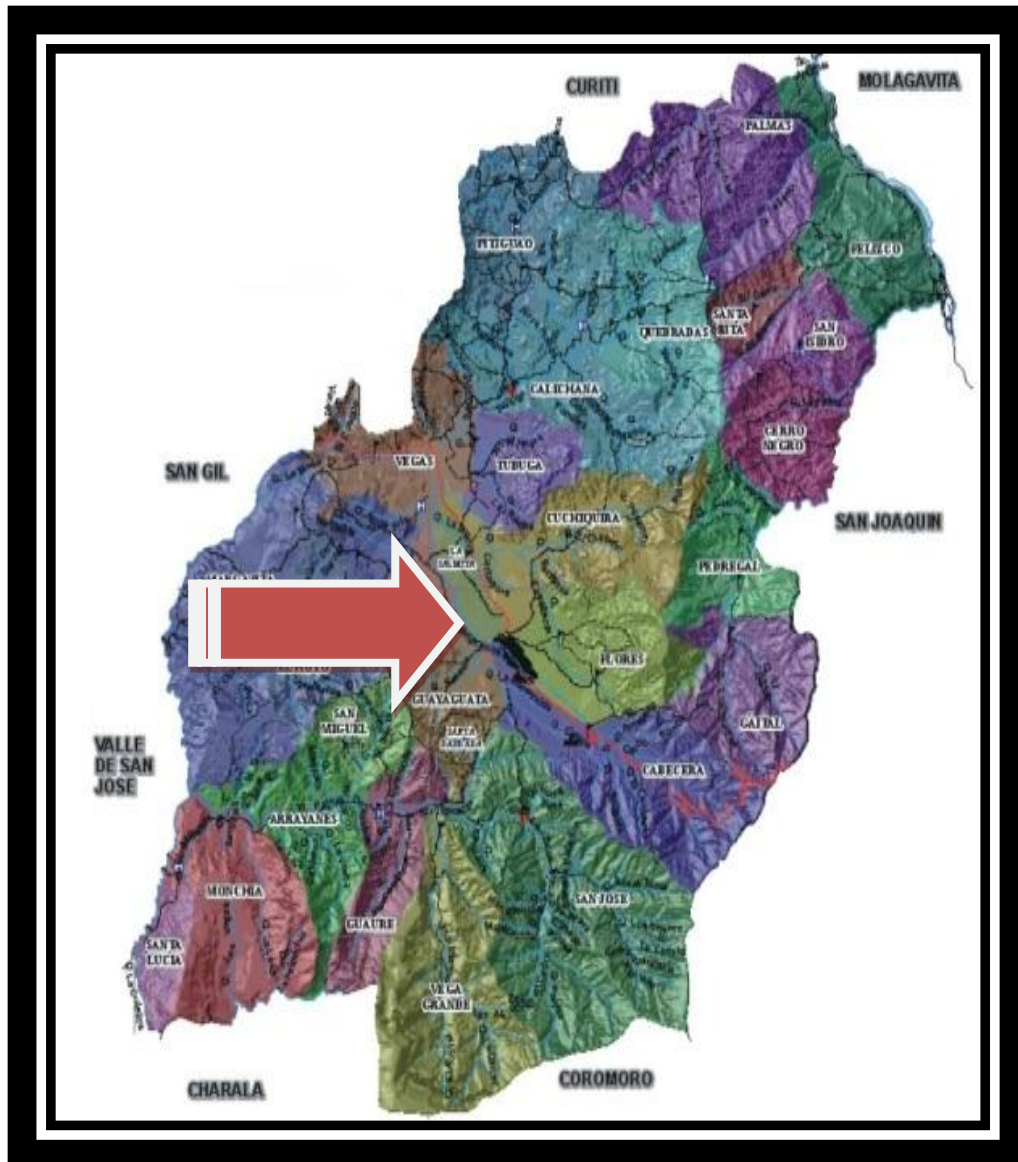
## 3.2 LOCALIZACIÓN

### 3.2.1 Macro-localización.

El área geográfica hasta donde se podrá considerar la localización de la empresa de agroturismo la constituye el municipio de Mogotes en su área rural y urbana.

El área rural del municipio a pesar de presentar en cierta medida dificultad en la logística del servicio, presenta atractivos para la localización en razón que tiene la finca donde se encuentran las instalaciones y área de esparcimiento convenientes para el servicio.

Figura 12. Localización del proyecto.



### 3.2.2 Micro-localización.

La ubicación específica de la empresa corresponde al análisis de algunas variables que de una u otra forma benefician o perjudican su desarrollo competitivo procurando en todo caso un mínimo costo. El sitio de ubicación de la planta a considerar son:

- ❖ Vereda Hoyo de los Pájaros-Finca Los Pinos.

Para determinar la ubicación óptima de la empresa se hará uso del Método de Puntos. Los factores críticos de ubicación considerados con sus correspondientes definiciones se analizarán en la siguiente tabla.

Cuadro 6. Micro-localización.

<b>Factor crítico</b>	<b>Descripción del Factor.</b>
F1. Cercanía a los sitios de interés del servicio	❖ Cercanía a los sitios donde se desarrolla las actividades eco turísticas.
F2. Disponibilidad de insumos	❖ Disponibilidad de recursos e insumos necesarios para la prestación del servicio.
F3. Facilidades y economía del transporte.	❖ Estado de las vías y costos del transporte para usuarios del servicio
F4. Servicios públicos.	❖ Disponibilidad y economía de los mismos
F5. Infraestructura adecuar las instalaciones	❖ Proyecciones de ensanche y adecuación de la infraestructura.
F6. Impacto social	❖ Grado de interés que despierta en el entorno.

### **F1. Cercanía a los sitios de interés para el servicio**

- Distante: A más de 2 km de distancia.
- Cerca: Entre 1 km. y 2 Km. de distancia.
- Muy cerca: A menos de 1 Km. de distancia.

### **F2. Disponibilidad de insumos.**

- Disponibilidad insuficiente: Escasean los insumos necesarios para la ejecución del proyecto.
- Carencia de insumos: La cantidad de insumos sufre mediante las necesidades del proyecto.
- Disponibilidad suficiente: Existe disponibilidad para cubrir la mayor parte de los insumos requeridos por el productor.

### **F3. Facilidad y economía del transporte**

- Regular medio de acceso: Las vías de transporte a los sitios de interés turístico están deteriorados y el pasaje resulta relativamente costoso.
- Acceso viable: Las vías de transporte a los sitios de interés turístico están en estado regular y el costo del pasaje es normal de acuerdo al servicio.

-Excelente: La infraestructura vial a los sitios de interés turístico son ágiles, lo cual evita sobre-costos por fletes y pasajes.

#### F4. Servicios públicos

-Mala disponibilidad: Hay disponibilidad de algunos servicios pero debe incurrirse en costos para su adecuación o adquisición.

-Disponibilidad medianamente necesaria: presenta toda la infraestructura de servicios públicos, con algunos sobre costos en su adecuación específica.

-Facilidad de obtención de servicios: Posee toda la infraestructura de servicios públicos en condiciones que exige la empresa de agroturismo.

#### F5. Infraestructura adecuar las instalaciones

-Malas condiciones: No existe infraestructura adecuada para tomar en arriendo, ni realizar construcciones requeridas dentro de él.

-Aceptables condiciones: Posee infraestructura locativa disponible para tomar en arriendo, pero se debe hacer adecuaciones.

-Condiciones requeridas por el productor: Posee infraestructura locativa disponible para adecuar las instalaciones acordes con el servicio, con posibilidades de acceder a él sin ningún costo.

#### F6. Impacto social

-Poco atractivo: Despierta poco interés por estar en el área urbano.

-Medianamente atractivo: Afluencia normal de público en el área que va a estar ubicada.

-Es atractivo: Despierta un gran interés por estar en un lugar tranquilo, atractivo, novedoso y sobre todo muy natural

#### Ponderación de factores críticos

Cuadro 7. Ponderación de factores críticos

Peso por grupo de factores	Grupo de factores	Ponderación	Ponderación del factor
17%	<b>Cercanía a los sitios de interés</b>		
	<b>Grado1:</b> distante	30%	2%
	<b>Grado 2:</b> cerca	40%	6%
	<b>Grado 3:</b> muy cerca	30%	9%
17%	<b>Disponibilidad de insumos</b>		
	<b>Grado 1:</b> disponibilidad insuficiente	20%	4%

	<b>Grado 2:</b> carencia de insumos	<b>30%</b>	<b>5%</b>
	<b>Grado 3:</b> disponibilidad suficiente	<b>50%</b>	<b>8%</b>
<b>16%</b>	<b>Facilidad y economía de transporte</b>		
	<b>Grado 1:</b> regular medio de acceso	<b>25%</b>	<b>4%</b>
	<b>Grado 2:</b> acceso viable	<b>35%</b>	<b>5%</b>
	<b>Grado 3:</b> excelente acceso	<b>40%</b>	<b>7%</b>
<b>12%</b>	<b>Disponibilidad de servicios públicos</b>		
	<b>Grado 1:</b> Mala disponibilidad	<b>20%</b>	<b>3%</b>
	<b>Grado2:</b> Disponibilidad medianamente necesaria	<b>40%</b>	<b>4%</b>
	<b>Grado 3:</b> Facilidad de obtención de servicios	<b>40%</b>	<b>5%</b>
<b>18%</b>	<b>Infraestructura para adecuar instalaciones</b>		
	<b>Grado 1:</b> Malas condiciones	<b>25%</b>	<b>3%</b>
	<b>Grado 2:</b> Aceptablescondiciones	<b>25%</b>	<b>6%</b>
	<b>Grado3:</b> Condiciones requeridas por el productor	<b>50%</b>	<b>9%</b>
<b>20%</b>	<b>Impacto social</b>		
	<b>Grado 1:</b> Poco atractivo	<b>20%</b>	<b>4%</b>
	<b>Grado2:</b> Medianamente atractivo	<b>35%</b>	<b>6%</b>
	<b>Grado 3:</b> Es atractivo	<b>45%</b>	<b>10%</b>

Cuadro 8. Factores Críticos

$$\frac{\text{Puntaje máximo- puntaje mínimo}}{\text{Numero de grados del factor} - 1} = \frac{136-24}{2} = 56$$

<b>Facilidad y economía de transporte</b>	<b>puntos</b>	<b>128-20/2=54</b>
<b>Grado 1:</b> regular medio de acceso	<b>20</b>	
<b>Grado 2:</b> acceso viable	<b>74</b>	
<b>Grado 3:</b> excelente acceso	<b>128</b>	

Factores	Ponderación	Puntaje del factor	Puntuación grado Max.
<b>Cercanía a los sitios de interés</b>			
<b>Disponibilidad de servicios públicos</b>			
Grado 1: distante	17%	136	136
Grado 2: mala disponibilidad		14	$136-24/2=56$
Grado 3: cercanía	medianamente	80	$96-14/2=42$
2. Disponibilidad de insumos	17%	136	136
Grado 1: muy cerca		136	
Grado 3: Facilidad de obtención de servicios		96	
3. Facilidad y economía de transporte	16%	128	128
<b>Disponibilidad de insumos</b>		<b>puntos</b>	
4. Disponibilidad de servicios públicos	12%	96	96
Grado 1: disponibilidad insuficiente		24	$136-24/2=56$
Grado 2: carencia de insumos		80	
Grado 3: disponibilidad para adecuar instalaciones	18%	144	144
6. Impacto social	20%	160	160
	Total 100	Total 800	

Infraestructura para adecuar instalaciones	puntos	
<b>Impacto social</b>	<b>puntos</b>	
Grado 1: Malas condiciones	26	<b>140-26/2=52</b>
Grado 2: Poco atractivo	32	
Grado 3: Aceptables condiciones	85	
Grado 3: Medianamente atractivo	96	
Grado 3: Condiciones requeridas por el productor	140	

FACTORES	zona de agricultura		zona de interacción con los animales		zona de alimentación y descanso	
	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS
Cercanía a los sitios de interés	1	24	2	80	3	136
Disponibilidad de insumos	3	136	3	136	3	136
Facilidad y economía de transporte	1	20	2	74	3	128
Disponibilidad de servicios públicos	1	14	1	14	3	96
Infraestructura para adecuar instalaciones	3	144	2	85	2	85

<b>Impacto social</b>	2	96	3	160	1	32
<b>TOTAL</b>		434		549		613

### CONCLUSIÓN DE LA UBICACIÓN

Se puede concluir que según la ponderación realizada al sitio donde se realizara el proyecto Granja Turística Monguate “finca los Pinos, vereda Hoyo de los Pájaros”, es relativamente cerca al municipio de Mogotes; cumple con los servicios complementarios y asequibles, cuenta con disponibilidad suficiente de insumos, tiene facilidad y economía de transporte ya que el visitante puede llegar caminado, en carro o en cabalgata realizando un traslado del cliente fácil y cómodo.

### 3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.

Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva.

#### 3.3.1 Ficha Técnica del Servicio

Cuadro 9. Ficha técnica del Servicio.

<b>Servicio Principal</b>	Es una granja integral auto-sostenible donde se desarrollan temas de turismo, ecología, recreación, educación ambiental, agricultura orgánica, piscicultura, deportes de campo y salón. El turista o visitante que decida visitar la Granja Turística, tendrá un sitio campestre que le permite involucrarse de manera directa con las actividades propias del campo ofreciendo la alimentación y hospedaje con transporte incluido. Se enseña al visitante a vivir en armonía con la naturaleza, preservando y disfrutando del medio rural e interacción con los animales.
<b>Diseño del servicio</b>	Esta granja contará con los siguientes servicios: <b>Hospedaje:</b> Hospedaje confortable y cómodo donde pueden escoger entre la casa hotel y las cabañas. <b>Restaurante:</b> comida típica de la región y especialidades de la Granja. <b>Establos:</b> en la granja, es necesario tener explotaciones intensivas, lo que hace necesario

	<p>tener los animales, la mayor parte del tiempo, en establos en donde se les suministren alimentos. Esto permitirá tener un máximo control sobre el suministro de alimentos en forma más balanceada.</p> <p><b>Cultivos de cítricos:</b> plantación de algunos árboles de frutos cítricos, que coadyuven a la formación de la granja y asimismo sean una fuente de producción que contribuya al auto sostenibilidad.</p> <p><b>Café:</b> plantación de plántulas de café, para producir algunos metros de cultivo de café, como áreas demostrativas de este cultivo en la granja.</p> <p><b>Hierbas aromáticas:</b> Algunas plantas a cultivar en la Granja son: Albahaca blanca, Caléndula, Cidrón, Limoncillo, Llantén, Manzanilla, Orégano, Romero, Salvia, Tomillo, Toronjil, Valeriana, Yerbabuena.</p> <p><b>Caña de azúcar:</b> en clima medio y clima caliente, la caña de azúcar es la planta más indicada para pasto de corte, siendo la mayor productora de forraje, llegando a producir hasta 450 TN al año. En la caña se aprovecha todo: la miel y el bagazo.</p> <p><b>Galpones:</b> se construirán para cría de aves ponedoras.</p> <p><b>Cerdos:</b> animales demostrativos y para engorde de la raza porcina.</p> <p><b>Conejos:</b> Se utilizarán razas o cruces entre razas puras con mestizas caracterizadas por el rápido crecimiento, carne, de buena calidad y resistencia a las enfermedades.</p> <p><b>Peces:</b> cría de alevinos para cultivar peces de 250 y 400 gramos en un estanque.</p> <p><b>Cabras:</b> animales demostrativos para cría y producción de leche.</p>
<p><b>Especificaciones Técnicas</b></p>	<p>Actividades al aire libre, en contacto y armonía con la naturaleza</p>

### 3.3.2 Descripción Técnica del Proceso

La descripción del proceso empieza en este caso con la prestación del servicio, el cual inicia cuando un turista o cliente ingresa a la oficina en el Municipio de Mogotes solicitando información sobre uno de los paquetes que ofrece la empresa. El tiempo en que el turista decide si lo acepta o no es indeterminado ya que es el dueño de su tiempo y decidirá cuando tomarlo.

Después, si el cliente acepta usar el servicio de la empresa, ésta le entregará una factura que debe ser cancelada en su totalidad antes de iniciar la actividad turística, en donde está pactado el día inicio y terminación del servicio.

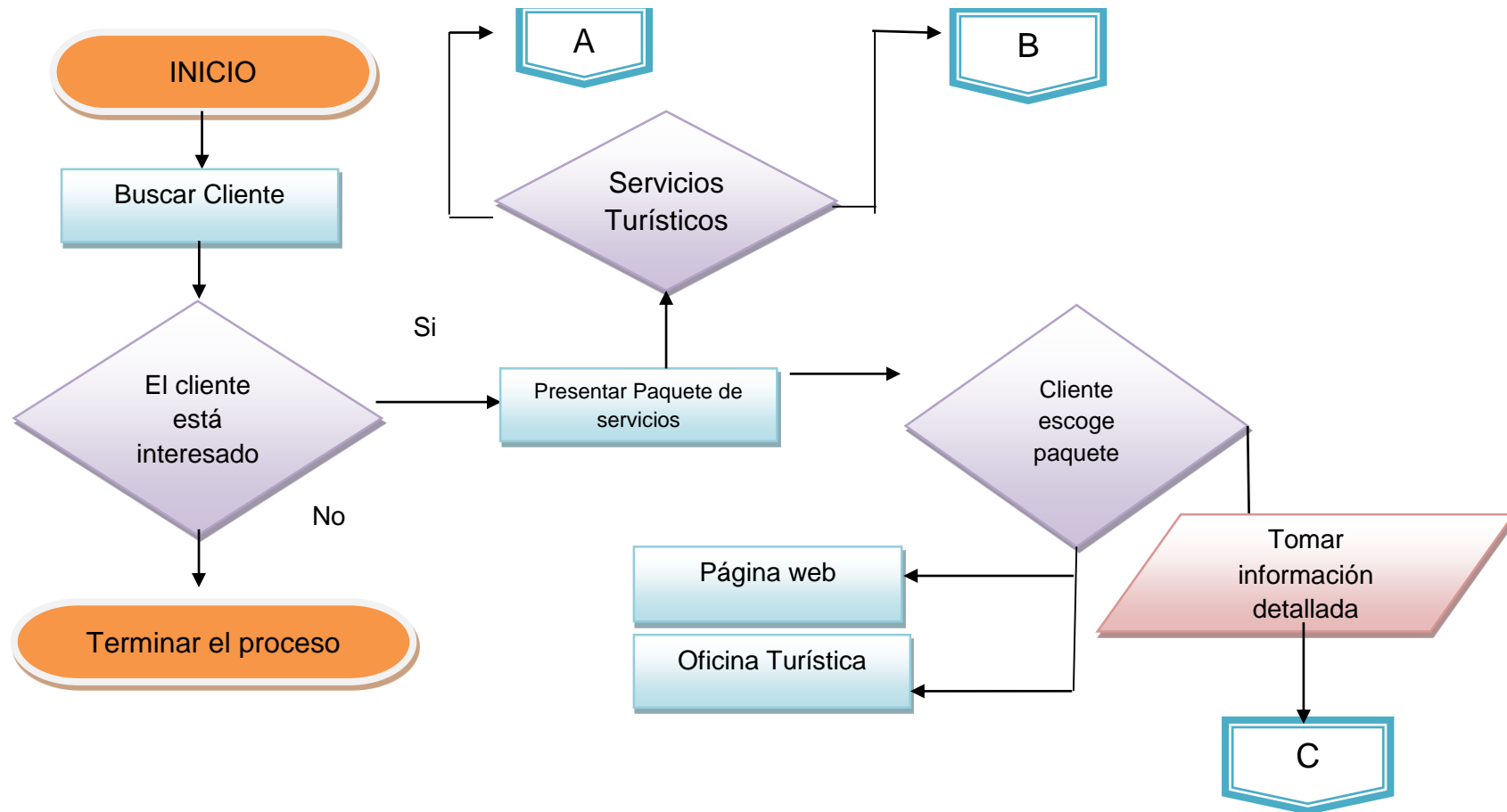
Las personas serán recibidas por la persona encargada en el momento, quien dará todas las especificaciones y sugerencias para el desarrollo de la actividad agro-turística programada, con la designación del guía capacitado para el desarrollo del servicio.

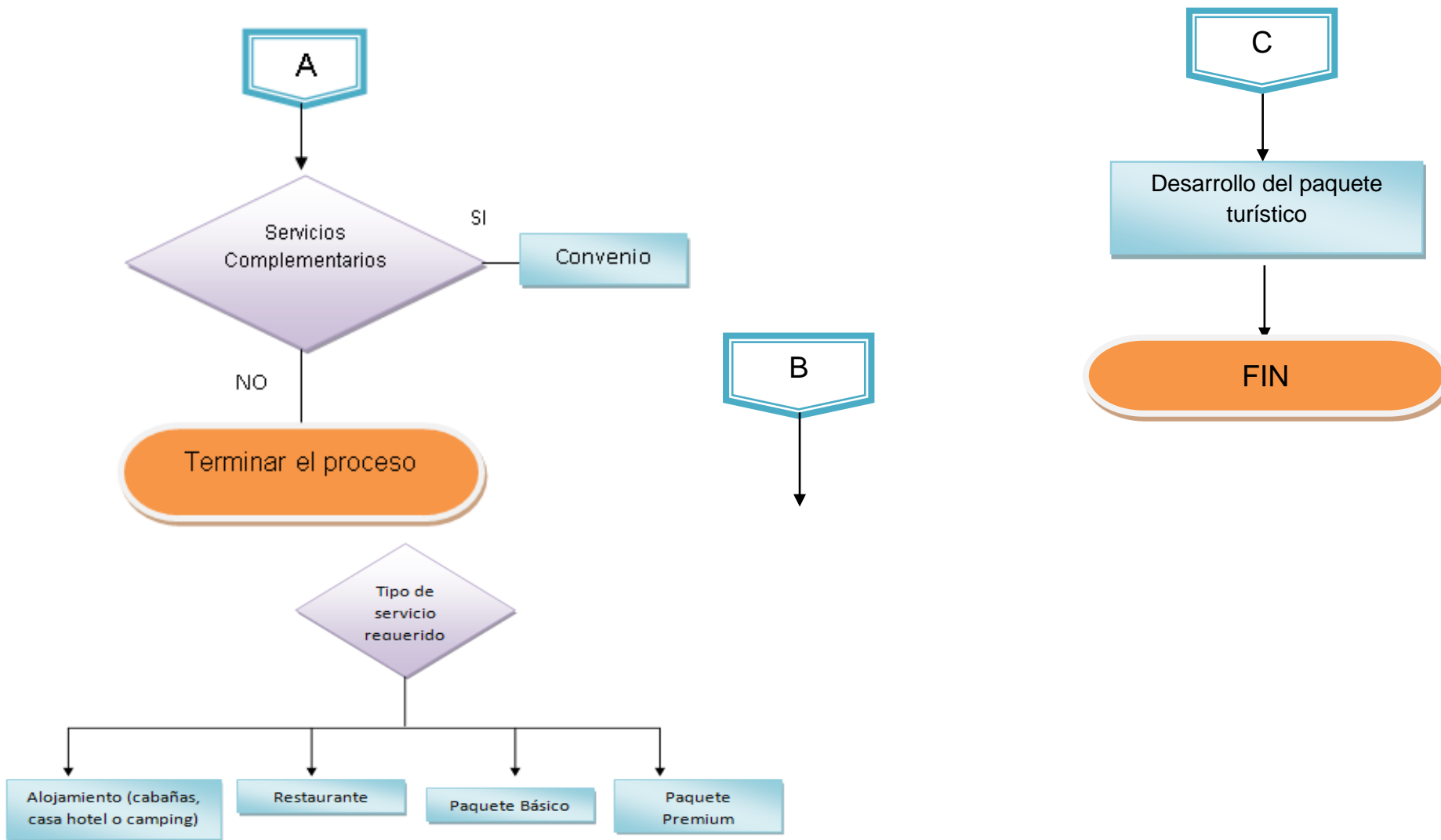
Al final de la actividad se recogerán todos los implementos que fueron necesarios para la actividad y se despedirá a los turista con un subvenir o recordatorio del municipio, e inmediatamente después se regresarán a sus ciudades provenientes. Se dejarán en el sitio de encuentro que debe ser el mismo de donde partieron inicialmente.

### 3.3.3 Diagrama de operación

Con el objeto de visualizar en forma rápida el procedimiento de los servicios más representativos a prestar, a continuación se desarrollan los diagramas de procedimiento y de operación.

Figura 13. Diagrama de flujo.





### 3.3.4 Control de Calidad

Se enseña al turista a vivir en armonía con la naturaleza, preservando y disfrutando del medio rural e interacción con los animales; donde percibirá y recibirá un servicio en las mejores condiciones de calidad en las siguientes condiciones.

- Los guías turísticos especializados y competentes de mostrar y explicar las bondades de cada destino en particular deben tener formación profesional en la prestación de primeros auxilios, para tener la capacidad de prestar atención y prevención ante cualquier circunstancia que pueda presentarse “aptos para todo riesgo”.
- Se realizara mantenimiento diario de los animales tanto donde permanecen al igual que las instalaciones internas de la Granja Turística, además los animales tendrán las vacunas y medidas de seguridad adecuadas ya que tienen contacto con las personas.
- Los alimentos elaborados para el consumo humano tendrán una verificación constante de saneamiento y nutrición para cumplir con las normas establecidas y para que a su vez la calidad ofrecida sea excelente.
- Todos los visitantes, internos o externos, para ingresar al establecimiento, deben utilizar la ropa adecuada y cumplir con las medidas de protección.
- Todos los productos adquiridos en los recorridos a la granja deben ser verificados y aprobados antes de dárselos al cliente a consumir o vender.

El servicio será destacado por el cumplimiento, amabilidad, atención y disponibilidad de las diferentes actividades; dándole a sentir al turista un acogimiento propio y oportuno; de esta manera la calidad del servicio se fortalecerá y el cliente quedara satisfecho, con una excelente imagen del servicio y a gusto de volver.

Para complementar la calidad y confiabilidad de los servicios se tendrá en cuenta la ISO 14000 que trabaja sobre gestión medioambiental y la 18.000 que habla sobre la Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional que gira a través del mejoramiento de salud y seguridad en el lugar de trabajo.

### 3.3.5 Recursos

**3.3.5.1 Recurso humano:** Para determinar la mano de obra directa necesaria en el desarrollo de las actividades eco-turísticas, se parte del hecho algunos de los empleados del área operativa serán contratados 3 operadores, los cuales se encargaran de los animales. Para realizar una labor con éxito es necesario tener al menos tres (4) guías turísticos debidamente capacitados y comprometidos con la empresa para prestar sus servicios en cualquier momento y con la mejor aptitud.

Para el restaurante será dos chef y asistentes de cocina, un recepcionista, las cuales será la carta de presentación de la Granja turística. Y para la protección de la misma será necesario contratar 2 guardias de Seguridad.

En el primer año el personal a contratar en el área operativa del servicio corresponde a tres guías turísticos, los cuales realizarán las funciones de prestación del servicio en todas sus etapas y colaborarán con la desorganización generada a través de las actividades que estén realizando.

Las actividades de mantenimiento, embellecimiento de los lugares turísticos, procesos de producción de cultivos y animales será contratada por tiempo completo a través de un Técnico en Administración Agropecuaria.

El personal del área administrativa de la empresa será contratado por tiempo completo, para el desarrollo de actividades administrativas, operativas y de promoción del servicio; una secretaria la cual ayudará al gerente en actividades dependientes.

Así mismo, será necesario contratar un contador externo, el cual devengará honorarios por los servicios prestados cuando la empresa lo requiera.

Cuadro 10. Personal.

AREA OPERATIVA	AREA ADMINISTRATIVA
3 GUIAS TURISTICOS	1 GERENTE
3 OPERARIOS	1 ASISTENTE COMERCIAL
2 ASISTENTES DE COCINA	1 CONTADOR EXTERNO
1 CHEFS	1 AUXILIAR ADMINISTRATIVO
1 GUARDIA DE SEGURIDAD	

3.3.5.2 Recurso físico: El equipo necesario para el óptimo funcionamiento de la empresa en su área administrativa corresponde a los muebles y enseres de oficina, el equipo de cómputo y de telecomunicaciones.

#### MUEBLES Y ENSERES

Cuadro 11. Muebles y Enseres.

CONCEPTO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Escritorio en madera	2	Escritorio de 1,20x0,60 con pedestal de 2 gavetas y archivador metálico.
Sillas Giratorias	1	Silla Giratoria Neumática Paño Negro Oficina Rf 6076
Sillas Auxiliares	1	Silla fija tapizada en paño
Mesa para tv,	2	Mueble De Entretenimiento, 160 cm largo x 45 cm de alto x 37.5 de alto
Puff	1	Puff Modernos Decoración Y Muebles Hogar Silla Sofá Mesa Bar

Juego de sala	1	Juego de Sala en tela o cuero sintético además puedes combinar los colores si así lo deseas Medidas: 2.10 mts x 2.10 mts
Archivador	1	Archivador metálico de 6 gavetas color beige

## MAQUINARIA

Cuadro 12. Maquinaria.

CONCEPTO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Estufa MULTICHEF	1	4 quemadores abiertos tipo jumbo 1 plancha (área útil): 0.50 m de frente, 0.57 m de fondo 1 freidor de 3 litros de capacidad 1 gratinador de 0.44 m de frente. 1 horno mediano (medidas interiores): 0.47 m de frente 0.58 m de fondo, 0.43 m de alto. 4 patas tubulares. Frente, costados y charolas de escurrimientos en acero inoxidable. Peso: 250 kg.
Refrigerador CORONA	1	1 Estantes deslizantes 4 Estantes de vidrio a prueba de derrames -Recipientes para puertas con espacio para galones o galones extra grandes 1 bandeja para fiambres de ancho completo 1 Máquina para hacer hielo automáticas incorporadas -Sistemas de refrigeración multi zona -Sistemas con regulación de temperatura y humedad basada en sensores. -iluminación LED. -Recubrimiento antibacteriano Dispensadores de agua y hielo filtrado.
Congelador CORONA	1	1 Tubería de gas caliente 1 Lamina plástica 1 Puerta con panel de control 1 Puerta de filtro del condensador 1 Repisa ajustada escalera con soporte 1 Alarma y voltaje
Asador CORONA	1	1 Con elevador y recipiente para recolectar el jugo de la carne 1 Cenicero en lámina cal. 1 Elevador con reductor de velocidad. 1 Carbonera en cuadrado de 5/8" y 1/2" 1 Parrilla de ángulo para escurrir los jugos1 1 Estructura en tubular cuadrado (PTR 1 1/2")
Freidora INDUSTRIAS KGR	1	1. Orificios de salida para asas de sujeción de canastilla

		<p>2. Tiempos y temperaturas para diferentes tipos de alimentos</p> <p>1. Botón de apertura de tapa</p> <p>4. Conductos de escape de gases</p> <p>1. Tapa</p> <p>-Asas de sujeción de la freidora</p> <p>-Luz indicadora de calentamiento</p> <p>- Perilla para control de temperatura</p> <p>-Indicador luminoso de encendido de la freidora</p>
Licuada OSTER	1	<p>1. Vasito dosificador</p> <p>Tapa del vaso</p> <p>1. Vaso4.</p> <p>1.Anillo de silicona</p> <p>1 Porta cuchillas y Aro porta cuchilla.</p> <p>1. Base Motor</p> <p>1. Perilla selectora de velocidades</p>
Utensilios	1	<p>1. Tapa</p> <p>1. Mangos</p> <p>1. Sartén Eléctrico</p> <p>1. Enchufe de control de temperatura</p> <p>1. Detector de control de temperatura</p> <p>1. Disco de control de temperatura</p> <p>1. Foco indicador</p> <p>Agarradera secundaria 9. válvula flotante</p> <p>2. Aro hermético 10. barra de seguro</p> <p>3. Válvula resorte de seguridad 11. agarradera superior</p> <p>4. Válvula con alarma 12. pieza deslizante</p> <p>5. Tapa 13. agarradera inferior</p> <p>6. protector contra bloqueos 14. cuerpo</p> <p>7. Válvula limitadora de presión 15. vaporizador</p> <p>8. Orificio de ventilación</p>
Cristalería y loza	1	<p>Platos hondos, platos llanos platos de postre, tazas de té, tazas de café tazas de consume, recipientes de soperas y salseras, platos para pan, platos para tazas, colador de aceite de aluminio y colador de plástico, cubiertos de acero para sopas, seco y postres, copas de jerez de vidrio limpio, vasos de vidrio polizado para bebidas, pocillos de porcelana medianos y grandes, salseros, azucareros de plástico.</p>
Manteles y servilleteros	1	<p>Tela de algodón de diferentes colores y diseños acordes al momento.</p>
Camas, mesas y repisas	118	<p>Madera de moncoro, gavetas, manecillas, colchón ortopédico, tornillos.</p>
Pica pasto	1	<p>Potencia requerida motor eléctrico 2 a 5 Hp</p> <p>Potencia requerida motor de combustión 4 a 10 Hp</p>

		Rendimiento 500 a 3500 Kg/h Numero de cuchillas 2 Rotación de trabajo 2500 a 2700 rpm Dimensiones: (La*En*Al) 820* 600* 750 mm Peso especifico 39 Kg
Guadañadora	2	Garantía de 1 año Ancho de corte 35 cm Incluye: Arnés, gafas, herramienta, tarro medidor, cuchilla corbatín, yoyo Características Guadaña de 2 tiempos, con bujes antivibratorios, brazo giratorio, carburador de diafragma. Uso Profesional, para trabajo pesado Cilindraje 52 cc Velocidad 8000 rpm Potencia 3,0 hp
Extintores	3	Polvo químico ABC, extintores de polvo químico BC, extintores de Co2, extintores de agente limpio 123, extintores de agua y extintores de Solkaflam.

## EQUIPOS DE OFICINA

Cuadro 13. Equipos de Oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Portátil	2	Computador portátil tipo c. Intel core i7 2520m 2.50ghz, memoria RAM 4gb, disco duro 320gb, tarjeta de video 256mb
Computador	2	Todo En Uno Tablet Hp Slate 21-k100 Táctil 21 Pulgadas
Impresora Multifuncional	1	Fotocopiadora laser/impresora/scanner ar-5520d.
Teléfono	1	Teléfono IP1608

## HERRAMIENTAS

Cuadro 14. Herramientas

CONCEPTO	CANTIDAD
Palas anchas	3
2 Carretillas	2
3 Horquillas tipo carbonera de 15 dientes	2
Rastrillos de punta larga y redondeada	2
Manguera	1

Bascula Industrial	1
Juego destornilladores	1
Alicates	2
Juego de llaves	1
Inyector de grasa	1
Juego de copas	1
Baldes plásticos	5
Segueta	1
Martillo 29 "	2
Pala draga	2
Tijera	2
Pica	2
Azadón	2
Caneca Plástica para el aseo	3

## SEMOVIENTES

Cuadro 15. Semovientes

CONCEPTO	CANTIDAD
Ganado Holstein	3
Ganado cebú	5
Ganado chino santandereano	3
Cerdos	37
Cerdo criollo	3
Gallinas	50
Conejos	20
Cabras	6
Perro labrador	2
Caballos	4

3.3.5.3 Recurso de insumos: Tanto los empleados del área administrativa como los del área operativa de la empresa requieren recursos de insumos óptimos y suficientes que le permita la prestación normal del servicio de acuerdo a los objetivos del proyecto.

En el área administrativa los insumos necesarios para el servicio, se limitan a papelería, útiles de escritorio, e insumos de computador y máquinas, los cuales no tiene inconveniente para su consecución en las ciudades de San Gil y Bucaramanga a precios, calidad y cantidad óptimas.

Se requiere de animales de campo para desarrollar el servicio General de los servicios en Granja

Cuadro 16. Insumos

ITEM	CONCEPTO
------	----------

<b>1</b>	Abonos
<b>2</b>	Semillas
<b>3</b>	Plántulas
<b>4</b>	Purina (peces, gallinas)

### 3.3.6 Análisis de Proveedores

Cuadro 17. Análisis de Proveedores.

<b>MATERIA PRIMA O INSUMO REQUERIDO</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>DISPONIBILIDAD</b>	<b>UBICACIÓN GEOGRAFICA DEL PROVEEDOR</b>
Suministro para alimentación de animales de la granja.	Granero EDIMAR	Fácil acceso	Mogotes, Santander parte urbana
Insumos para mantenimiento de cultivos, y zonas verdes.	Veterinaria EL BOVINO	Fácil acceso	Mogotes, Santander parte urbana
Mantenimiento de piscina	Distribuidora Quimiver	Fácil acceso	San Gil, Santander parte urbana
Herramientas	Deposito El Nogal	Fácil acceso	San Gil, Santander parte urbana
Finca con instalaciones optimas para el turismo	PROPIO	Permanente	Mogotes, Santander parte urbana
Energía, agua y gas	Servicios públicos	Permanente	Mogotes, Santander parte urbana
Equipo de oficina	Oklahoma	Fácil acceso	San Gil, Santander parte urbana
Maquinaria( Guadañadora, pisca pasto)	Almacén Villalca-marca, Agro-Industriales Moreno	Fácil acceso	Mogotes, Santander parte urbana

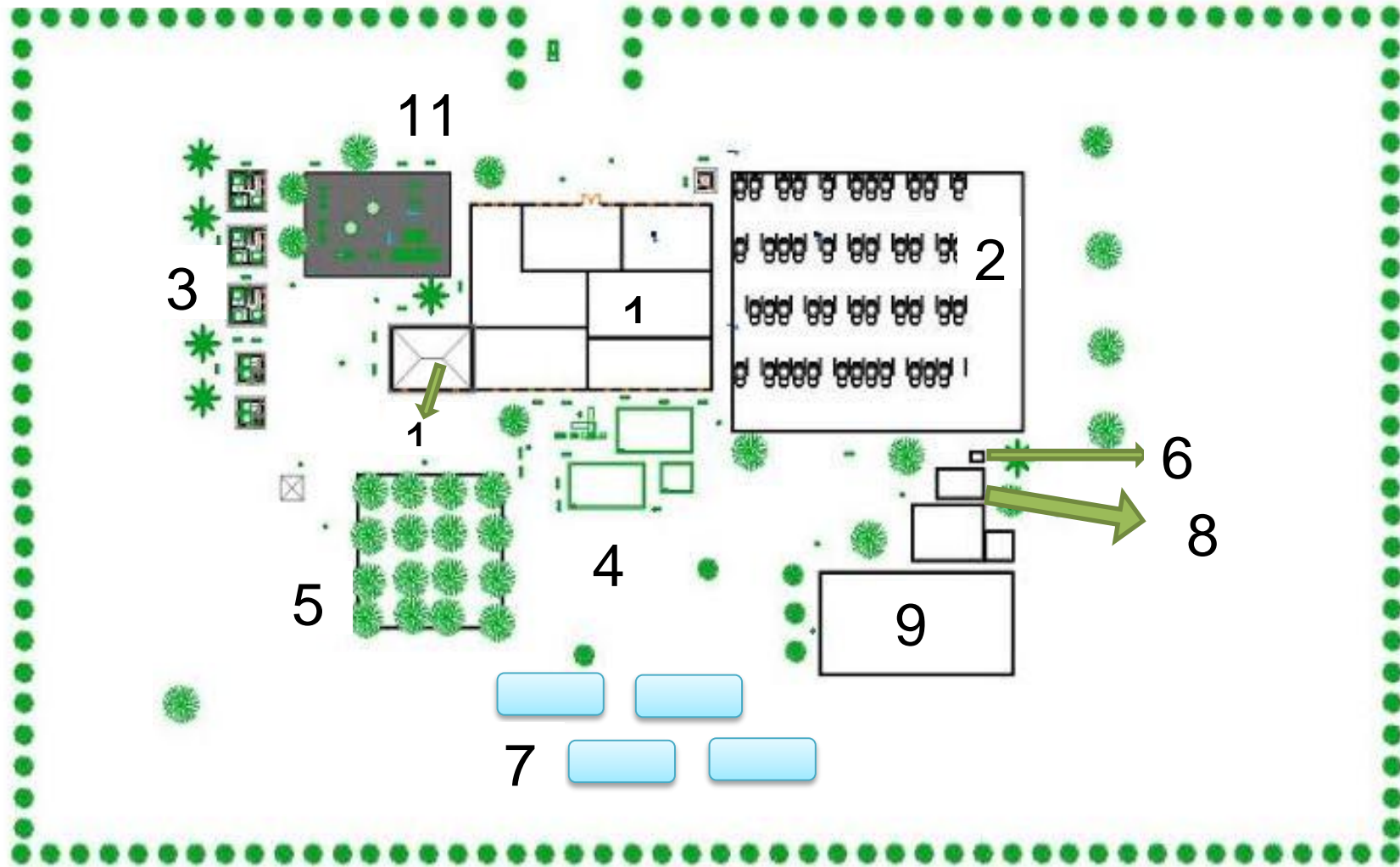
### 3.3.7 Distribución de planta.

La distribución de la planta se realizó teniendo el terreno actual el cual cuenta con 4,2 hectáreas, ésta puede proporcionar condiciones óptimas de trabajo, que se utilice adecuadamente el espacio, que permita una operación económica y pueda brindar seguridad y bienestar a los trabajadores y a los clientes. Para determinar el espacio a ocupar para cada una de las áreas de la Granja turística, es necesario mostrar las necesidades específicas de cada Sección en particular.

Cuadro 18. Distribución de la planta.

<b>SECCIÓN</b>	<b>AREA TOTAL</b>
<b>1 Casa-Hotel</b>	1800m <sup>2</sup>
<b>2 Parqueadero</b>	3000m <sup>2</sup>
<b>3 Cabaña</b>	197m <sup>2</sup>
<b>4 Zona Refrescante</b>	520m <sup>2</sup>
<b>5 Zona de Cítricos</b>	90m <sup>2</sup>
<b>6 Corral de Gallinas</b>	6m <sup>2</sup>
<b>7 Lago de peces</b>	1800m <sup>2</sup>
<b>8 Establos:</b>	
<b>    Caballos</b>	165m <sup>2</sup>
<b>    Vacas</b>	60m <sup>2</sup>
<b>9 Establo de cabritas</b>	2500m <sup>2</sup>
<b>10 Restaurante</b>	60m <sup>2</sup>
<b>11 Parque de niños</b>	60m <sup>2</sup>

Figura 14. Plano de la Granja



A continuación se muestra un prototipo de lo que será la granja Turística, con sus diferentes secciones:

Figura 15. Prototipo de la Granja



### 3.4 RESULTADOS Y POSIBILIDADES TECNICIAS

A través del estudio técnico se pudo concluir lo siguiente:

- La descripción del tamaño del proyecto se determinó que todos los factores se cumplen de acuerdo a las restricciones que se deben tener en cuenta al crear un proyecto.
- En cuanto a las capacidades se tuvo en cuenta el total de 4.175 visitantes, que fue el resultado que se obtuvo en el anterior estudio de mercados, teniendo un total en la capacidad diseñada de 190 personas obtenidas de acuerdo al servicio de hospedaje por fines de semana; si se llega a esta meta todos los fines de semana se obtendrán buenos resultados económicos, dándole el reconocimiento al servicio prestado.
- En cuanto a la capacidad utilizada se tendrá en cuenta que a medida que la Granja tiene capacidades económicas ira incrementando el número de servicios, teniendo como un 60% inicialmente de la capacidad se tendrá un total de 9.880 personas al cabo de cinco años sumando el 100%.

- No existen restricciones de importancia que limiten el proyecto, desde el punto de vista de la demanda, los insumos, la tecnología y equipos, la localización y los recursos para su financiación.
- Existe en el municipio mano de Obra capacitada a los cuales se le ofrecería un (S.M.L.V) que puede participar en la prestación del servicio.
- Este proyecto es viable si se habla a nivel de capacidad porque se contara con una infraestructura adecuada para el desarrollo de las actividades.
- Los resultados obtenidos en el estudio técnico permiten afirmar que existe viabilidad técnica para la creación de la empresa de agro-turismo en el municipio de Mogotes Santander.

## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El Estudio Administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa o un proyecto, para su establecimiento tales como su planeación estratégica, su estructura organizacional, sus aspectos legales, fiscales, laborales, el establecimiento de las fuentes y métodos de reclutamiento, el proceso de selección y la inducción que se dará a los nuevos empleados necesarios para su habilitación.

En el presente estudio se busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a la localización, utilización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales.

### 4.1. FORMA CONSTITUCIONAL

Cuadro 19. Forma Constitucional

RAZON SOCIAL		“EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO”
<b>NÚMERO SOCIOS</b>	<b>DE</b>	Para crear la empresa se necesitan como mínimo tres (3) socios y no mayor a diez (10). Y si se trata de empresa de servicio como es esta, máximo veinte (20) socios.
<b>COMO CONSTITUYE</b>	<b>SE</b>	Mediante un escrito que se inscribe en la cámara de Comercio. Si aportamos bienes cuya transferencia exija escritura pública, la empresa se constituye por este medio.
<b>CAPITAL</b>		Los aportes se llevarán en registros separados para cada asociado, y podemos aportar: <ul style="list-style-type: none"><li>• Laborales</li><li>• Laborales adicionales. Constituidos por la tecnología propiedad intelectual o industrial registrada a nombre del aportante.</li><li>• En activos. Constituidos por bienes muebles o inmuebles que los miembros aportemos a la empresa asociativa.</li><li>• En dinero. Los asociados podremos hacer aportes en dinero, cuyo registro se llevará en cuenta especial para cada uno de los asociados.</li></ul>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>		La dirección está en cabeza del director de la empresa y de la junta de asociados la cual será la suprema autoridad.

❖ **Constitución Legal.** Es el acto mediante el cual se da vida legal a la nueva empresa, a través del cumplimiento de una serie de normas y requisitos establecidos por la ley, necesarios para su funcionamiento legal.

Dichos requisitos son de carácter legal, comercial, de funcionamiento, laboral y tributario, y rigen para empresas creadas en forma individual o colectiva.

❖ **Legalización comercial.** Hace referencia a la inscripción y obtención del registro y Matrícula Mercantil en la Cámara de Comercio. Tratándose de personas jurídicas adicionalmente debe registrarse ante notario público.

El procedimiento para la legalización comercial de las sociedades de responsabilidad limitada, es la siguiente:

- ❖ Carta de estudio del nombre comercial, ante la respectiva Cámara de Comercio
- ❖ Realización ante notario público de la correspondiente Escritura Pública, debidamente autenticada. Dicha escritura debe contener por lo menos: Razón Social de la nueva empresa, nombres completos de los socios, domicilio social, capital social aportado, facultades del representante legal y nombramientos respectivos.
- ❖ Dentro del mes siguiente a la fecha de otorgamiento de la Escritura Pública, el Representante Legal debe presentar en la Oficina de Registro Mercantil de la Cámara de Comercio los siguientes documentos:
  - Copia notarial de la Escritura Pública de Constitución
  - Formulario de Matrícula Mercantil correctamente diligenciado
  - Carta de aceptación de los representantes legales y miembros de la Junta Directiva con firma autenticada, indicando el número de documento de identidad
  - Carta de apertura del establecimiento de comercio, firmado por el representante legal.
  - Una vez se haya obtenido la aprobación se procederá a solicitar el Certificado de Existencia y Representación Legal de la Sociedad.
  - Realizada la correspondiente Matrícula Mercantil, se puede proceder a la inscripción y registro de los libros mercantiles. Estos libros están conformados por:
    - Libros de actas de la Junta de Socios
    - Libros de contabilidad: Caja, Diario, Mayor, Balance e Inventarios

Para la inscripción y registro de los libros mercantiles, el Representante Legal debe solicitar y diligenciar el formulario respectivo en la Oficina de Registro Mercantil de la Cámara de Comercio.

Cumplida la inscripción y registro de los libros mercantiles, debe darse inicio a la obtención del NIT (Número de Identificación tributaria) ante la Administración de Impuestos Nacionales.

❖ **Legalización de Funcionamiento.** El permiso de funcionamiento de la nueva empresa debe ser solicitado al Departamento Administrativo de Planeación Municipal, el cual otorga un concepto sobre el manejo y uso de suelo del lugar donde se instalará la empresa para

ser presentado en la Cámara de Comercio.

❖ **Legalización Tributaria.** Hace referencia a las obligaciones tributarias, a las cuales está sujeto el nuevo empresario, que desarrolla actividades de servicios. Para dar inicio y cumplimiento a estas obligaciones se debe tramitar la obtención del NIT, cuyo procedimiento para su obtención es el siguiente:

Diligenciamiento por parte del representante legal ante la Administración de Impuestos Nacionales División de Recaudación los siguientes formularios:

- Formulario de inscripción del R.U.T. (Registro Único Tributario)
- Fotocopia de la Escritura Pública autenticada
- Certificado de Existencia y Representación Legal, expedida por la Cámara de Comercio.
- Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía del representante legal.

En esta etapa del proceso, la oficina respectiva le asignará inmediatamente un certificado provisional del número del NIT.

Obtenido el NIT e incluidas legalmente las actividades mercantiles, el nuevo empresario debe ser consciente de las obligaciones a que está sujeto con la creación del nuevo negocio, las cuales son:

- **Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.):** Es el tributo exigido por el Estado a: productores, importadores y comerciantes con respecto a los artículos que ellos produzcan, importen o comercialicen.
- **Retención en la Fuente:** Todas las personas jurídicas y sociedades de hecho, deben efectuar retención en la fuente sobre: pagos o abonos que se hagan por concepto de dividendos, participaciones, honorarios, comisiones, servicios, arrendamientos y demás pagos susceptibles de constituir ingresos. Los porcentajes de retención son los señalados por la ley a través de los denominados Agentes Retenedores.
- **Impuesto de Industria y Comercio.** El Impuesto de Industria y Comercio es el tributo exigido a aquellas personas naturales y jurídicas, que realizan actividades industriales, comerciales y de servicios. Se liquida de acuerdo a los ingresos brutos, correspondientes al año gravable, presentados por el contribuyente.
- **Declaración y pago del Impuesto sobre la Renta.** Es el tributo exigido a las personas naturales y jurídicas que ejerzan actividades mercantiles, independientemente del monto de los ingresos obtenidos durante el año gravable correspondiente o de su patrimonio a 31 de diciembre del año respectivo. Los plazos para la presentación de la declaración,

son decretados por el Gobierno Nacional y fijados al contribuyente, a través de la Administración de Impuestos Nacionales.

- **Legalización Laboral.** Hace referencia a las prestaciones mensuales de pago indirecto que la nueva empresa debe realizar a las diferentes instituciones públicas y privadas.
- **Prestaciones Sociales Comunes:** Aquellas que deben cancelar todos los empleadores por el simple hecho de estar ligados a una relación laboral, sin consideración diferente. Las prestaciones a pagar a través de las diversas instituciones controladas por el estado son:

-Riesgos profesionales: a través de las A.R.P.

-Enfermedad común: a través de las E.P.S. privadas o el I.S.S.

-El auxilio de cesantía: En el fondo de cesantías acordado con el trabajador

-Los intereses de las cesantías: Provenientes del mismo fondo de cesantías

-Dotación de Zapatos y Overoles: para los trabajadores que devenguen hasta dos (2) salarios mínimos legales vigentes.

-La pensión de vejez: a través de las A.F.P. privadas o el I.S.S.

❖ **Prestaciones Sociales especiales.** Las cuales deben pagar el empleador en razón a la cuantía de su capital, el número de trabajadores o la naturaleza de la actividad laboral. Las más generalizadas son:

**Subsidio Familiar:** Pagado a través de las Cajas de Compensación Familiar, por parte de todo empleador que ocupe uno o más trabajadores permanentes. Esta prestación equivale al 4% del valor de la nómina mensual.

Para afiliarse a una Caja de Compensación Familiar se deben presentar los siguientes documentos:

- a. Solicitud y diligenciamiento del Formulario de Afiliación de la empresa y de los trabajadores
- b. Certificado de Existencia y Representación de la empresa
- c. Relación de los salarios asignados a los trabajadores

❖ **Prestaciones Sociales de obligación para el empleador sin intervención de entidad alguna**

- **La prima de servicios:** equivale a un salario de los devengados por el trabajador, por una vez al año. La prima deberá ser pagada al trabajador que labore por lo menos tres (3) meses, excepto que se trate de trabajadores por contrato de trabajo de duración fija menor de un año o de trabajadores en misional servicio de una agencia de servicios temporales de empleo, en cuyo caso la prima se causa proporcionalmente por el tiempo servido, cualquiera que éste sea.

- **Vacaciones:** los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas.

Los trabajadores vinculados por contrato de trabajo a término fijo menor de un año y los que lo hagan como trabajadores en misión para las empresas de servicios temporales tienen

derecho, en caso de retiro a que se le paguen las vacaciones proporcionalmente al tiempo trabajado, cualquiera que este sea.

- **Auxilio de Cesantías:** corresponde a un mes de salario por cada año de servicios, y proporcionalmente por fracciones de año, el cual el empleador está obligado a pagar al trabajador al terminar el contrato de trabajo.

- **Intereses de Cesantías:** el patrono está obligado a pagar intereses del 12% anual sobre los saldos que en 31 de diciembre de cada año, o en las fechas de retiro definitivo del trabajador, o de liquidación parcial de cesantía, tenga a su favor por concepto de cesantía.

## 4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

### 4.2.1 Visión

MONGUATE E.A.T, en el año 2.019 será una empresa líder en servicio Agro-turístico, diferenciándose por sus actividades innovadores del campo y marca propia, con los más altos estándares de calidad; siendo así reconocidos a nivel departamental y nacional soportados con el alto estándar de calidad, cumplimiento y satisfacción.

### 4.2.2 Misión

MONGUATE E.A.T, es una empresa que trabaja en el sector de servicios en el área de agroturismo, que busca fortalecer el consumo, la confianza y la satisfacción de los clientes a través de la oferta de servicios innovadores y de calidad a precios competitivos, se tiene un compromiso con el mejoramiento continuo de los procesos productivos del campo, talento humano y servicio, con el propósito de satisfacer las necesidades de los cliente.

### 4.2.2 Objetivos

- Fomentar la motivación entre los empleados para incentivarles buenas actitudes laborales.
- Implementar pausas activas mientras se elaboran las actividades laborales para crear un clima de trabajo agradable y rendidor.
- Orientar a cada miembro de la Granja Turística responsabilidad y autoridad para la ejecución eficiente del trabajo.
- Crecer y aumentar el liderazgo por medio del Gerente, para fortalecer el trabajo en equipo y brindar seguridad en las actividades a realizar.

### 4.2.3 Políticas

#### 4.2.3.1 Políticas de personal

- **Solicitud del empleo:** A partir de la divulgación y comunicación se convocara a las personas interesadas, con los determinados perfiles para cada uno de los trabajos o actividades de la granja, asumiendo y reportando los requisitos necesarios como aspirantes.
- **Entrevista:** Es el proceso de comunicación que se compone de entrevistador y entrevistado o candidato, se realizara a través de la entrevista dirigida para conocer más los criterios y conceptos del aspirante.

#### **Pruebas y exámenes de selección:**

- Prueba de conocimiento o capacidad
- Pruebas psicológicas
- Examen médico
- Análisis y decisión final.

4.2.3.2. Políticas de compras: Se mantiene con los proveedores relaciones mutuamente beneficiosas y se establece fidelidad de precios y pago de la siguiente manera:

- Los proveedores de materias primas o insumos deberán contar con productos de calidad, según los estándares que requiere la Eco-granja. Estos deben ser revisados antes de realizar la compra.
- Se solicitara la debida cotización de los productos a diferentes proveedores proporcionando información sobre marca, precio y calidad, información que se comparara y se seleccionara la mejor opción posteriormente se realizaran acuerdos comerciales.
- Se realizarán acuerdos y negociaciones comerciales con la finalidad de establecer créditos de insumos y materias primas a 8 y 15 días.

#### 4.2.4.3. Políticas de ventas

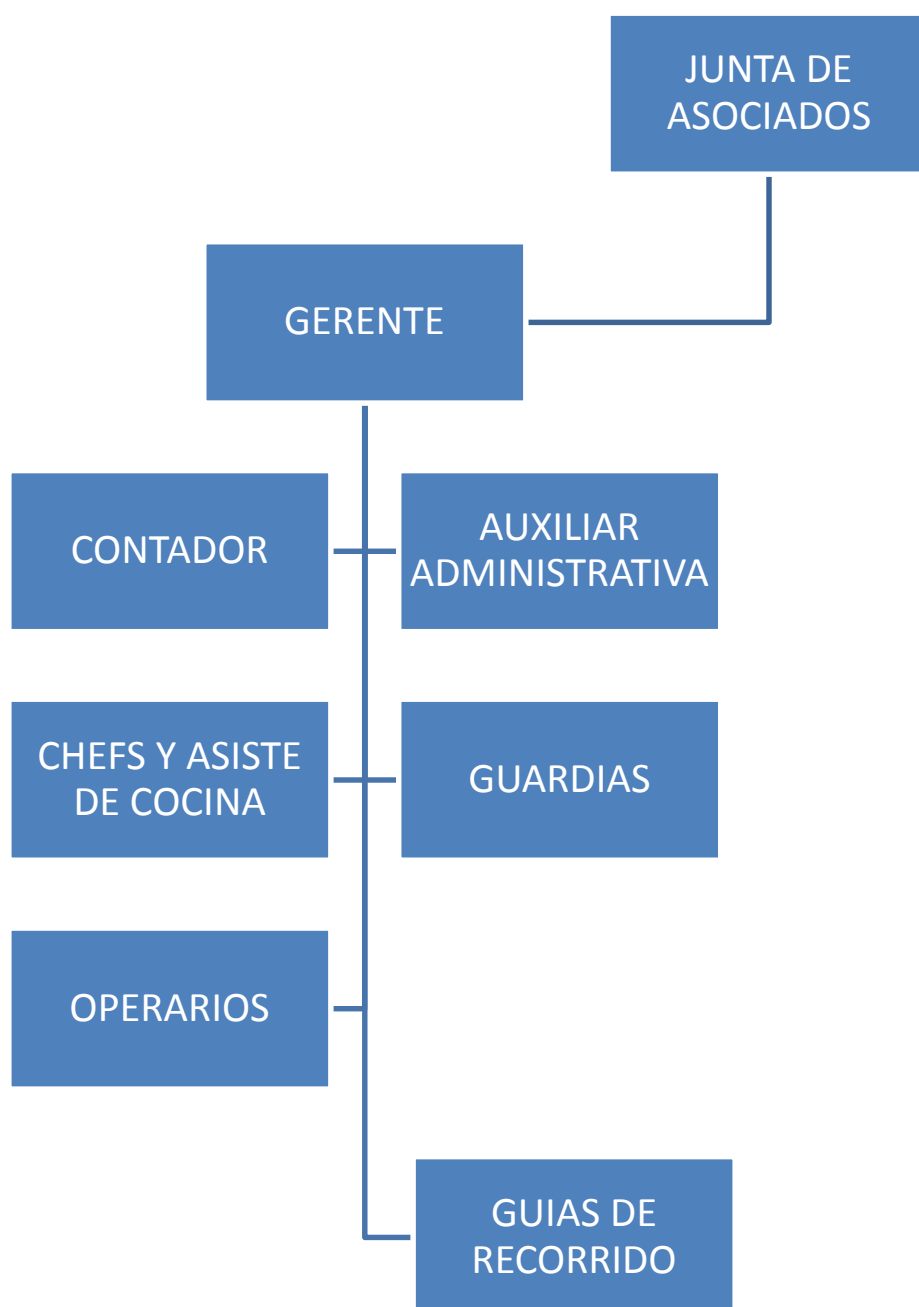
- Los servicios se atenderán en estricto orden de llegada. El tiempo de ejecución de cada uno dependerá de las actividades a realizar y del plan escogido.
- Se tratara que el pago de los servicios sean de manera inmediata y en efectivo o se podrá cancelar la mitad al solicitar el servicio y al terminarlo cancelar el faltante; los clientes frecuentes y preferenciales tendrán el beneficio del crédito.
- La calidad de los servicios es garantizada, si se presenta el caso de inconformidad debido algún problema en las actividades o estaciones de la granja se analizara y corregirá la causa con el fin de evitar una situación igual o similar a la presentada.
- Se creará una base de datos que consigne toda la información referente al cliente y sus transacciones con la Granja Turística, con el fin de hacer un seguimiento posventa y así lograr la fidelización de los clientes.

### 4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 4.3.1 Organigrama

Para la constitución y la prestación de servicios de la empresa; se requiere construir un organigrama que consta de las siguientes áreas:

Figura 16. Organigrama.



## Personal de la Granja Turística

1. **GERENTE:** Persona encargada de liderar la empresa, dando cumplimientos a la misión y visión corporativa fijada por ésta, será la cabeza principal de la compañía, el representante legal y quien planea, organiza, desarrolla, ejecuta, evalúa y controla las actividades de la organización.
2. **CONTADOR:** Persona encargada de llevar los registros contables de la empresa y brindar asesoría al gerente, en la toma de decisiones administrativas y financieras.
3. **AUXILIAR ADMINISTRATIVA:** Persona encargada de apoyar las actividades administrativas y realizar las labores relacionadas con el manejo de personal y área financiera brindando la información necesaria al contador para el registro de las operaciones comerciales de la empresa.
4. **OPERARIOS Y/O TRABAJADORES:** Estas personas se encargarán de velar porque cada uno de los aspectos de la granja se encuentre en óptimas condiciones para recibir al turista y brindarle un espacio agradable para el desarrollo de cada actividad.
5. **GUIAS DE RECORRIDO:** Esta persona se encargará de brindarle un recibimiento cálido y amigable al visitante, ofreciéndole un acompañamiento por la granja. Estos guías serán capacitados y entrenados en cada una de las actividades ofrecidas por la Granja para poder prestar un servicio óptimo y de calidad, siendo a la vez capacitados en primeros auxilios para que puedan sortear cualquier contratiempo especialmente los físicos.
6. **CHEFS:** Es la persona encargada de crear e innovar platillos especiales, supervisar y de guiar a los cocineros además es el que tiene los conocimientos de nutrición y encargado de dirigir la mejor comida para los clientes.
7. **ASISTENTE DE COCINA:** Son las personas encargadas de apoyar el chefs y de seguir las instrucciones, para tener un equipo de trabajo confortable y rendidor.
8. **GUARDIA DE SEGURIDAD:** Persona encargada de la seguridad de la Granja Turística.

#### 4.3.2 Descripción y Perfil de Cargos

##### 4.3.2.1 Identificación del Puesto, Gerente

NOMBRE ODENOMINACIÓN: Gerente

Código: MD001

Departamentos, unidades o secciones donde se encuentra: Departamento Administrativo

Dependencia Jerárquica: No tiene

Horarios: 8:00 am a 6.00 a.m. y 2.00 p.m. a 6:00 p.m.

#### OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO

Supervisar la Empresa en la parte administrativa y operativa y velar por el funcionamiento global, Atender agencias de turismo u contrataciones de clientes, Manejar los costos de la empresa, Mantener buenas relaciones bancarias, Solucionar sobregiros, Solucionar situaciones internas y externas que tengan relación con la compañía, Firmar nómina, Firmar documentos, Responder por la integridad de la empresa, Diseñar y dirigir un programa de seguridad e higiene ocupacional.

#### ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

- Mantener y velar por un ambiente de trabajo adecuado para los demás trabajadores.
- Velar porque el personal a su cargo, cumpla con las respectivas funciones.
- Administrar de manera organizada cada uno de los insumos, requeridos para el normal funcionamiento de la granja.
- Ser un intermediario entre los socios y los empleados.
- Llevar de manera organizada los registros de las operaciones financieras de la empresa.
- Presentar informes trimestrales a los socios.
- Atender las solicitudes, quejas y sugerencias que puedan tener los visitantes.
- Llevar un control sobre los inventarios y dineros provenientes de la prestación del servicio.

#### NIVEL DE ESFUERZO:

Mental: Agilidad en la solución de problemas de tipo financiero y laboral, ejecutar nuevas estrategias de ventas con el fin de dar a la empresa gran reconocimiento por sus productos.

#### CONDICIONES AMBIENTALES

El orden, iluminación, acondicionamiento del clima con una temperatura de 18° y 22°c para un buen rendimiento laboral.

#### 4.3.2.2. Identificación del Puesto, Contador Público

NOMBRE ODENOMINACIÓN: Contador Público

Código: MDG002

Departamentos, unidades o secciones donde se encuentra: Departamento Administrativo

Dependencia Jerárquica: Gerente

Horarios: 8:00 Am a 12:00 a.m. y 2.00 p.m. a 6:00 p.m.

#### OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO

Persona encargada de llevar los registros contables de la empresa.

#### ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

- Llevar al día los registros y documentos relacionados con las operaciones contables y financieras realizadas por la empresa.
- Diligenciar los formularios de declaración de IVA, Retención en la fuente e impuestos municipales.
- Presentar informe anual del estado contable de la empresa.
- Brindar asesoría contable al gerente, en la toma de decisiones relacionadas.
- Presentar declaraciones de renta y complementarios, industria y comercio e impuestos municipales.
- Informar a la junta de socios sobre cualquier anomalía financiera.

#### NIVEL DE ESFUERZO:

Mental: Agilidad en la solución de problemas de tipo financiero, ejecutar nuevas estrategias de ventas con el fin de dar a la empresa gran reconocimiento por sus servicios.

#### CONDICIONES AMBIENTALES

El orden, iluminación, acondicionamiento del clima con una temperatura de 18° y 22°c para un buen rendimiento laboral.

REQUISITOS DE EDUCACIÓN: Estudios de formación universitaria en Contaduría.

REQUISITOS DE EXPERIENCIA: 2 años de experiencia en el cargo.

#### OTRAS HABILIDADES Y DESTREZAS:

Específicas: Experiencia con manejo en el tema, planeación de objetivos financieros, creativo, eficiente, integro, visionario, honesto.

Formación: Diplomados

#### 4.3.2.3 Identificación del Puesto, Auxiliar Administrativa

NOMBRE ODENOMINACIÓN: Asistente Administrativa

Código: MDG003

Departamentos, unidades o secciones donde se encuentra: Departamento Administrativo

Dependencia Jerárquica: Gerente

Horarios: 8:00 Am a 12:00 a.m. y 2.00 p.m. a 6:00 p.m.

#### OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO

Persona encargada de apoyar las actividades administrativas y realizar las labores relacionadas con el manejo de personal y área financiera, brindando la información necesaria al contador para el registro de las operaciones comerciales de la empresa.

#### ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

- Realizar el reclutamiento del personal para su posterior selección por parte del Administrador.
- Efectuar los pagos a proveedores.
- Llevar registro ordenado de clientes y proveedores manejados por la organización.
- Realizar la liquidación de nómina para su posterior pago.
- Consignar los dineros concernientes a parafiscales y seguridad social.
- Llevar registro ordenado y actualizado del pago de parafiscales y seguridad social realizado por la empresa.
- Digitalizar los modelos de contratos del personal.
- Radicar la correspondencia y distribuirla según corresponda.
- Atención al cliente telefónica, por internet o personalmente.
- Responder los oficios relacionados con el área.
- Manejar el archivo relacionado con los empleados.
- Responder el teléfono y tomar recados.
- Informar al Administrador sobre cualquier anomalía en la organización.

#### NIVEL DE ESFUERZO:

Mental: Agilidad en los oficios asignados.

#### CONDICIONES AMBIENTALES

El orden, iluminación, acondicionamiento del clima con una temperatura de 18° y 22°c para un buen rendimiento laboral.

#### 4.3.2.4 Identificación del Puesto, Operarios Y/O Trabajadores

NOMBRE ODENOMINACIÓN: Operario y/o trabajadores

Código: MDG003

Departamentos, unidades o secciones donde se encuentra: Planta Física

Dependencia Jerárquica: Gerente

Horarios: 8:00 Am a 12:00 a.m. y 2.00 p.m. a 6:00 p.m.

#### OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO

Esta persona se encargará de velar porque cada uno de los establos se encuentre en óptimas condiciones para recibir al turista y brindarle un espacio agradable para el desarrollo de cada actividad.

#### ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

- Alimentar a los animales que permanezcan en el establo.
- Mantener en óptimas condiciones de limpieza éste lugar.
- Informar al administrador sobre la existencia de insumos o la adquisición de nuevos elementos.
- Mantener los elementos y herramientas en condiciones adecuadas de limpieza.
- Hacer mantenimiento a los senderos que cruzan por la zona de establos.
- Alimentar a los animales que permanezcan en el establo.
- Mantener en óptimas condiciones de limpieza éste lugar.
- Informar al administrador sobre la existencia de insumos o la adquisición de nuevos elementos.
- Mantener los elementos y herramientas en condiciones adecuadas de limpieza.
- Hacer mantenimiento a los senderos que cruzan por la zona de establos.

#### NIVEL DE ESFUERZO:

Físico: Mantenerse en completas condiciones físicas y ergonómicas para un buen desempeño en su trabajo. Realizar las respectivas pausas activas.

#### CONDICIONES AMBIENTALES

El orden, iluminación, acondicionamiento del clima con una temperatura de 18° y 22°c para un buen rendimiento laboral.

REQUISITOS: Haber realizado el Bachillerato como mínimo, y ser habitante de la zona donde se desarrolla el proyecto

REQUISITOS DE EXPERIENCIA CON ANIMALES: 1 años de, experiencia en el cargo.

#### OTRAS HABILIDADES Y DESTREZAS:

Específicas: Tener manejo en los animales, destrezas al manejar las herramientas necesarias para tener en buenas condiciones, aportar y ejercer ideas para el mejoramiento del sitio.

#### 4.3.2.5 Identificación del Puesto, Guía de Recorrido.

NOMBRE ODENOMINACIÓN: Guía de recorrido

Código: MDG003

Departamentos, unidades o secciones donde se encuentra: Planta Física

Dependencia Jerárquica: Gerente

Horarios: 8:00am a 6:00pm

#### OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO

Acompañar en actividades de la naturaleza. Estar especializado en recursos naturales. Acompañar en actividades sencillas y de bajo riesgo (senderismo, paseos a caballo, etc.).

#### ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

- Brinda la información necesaria y requerida por el pasajero, así como de asistir, orientar y asesorar al turista en los casos que se requiera
- Acompaña a los turistas en sus compras, paseos, visitas, espectáculos y diversiones.
- Controla periódicamente el grupo de turistas que está bajo su responsabilidad.
- Toma decisiones en situaciones especiales que afectan al turista.
- Coordina los servicios que se le prestan al turista durante los recorridos.
- Asiste al turista en los primeros auxilios y coordina su ingreso a los centros hospitalarios.

#### NIVEL DE ESFUERZO:

MENTAL: Conocimientos cultural (el arte o la historia), no dejando de lado el conocimiento práctico (capacidad de organización, técnicas de comunicación, dinámica de grupos, etc.)

FISICO: Debe ser capaz de ejecutar movimientos con facilidad, flexibilidad, y facilidad de recorrer caminos rurales.

#### CONDICIONES AMBIENTALES

El orden, iluminación, acondicionamiento del clima con una temperatura de 18° y 22°c para un buen rendimiento laboral.

REQUISITOS: Tener los títulos de bachillerato elemental para guías de turismo, bachillerato superior para guía intérprete.

REQUISITOS DE EXPERIENCIA: 1 año

#### OTRAS HABILIDADES Y DESTREZAS:

Específicas: Concentración en la actividad que se está realizando, organización de tiempo para cada proceso.

#### 4.3.2.6 Identificación del Puesto, Asistente de Cocina.

NOMBRE O DENOMINACIÓN: Asistente de Cocina

Código: MDG003

Departamentos, unidades o secciones donde se encuentra: Planta Física

Dependencia Jerárquica: Gerente

Horarios: 6:00am a 8:00pm y 8:00pm a 6:00am

#### OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO

Encargado de realizar los procesos de preparación de alimentos y de las actividades complementarias correspondientes a dichos procesos.

#### ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

- Realizar las diferentes operaciones de limpieza y puesta a punto de equipos y utillajes de trabajo en el área de producción culinaria.
- Realizar la recepción de las mercancías, distribuirlas y/o almacenarlas de acuerdo con instrucciones prefijadas.
- Manipular y pre elaborar materias primas en crudo según necesidades e instrucciones recibidas.
- Realizar elaboraciones culinarias elementales y de múltiples aplicaciones de acuerdo con las necesidades e instrucciones recibidas.

#### NIVEL DE ESFUERZO:

**MENTAL:** Interpretar correctamente la información oral y escrita (albaranes, comandas, fichas de elaboración, ya sean instrucciones, indicaciones y otros documentos de su ámbito cotidiano.

**FISICO:** Facilidad para transportar los alimentos a los distintos procesos y para permanecer de pie durante dichas actividades.

**CONDICIONES AMBIENTALES:** El orden, iluminación, acondicionamiento del clima con una temperatura de 18° y 22°c para un buen rendimiento laboral.

**REQUISITOS:** Tener los títulos de bachillerato

**REQUISITOS DE EXPERIENCIA:** 6 meses

#### OTRAS HABILIDADES Y DESTREZAS:

Específicas: Concentración en la actividad que se está realizando, organización de tiempo para cada proceso.

#### 4.3.2.6 Identificación del Puesto, Chefs.

NOMBRE O DENOMINACIÓN: Chefs

Código: MDG003

Departamentos, unidades o secciones donde se encuentra: Planta Física

Dependencia Jerárquica: Gerente

Horarios: 6:00am a 7:00pm

#### OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO

Es la persona encargada de crear e innovar platillos especiales, supervisar y de guiar a los cocineros además es el que tiene los conocimientos de nutrición y encargado de dirigir la mejor comida para los clientes.

#### ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

- La organización general de la cocina
- Elabora y componer los menús
- Hacer los pedidos de materia prima ser responsables por la utilidad de la cocina.
- Capacidad para saber que personal se debe contratar
- Capacitar a su personal
- Supervisar la cocina a la hora del servicio
- Asesorar a la gerencia en la compra de los equipos y en muchos casos ser responsable del orden la cocina.
- 

#### NIVEL DE ESFUERZO:

FISICO: Debe ser capaz de ejecutar movimientos con facilidad, flexibilidad, y facilidad de recorrer los alrededores de la planta.

CONDICIONES AMBIENTALES: El orden, iluminación, acondicionamiento del clima con una temperatura de 18° y 22°c para un buen rendimiento laboral.

REQUISITOS: Tener los títulos de Chefs

REQUISITOS DE EXPERIENCIA: 6 meses

#### OTRAS HABILIDADES Y DESTREZAS:

Específicas: Concentración en la actividad que se está realizando, organización de tiempo para cada proceso.

#### 4.3.2.7 Identificación del Puesto, Guardia de Seguridad

NOMBRE O DENOMINACIÓN: Guardia de Seguridad

Código: MDG003

Departamentos, unidades o secciones donde se encuentra: Planta Física

Dependencia Jerárquica: Gerente

Horarios: 6:00am a 7:00pm

#### OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO

Debe mantener a salvo a los clientes y empleados, tener un plan de seguridad bien implementado también debe contribuir a lograr un ambiente en el que todos se sientan cómodos.

#### ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

- Apoyar a la recepción en el control de personas que soliciten el ingreso a las dependencias de Monguate.
- Realizar las funciones de su cargo, sin dejar de mantener, en todo momento un trato cordial y respetuoso con los trabajadores y clientes.
- Controlar el ingreso vehicular al sector de los estacionamientos.
- Controlar al personal de contratistas de mantención general y de aseo durante el desarrollo de sus actividades fuera del horario administrativo, comprobando el cierre de las dependencias.
- Controlar las pautas de luces, agua y puertas de la instalación.
- Mantener el orden y control del personal que se encuentre en Monguate.

#### NIVEL DE ESFUERZO:

FISICO: Debe ser capaz de ejecutar movimientos con facilidad, flexibilidad, y facilidad de recorrer los alrededores de la planta.

CONDICIONES AMBIENTALES: El orden, iluminación, acondicionamiento del clima con una temperatura de 18° y 22°c para un buen rendimiento laboral.

REQUISITOS: Tener los títulos de bachillerato y curso en Seguridad.

REQUISITOS DE EXPERIENCIA: 6 meses

#### OTRAS HABILIDADES Y DESTREZAS:

Específicas: Concentración en la actividad que se está realizando, organización de tiempo para cada proceso.

#### 4.3.3 Asignación Salarial

El salario será pactado para pago mensual, el cual estará comprendido de acuerdo al grado de responsabilidad del empleado, es decir, que los funcionarios administrativos estarán mejor remunerados que los operativos.

Así mismo, el criterio para la asignación salarial corresponderá al perfil profesional y experiencia del empleado para desarrollar la labor encomendada. La excelente oferta de mano de obra presente en la región, es un factor que repercute favorablemente en la contratación de mano de obra económica planteada en el proyecto.

Cuadro 20. Asignación Salarial.

Cargo	Salario	Valor Prestacional	Aux. Transporte	Valor Total Mes	Valor Anual
Gerente	1.900.000	1.118.188		3.018.188	36.218.256
Auxiliar Administrativa	1.000.000	588.520	72.000	1.660.520	19.926.240
Chef	1.100.000	647.372	72.000	1.819.372	21.832.464
Asistente de Cocina	800.000	470.816	72.000	1.342.816	16.113.792
Seguridad	2.450.000			2.450.000	29.400.000
Contador	380.000	63.882	14.400	458.282	5.499.380
TOTAL				10.290.896	123.490.752

#### 4.4 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO

- ✓ Desde el punto de vista legal el proyecto no tiene inconvenientes, debido a que se conoce a plenitud las normas legales y la reglamentación existente sobre la constitución legal de la empresa, en lo que respecta a su legalización comercial, tributaria, laboral y de funcionamiento.
- ✓ Así mismo, se determinó su viabilidad respecto al recurso humano óptimo y necesario, tanto para el área administrativa, como para el área operativa. Lo anterior teniendo en cuenta que el municipio cuenta con personal calificado y disponible para laborar en las actividades de la empresa.
- ✓ En lo que respecta a su estructura organizacional, se cuenta con el conocimiento técnico que debe llevarse a cabo en el proceso de reclutamiento, selección y contratación de personal.

- ✓ Se estableció la estructura organizativa que dirigirá y operara en la granja, diseñando que sea apta para los requerimientos de las operaciones realizadas en la mencionada.
  
- ✓ Se concluyó los salarios de acuerdo a las funciones y perfiles de cada empleado.

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

El objeto de este capítulo es realizar un estudio amplio, detallado y suficiente de cada uno de los elementos que conforman la estructura financiera del proyecto como la inversión inicial, los costos de producción, los gastos funcionamiento, los ingresos percibidos, la utilidad del ejercicio, en fin toda información relevante para determinar la viabilidad financiera de la empresa proyecta a un horizonte de 5 años.

### 5.1. INVERSIONES

Está constituida por el conjunto de aportes que se deben hacer para adquirir los bienes y servicios necesarios para el desarrollo inicial del establecimiento, o sea para dotarla de su capacidad operativa. Estas inversiones iniciales son el resultado del estudio de mercados y el estudio técnico.

La inversión de este proyecto comprende: Inversión fija, inversión diferida e inversión de capital de trabajo. Se contará con un capital de trabajo para 30 días, con el propósito de tener el efectivo necesario para el normal funcionamiento de sus actividades. Se justifica este período porque las ventas se realizan de contado y se estarán percibiendo los recursos económicos necesarios para cancelar costos y gastos iniciales.

5.1.1 Inversión Fija. Está conformada por la inversión de activos fijos para poner en funcionamiento la empresa, así:

5.1.1.1 Terrenos. La realización de este proyecto no con lleva la compra de terrenos. La empresa inicialmente tomará en arriendo con promesa de venta el lugar donde funcionará la empresa por una de duración inicial de 5 años.

5.1.1.2 Construcciones y adecuación. La realización de este proyecto conlleva algunas construcciones, y obras de adecuación.

Tabla 27. Construcción y adecuaciones

CONCEPTO	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Estercolero	1	3.800.000	3.800.000
invernadero	1	1.300.000	1.300.000
Mejoramiento de corrales	1	1.100.000	1.100.000
Adaptación de corrales para pollos	1	2.000.000	2.000.000
Construcción conejera	1	3.000.000	3.000.000
Levantamiento muro	1	1.000.000	1.000.000
Arreglo establo especies menores	1	1.050.000	1.050.000
Recebo carretera	1	1.600.000	1.600.000
Puerta para caballeriza	1	46.000	46.000
Arreglo cerca de piedra	1	320.000	320.000
Adecuación zona de baños	1	4.500.000	4.500.000
TOTAL			19.716.000

### Maquinaria y equipo.

En este ítem se relacionan los utensilios industriales que se han de adquirir para dotar el área de producción. Las cotizaciones que se realizaron incluyen el transporte e instalación de la maquinaria y los equipos.

Tabla 28. Maquinaria y Equipo

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estufa MULTICHEF	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000
Refrigerador CORONA	1	\$ 700.000	\$ 700.000
Congelador CORONA	1	\$ 650.000	\$ 650.000
Asador CORONA	1	\$ 280.000	\$ 280.000
Freidora INDUSTRIAS KGR	1	\$ 370.000	\$ 370.000
Licuada OSTER	1	\$ 170.000	\$ 170.000
Utensilios	1	\$ 790.000	\$ 790.000
Cristalería y loza	1	\$ 880.000	\$ 880.000
Manteles y servilleteros	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Camas, mesas y repisas	118	\$ 450.000	\$ 53.100.000
Pica pasto	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Guadañadora	2	\$ 250.000	\$ 500.000
Macaneadora	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Extintores HTT	3	\$ 150.000	\$ 450.000
Total	7		\$60.540.000

5.1.1.3 Muebles y Enseres. Los muebles y enseres son requeridos para el funcionamiento del negocio y se observa en la siguiente relación.

Tabla 29. Muebles y Enseres

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio en madera	2	\$ 290.000	\$ 580.000
Sillas Giratorias	1	\$ 120.000	\$ 120.000
Sillas Auxiliares	1	\$ 60.000	\$ 60.000
Mesa para tv, Puff	2	\$ 120.000	\$ 240.000
Juego de sala	1	\$ 700.000	\$ 700.000
Archivador	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Totales	1	\$ 320.000	\$ 320.000
	9		\$ 3.520.000

5.1.1.4 Equipo de Oficina. Es el equipo mobiliario, mecánico y electrónico de propiedad del ente económico, utilizado para el desarrollo de sus operaciones.

Tabla 30. Equipo de Oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Portátil	1	\$ 900.000	\$ 900.000
Computador	1	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000
Impresora Multifuncional	1	\$ 530.000	\$ 530.000
Teléfono	1	\$ 70.000	\$ 70.000
Totales	4		3.100.000

5.1.1. 5 Herramientas. Son los equipos activos de menor valor necesarios para desarrollar las labores planteadas por la empresa.

Tabla 31. Herramientas

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Palas anchas	3	\$ 18.000	\$ 54.000
2 Carretillas	2	\$ 50.000	\$ 100.000
3 Horquillas tipo carbonera de 15 dientes	2	\$ 15.000	\$ 30.000
Rastrillos de punta larga y redondeada	2	\$34.000	\$ 68.000
Manguera	1	\$ 45.000	\$45.000
Bascula Industrial	1	\$ 650.000	\$650.000
Juego destornilladores	1	\$ 43.000	\$ 43.000
Alicates	2	\$ 16.000	\$ 32.000
Juego de llaves	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Inyector de grasa	1	\$ 25.000	\$ 25.000
Juego de copas	1	\$ 35.000	\$ 35.000
Baldes plásticos	5	\$ 12.000	\$ 60.000
Segueta	1	\$ 10.000	\$ 10.000
Martillo 29 "	2	\$ 11.000	\$ 22.000
Pala draga	2	\$ 25.000	\$ 50.000
Tijera	2	\$ 12.000	\$ 24.000
Pica	2	\$ 14.000	\$ 28.000
Azadón	2	\$ 18.000	\$36.000
Caneca Plástica para el aseo	3	\$ 28.000	\$ 84.000
TOTAL	36		\$ 1.446.000

5.1.1.6 Semovientes. Son los animales en los cuales la Granja Turística va a invertir para poner en funcionamiento la misma al público.

Tabla 32. Semovientes

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Ganado Holstein	3	\$ 1.750.000	\$ 5.250.000
Ganado cebú	2	\$ 1.450.000	\$ 2.900.000
Ganado chino santandereano	3	\$ 630.000	\$ 1.890.000
Cerdos pietran	3	\$ 700.000	\$ 2.100.000
Cerdo criollo	3	\$ 55.000	\$ 165.000
Pollos	49	\$ 1.200	\$ 58.800
Conejos	20	\$ 20.000	\$ 400.000
Cabras	6	\$ 35.000	\$ 210.000
Perro labrador	2	\$ 370.000	\$ 740.000
Caballos	4	\$ 1.400.000	\$ 5.600.000
<b>Totales</b>	<b>95</b>		<b>19.313.800</b>

5.1.1.7 Total inversión fija. El total de la inversión fija requerida para este proyecto se Observa en el cuadro siguiente.

Tabla 33. Inversión fija

Total inversión fija	
Inversión	Valor
Maquinaria y equipo	60.540.000
Muebles y enseres	3.520.000
Equipo de oficina	3.100.000
Semovientes	19.313.800
Herramientas	1.446.000
<b>Total</b>	<b>87.919.800</b>

5.1.2 Inversión diferida: La inversión diferida que se realiza en esta etapa pre-operativa de la empresa, son necesarias para cubrir requisitos de ley, los estudios de factibilidad, los costos del montaje, las adecuaciones locativas y otros gastos como son los de publicidad de lanzamiento y la publicidad de mantenimiento.

Tabla 34. Inversión diferida pre-operacional

INVERSIÓN DIFERIDA	VALOR TOTAL	VALOR DIFERIDO/AÑO
Estudio de Factibilidad	\$ 2.400.000	\$ 200.000
Licencia de funcionamiento	\$ 237.000	\$ 19.750
Registro Operador Turístico	\$ 120.000	\$ 10.000
Escritura de constitución	\$ 247.500	\$ 20.625

Registro de Libros y documentos	\$	10.000	\$	833
Registro Mercantil	\$	400.000	\$	33.333
Lanzamiento	\$	2.800.000	\$	233.333
Construcción y adecuaciones	\$	19.716.000	\$	1.643.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>25.930.500</b>	<b>\$</b>	<b>2.160.875</b>

INVERSIÓN DIFERIDA	VALOR TOTAL	VALOR DIFERIDO/AÑO
Estudio de Factibilidad	\$ 2.400.000	\$ 200.000
Licencia de funcionamiento	\$ 257.000	\$ 21.417
Escritura de constitución	\$ 347.500	\$ 28.958
Registro de Libros y documentos	\$ 10.000	\$ 833
Registro Mercantil	\$ 400.000	\$ 33.333
Lanzamiento	\$ 2.800.000	\$ 233.333
Construcción y adecuaciones	\$ 19.716.000	\$ 1.643.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 25.930.500</b>	<b>\$ 2.160.875</b>

Tabla 35. Inversión diferida en publicidad

Medio Publicitario	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
Afiches	150 unidades	\$ 6.000	\$ 900.000
Tarjetas de presentación	1.500 Tarjetas de presentación	\$ 200	\$ 300.000
Página Web (Diseño)	Global	\$ 800.000	\$ 800.000
Evento de Activación	Evento de Marca o logística		\$ 800.000
<b>Total presupuesto</b>			<b>\$2.800.000</b>

### 5.1.3 Inversión de capital de trabajo

Constituye el conjunto de recursos necesarios para el funcionamiento de la empresa, en el ciclo de inicio de la empresa el cual se contempla de un mes. Estos costos se diferencian de la inversión fija y diferida ya que estos últimos se pueden recuperar con las depreciaciones y amortizaciones. Estos recursos son independientes del nivel de ingresos de la empresa.

5.1.3.1 Costos de producción. Los costos de producción están conformados por las materias primas necesarias para iniciar el ciclo operativo, los costos de la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

5.1.3.1.1 Materias primas. Los insumos que se relacionan en este listado, están presupuestadas para la producción de un año, con 7.560 Litros de Leche, 5 terneros 10.000 unidades de Huevos, 40 cerdos, 60 Conejos, 600 Mojarras de Libra, más los servicios de hospedaje en los diferentes ofertados.

En el cuadro siguiente se observa el nivel de producción año a año de acuerdo con lo proyectado en los estudios de mercados y técnico.

Tabla 36. Cantidad de producción

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LITROS DE LECHE	7.560	7.787	8.020	8.261	8.509
TERNEROS	5	5	5	5	6
HUEVOS	10000	10.300	10.609	10.927	11.255
CERDOS	40	41	42	44	45
CONEJOS	60	62	64	66	68
MOJARRA (UNIDADES DE 500GR)	600	618	637	656	675

Tabla 37. Costo Materiales directos

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos restaurante, cafetería y hospedaje	9.000.000	9.600.000	9.600.000	9.600.000	9.600.000
Insumos para la leche	4.400.000	4.400.000	4.400.000	4.400.000	4.400.000
Terneros	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000
Insumos para terneros	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Pollas para ponedoras	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000
Cerdos	1.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Insumos para cerdos	460.000	460.000	460.000	460.000	460.000
Insumos para ponedoras y pollitos	389.000	389.000	389.000	389.000	389.000
Conejos bebes	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000
Insumos para cría de conejos	329.000	329.000	329.000	329.000	329.000
Alevinos	63.000	63.000	63.000	63.000	63.000
Concentrado para peces	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000
Total materiales directos	17.967.000	19.567.000	19.567.000	19.567.000	19.567.000

5.1.3.1.2 Mano de obra directa. El costo de mano de obra para este estudio se detiene específicamente en el área de producción, por lo tanto se cuantifica el valor de la nómina será de los tres operarios. Estos costos se encuentran proyectados a cinco años

Tabla 38. Costo mano de obra directa

PERSONAL DIRECTO						
Cargo	No. De Personas	Salario	Valor Prestacional	Aux Tpte	Valor Total Mes	Valor Anual
Guías	2	492.800	188.999	57.600	739.399	8.872.784
Operarios	3	616.000	236.248	72.000	2.772.745	33.272.940
<b>TOTALES</b>					3.512.144	42.145.723

El factor prestacional correspondiente a los aportes parafiscales, seguridad social y demás prestaciones legales estipuladas por la ley 100 de 1993, según se establece en el siguiente cuadro.

Tabla 39. Información Prestacional

Información Prestacional	%	Salario Básico	616.000	Auxilio Transporte	72.000
Prima	8,3	51.313	Ley 89 de 1998 Ley 89 de 1999 Ley 89 de 1999		
Vacaciones	4,2	25.687			
Cesantías	8,3	51.313			
Intereses Cesantías	1,0	6.160			
Caja de Compensación	4,0	24.640			
ICBF	0,0	0			
Sena	0,0	0			
Salud	0,0	0			
Pensión	12,0	73.920			
Riesgos Profesionales	0,5	3.216			
Dotación	7,0				
<b>% Total</b>	0,454	236.248			
<b>Básico</b>		616.000			
<b>Aux. Transporte</b>		72.000			
<b>Total</b>		<b>924.248</b>			

5.1.3.1.3 Costos indirectos de fabricación. Estos costos son causados por conceptos diferentes a los que se relacionan con la nómina y la materia prima. Llamados también costos generales de fabricación y están relacionado con la producción del producto.

Tabla 40. Costos indirectos de fabricación

PRODUCTO	Valor. Parcial mes	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios (agua, luz y teléfono)	100.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Transporte	80.000	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000
Depreciaciones	1.454.544	17.454.533	17.454.533	17.454.533	17.454.533	17.454.533
<b>Sub-Total</b>	<b>1.634.544</b>	<b>19.614.533</b>	<b>19.614.533</b>	<b>19.614.533</b>	<b>19.614.533</b>	<b>19.614.533</b>
Imprevistos 5%	81.727	980.727	980.727	980.727	980.727	980.727
<b>Total CIF</b>	<b>1.716.272</b>	<b>20.595.260</b>	<b>20.595.260</b>	<b>20.595.260</b>	<b>20.595.260</b>	<b>20.595.260</b>

5.1.3.1.4 Total Costos de producción. En este numeral se hallan plasmados el resumen de todos los costos de producción.

Tabla 41. Costos totales de producción

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	17.967.000	19.567.000	19.567.000	19.567.000	19.567.000

Mano de Obra directa	38.191.663	38.191.663	38.191.663	38.191.663	38.191.663
Costos Indirectos de Fabricación	20.595.260	20.595.260	20.595.260	20.595.260	20.595.260
Total CIF	76.753.923	78.353.923	78.353.923	78.353.923	78.353.923

5.1.3.2 Gastos de Administración y ventas: Son los costos originados de realizar las funciones administrativa dentro de la empresa para el proyecto está representado por la mano de obra del personal administrativo, servicios públicos, depreciación, publicidad y otros costos administrativos y de ventas

Tabla 42. Costos de administración y ventas

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo de la finca	37.200.000	37.200.000	37.200.000	37.200.000	37.200.000
Servicios públicos (agua, luz, teléf.) Admón.	1.560.000	1.560.000	1.560.000	1.560.000	1.560.000
Honorarios Contador	5.499.380	5.499.380	5.499.380	5.499.380	5.499.380
Guías	1.924.964	1.924.964	1.924.964	1.924.964	1.924.964
Insumos Aseo y Cafetería	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000
Papelería	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Publicidad de operación	3.990.000	3.990.000	3.990.000	3.990.000	3.990.000
Total Costos de Admón. y ventas	51.134.344	51.134.344	51.134.344	51.134.344	51.134.344

5.1.3.2.1 Mano de obra administrativa: Se refiere a los sueldos del personal que tendrá a su cargo la organización administrativa de la Granja Turística

Tabla 43. Costo mano de obra administrativa

Cargo	Salario	Valor Prestacional	Aux Tpte	Valor Total Mes	Valor Anual
Gerente	1.900.000	1.118.188		3.018.188	36.218.256
Auxiliar Administrativa	1.000.000	588.520	72.000	1.660.520	19.926.240
Chef	1.100.000	647.372	72.000	1.819.372	21.832.464
Asistente de Cocina	800.000	470.816	72.000	1.342.816	16.113.792
Seguridad	2.450.000			2.450.000	29.400.000
Contador	380.000	63.882	14.400	458.282	5.499.380
TOTAL				10.290.896	123.490.752

5.1.3.2.2 Depreciación: El sistema empleado para depreciar los activos fijos de esta empresa, es el denominado “línea recta”, que consiste en dividir el valor del activo fijo entre el número de años de vida útil depreciando cada año la misma cantidad y el mismo valor cada año por el número de los meses del año. Su cálculo se observa en la tabla 41.

Tabla 44. Depreciaciones

DESCRIPCIÓN	AÑOS A DEPRECIAR	VALOR ACTIVOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Maquinaria y equipo	5 Años	60.540.000,00	1.009.000	12.108.000
Muebles enseres	5 Años	3.520.000,00	58.667	704.000
Equipo de oficina	5 Años	3.100.000,00	51.667	620.000
Semovientes	3 Años	11.200.000,00	311.111	3.733.333
Herramientas	5 Años	1.446.000,00	24.100	289.200
<b>TOTAL</b>		<b>79.806.000,00</b>	<b>1.454.544</b>	<b>17.454.533</b>

5.1.3.3 Gastos financieros: Los gastos financieros son los desembolsos en efectivo que la nueva empresa por concepto de crédito bancario destinado a financiar parte de inversión del proyecto, Los gastos financieros están representados en un crédito para capital de trabajo y algunos equipos que será parte del capital inicial de la empresa; el crédito se efectuará con Banco de Colombia, cuya tasa de interés actual es del 1.45% M.V. y Teniendo en cuenta que el monto financiado es de \$ 77.951.012.

Tabla 45. Gastos Financieros

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Interés</b>	12.185.326	10.254.359	7.958.139	5.227.577	1.980.513
<b>Total</b>	<b>12.185.326</b>	<b>10.254.359</b>	<b>7.958.139</b>	<b>5.227.577</b>	<b>1.980.513</b>

5.1.3.4 Total capital de trabajo: La inversión adicional líquida que se debe aportar para que la empresa empiece a producir, se determina según los siguientes datos. Este capital de trabajo es para el funcionamiento de un mes de la empresa y prestar el servicio adecuadamente.

Tabla 46. Capital de trabajo.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo Materia prima	1.497.250	1.497.250	1.497.250	1.497.250	1.497.250
Costo M O D	3.182.639	3.182.639	3.182.639	3.182.639	3.182.639
CIF	1.716.272	1.716.272	1.716.272	1.716.272	1.716.272
Gastos de Admón. y ventas	4.261.195	4.261.195	4.261.195	4.261.195	4.261.195
<b>TOTAL</b>	<b>10.657.356</b>	<b>10.657.356</b>	<b>10.657.356</b>	<b>10.657.356</b>	<b>10.657.356</b>

5.1.4 Inversión total: En este rubro se suman cada una de las inversiones: Inversión fija, inversión diferida y de capital de trabajo.

Tabla 47. Inversión

PLAN DE INVERSION	TOTAL INVERSION	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS CREDITO
<b>A. Activos Fijos</b>			
Maquinaria y equipo	60.540.000	12.108.000	48.432.000
Muebles y enseres	3.520.000	3.520.000	-
Equipo de oficina	3.100.000	3.100.000	-
Semovientes	19.313.800	19.313.800	-
Herramientas	1.446.000	1.446.000	-
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>87.919.800</b>	<b>39.487.800</b>	<b>48.432.000</b>
<b>B. Capital de Trabajo</b>			-
Insumos	1.606.000	1.606.000	-
Mano de obra	3.512.144	3.512.144	-
CIF	1.410.605	1.410.605	-
Gastos Admón. Y Ventas	5.585.198	5.585.198	-
<b>Total Capital de trabajo</b>	<b>12.113.947</b>	<b>12.113.947</b>	-
			-
<b>C. I. Diferida</b>	<b>25.930.500</b>	-	<b>25.930.500</b>
			-
<b>Inversión Total</b>	<b>125.964.247</b>	<b>51.601.747</b>	<b>74.362.500</b>

5.1.5 Fuentes de financiación: Los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto son \$125.964.247=, que están distribuidos así: recursos propios de los socios representados por dinero disponible para la implementación del proyecto que es la suma de \$51.601.747 y representa aproximadamente un 41% de la inversión total.

La diferencia de los recursos (\$74.362.500) se obtendrá a partir de un crédito de consumo, que se efectuará con el Banco de Colombia y cuya tasa de interés actual es del 1.45% M.V.

Tabla 48. Fuentes de financiación.

Concepto	Valor	Porcentaje
Crédito	74.362.500	59%
Recursos propios	51.601.747	41%
<b>Total</b>	<b>125.964.247</b>	<b>100%</b>

**Recursos propios.** El proyecto se realizará con el 41% de aportes de los socios, el cual podrá realizar pago en efectivo, títulos valores a la vista o en especie, que suman en total \$ 51.601.747.

**Recursos de terceros.** Para el funcionamiento de la empresa, será necesario solicitar un crédito bancario equivalente al 59% de la inversión que necesita el proyecto al Banco de Colombia por valor de \$ 74.362.500, el cual será amortizado mensualmente en un plazo de 5 años.

La amortización planeada para capital e intereses fue calculado bajo los siguientes parámetros:

Tabla 49. Amortización del crédito bancario

CALCULO DEL PRESTAMO				
Monto del préstamo	74.362.500			
Interés anual	17,45%			
Periodo del préstamo en años	5			
Numero de pagos	60			
Pago Programado	\$ 1.866.140,24			
Pago N°	Cuota	Intereses	Abonos a capital	Saldo deuda
0				74.362.500,00
1	1.866.140,24	1.081.354,69	784.785,55	73.577.714,45
2	1.866.140,24	1.069.942,60	796.197,64	72.781.516,80
3	1.866.140,24	1.058.364,56	807.775,68	71.973.741,12
4	1.866.140,24	1.046.618,15	819.522,09	71.154.219,03
5	1.866.140,24	1.034.700,94	831.439,31	70.322.779,73
6	1.866.140,24	1.022.610,42	843.529,82	69.479.249,91
7	1.866.140,24	1.010.344,09	855.796,15	68.623.453,76

8	1.866.140,24	997.899,39	868.240,85	67.755.212,91
9	1.866.140,24	985.273,72	880.866,52	66.874.346,39
10	1.866.140,24	972.464,45	893.675,79	65.980.670,60
11	1.866.140,24	959.468,92	906.671,32	65.073.999,28
12	1.866.140,24	946.284,41	919.855,83	64.154.143,44
13	1.866.140,24	932.908,17	933.232,07	63.220.911,37
14	1.866.140,24	919.337,42	946.802,82	62.274.108,55
15	1.866.140,24	905.569,33	960.570,91	61.313.537,64
16	1.866.140,24	891.601,03	974.539,21	60.338.998,43
17	1.866.140,24	877.429,60	988.710,64	59.350.287,79
18	1.866.140,24	863.052,10	1.003.088,14	58.347.199,65
19	1.866.140,24	848.465,53	1.017.674,71	57.329.524,93
20	1.866.140,24	833.666,84	1.032.473,40	56.297.051,54
21	1.866.140,24	818.652,96	1.047.487,28	55.249.564,25
22	1.866.140,24	803.420,75	1.062.719,49	54.186.844,76
23	1.866.140,24	787.967,03	1.078.173,21	53.108.671,55
24	1.866.140,24	772.288,60	1.093.851,64	52.014.819,91
25	1.866.140,24	756.382,17	1.109.758,07	50.905.061,84
26	1.866.140,24	740.244,44	1.125.895,80	49.779.166,04
27	1.866.140,24	723.872,04	1.142.268,20	48.636.897,84
28	1.866.140,24	707.261,56	1.158.878,68	47.478.019,16
29	1.866.140,24	690.409,53	1.175.730,71	46.302.288,44
30	1.866.140,24	673.312,44	1.192.827,80	45.109.460,65
31	1.866.140,24	655.966,74	1.210.173,50	43.899.287,15
32	1.866.140,24	638.368,80	1.227.771,44	42.671.515,71
33	1.866.140,24	620.514,96	1.245.625,28	41.425.890,43
34	1.866.140,24	602.401,49	1.263.738,75	40.162.151,67
35	1.866.140,24	584.024,62	1.282.115,62	38.880.036,06
36	1.866.140,24	565.380,52	1.300.759,72	37.579.276,34
37	1.866.140,24	546.465,31	1.319.674,93	36.259.601,41
38	1.866.140,24	527.275,04	1.338.865,20	34.920.736,21
39	1.866.140,24	507.805,71	1.358.334,54	33.562.401,67
40	1.866.140,24	488.053,26	1.378.086,98	32.184.314,69
41	1.866.140,24	468.013,58	1.398.126,66	30.786.188,02
42	1.866.140,24	447.682,48	1.418.457,76	29.367.730,27
43	1.866.140,24	427.055,74	1.439.084,50	27.928.645,77
44	1.866.140,24	406.129,06	1.460.011,18	26.468.634,59
45	1.866.140,24	384.898,06	1.481.242,18	24.987.392,41
46	1.866.140,24	363.358,33	1.502.781,91	23.484.610,50
47	1.866.140,24	341.505,38	1.524.634,86	21.959.975,63
48	1.866.140,24	319.334,65	1.546.805,60	20.413.170,04

<b>49</b>	1.866.140,24	296.841,51	1.569.298,73	18.843.871,31
<b>50</b>	1.866.140,24	274.021,30	1.592.118,95	17.251.752,37
<b>51</b>	1.866.140,24	250.869,23	1.615.271,01	15.636.481,36
<b>52</b>	1.866.140,24	227.380,50	1.638.759,74	13.997.721,62
<b>53</b>	1.866.140,24	203.550,20	1.662.590,04	12.335.131,58
<b>54</b>	1.866.140,24	179.373,37	1.686.766,87	10.648.364,71
<b>55</b>	1.866.140,24	154.844,97	1.711.295,27	8.937.069,44
<b>56</b>	1.866.140,24	129.959,88	1.736.180,36	7.200.889,08
<b>57</b>	1.866.140,24	104.712,93	1.761.427,31	5.439.461,77
<b>58</b>	1.866.140,24	79.098,84	1.787.041,40	3.652.420,37
<b>59</b>	1.866.140,24	53.112,28	1.813.027,96	1.839.392,41
<b>60</b>	1.866.140,24	26.747,83	1.839.392,41	0,00

## 5.2 COSTOS

Una vez definida la inversión total, se distribuyen los costos y gastos tanto fijos como variables como base para estimar el costo unitario de cada taco y su precio de venta.

### 5.2.1 Costos fijos.

Los costos fijos son aquellos que se generan mensualmente pero no tienen relación con la disminución o el incremento de las ventas o de la producción.

Tabla 50. Costos fijos

COSTO FIJO TOTAL					
Arriendo de la finca	37.200.000,0	37.200.000,0	37.200.000,0	37.200.000,0	37.200.000,0
Mano de obra administrativa	123.490.752,0	123.490.752,0	123.490.752,0	123.490.752,0	123.490.752,0
Servicios públicos (agua, luz, teléf.) Admón.	2.760.000,0	2.760.000,0	2.760.000,0	2.760.000,0	2.760.000,0
Honorarios Contador	5.499.380,0	5.499.380,0	5.499.380,0	5.499.380,0	5.499.380,0
Insumos Aseo y Cafetería	660.000,0	660.000,0	660.000,0	660.000,0	660.000,0
Papelería	300.000,0	300.000,0	300.000,0	300.000,0	300.000,0
Publicidad de operación	3.990.000,0	3.990.000,0	3.990.000,0	3.990.000,0	3.990.000,0
Transporte	960.000,0	960.000,0	960.000,0	960.000,0	960.000,0
Imprevistos 5%	980.726,7	980.726,7	980.726,7	980.726,7	980.726,7
Depreciaciones	17.454.533,3	17.454.533,3	17.454.533,3	17.454.533,3	17.454.533,3
Amortizaciones	2.160.875,0	2.160.875,0	2.160.875,0	2.160.875,0	2.160.875,0
<b>Total</b>	<b>195.456.267,0</b>	<b>195.456.267,0</b>	<b>195.456.267,0</b>	<b>195.456.267,0</b>	<b>195.456.267,0</b>

### 5.2.2 Costos variables.

Los costos variables están directamente relacionados con el producto, con el valor de los insumos, el incremento o disminución en las ventas y la mano de obra directa.

Tabla 51. Costos variables totales y unitarios

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>PRODUCTO: Leche</b>					
Unidad de Costo: litro					
Detalle de costo variable unitario					
Materia prima					
Insumos lechero	4.400.000	4.400.000	4.400.000	4.400.000	4.400.000
Costo materia prima	4.400.000	4.400.000	4.400.000	4.400.000	4.400.000
Costo variable total	4.400.000	4.400.000	4.400.000	4.400.000	4.400.000
Unidades producidas	7.560	7.787	8.020	8.261	8.509
Costo variable unitario	582	565	549	533	517
<b>Producto: terneros</b>					
Unidad de Costo: Ejemplar					
Detalle de costo variable unitario					
Materia prima					
Terneros	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000
Insumos para terneros	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Costo materia prima	1.850.000	1.850.000	1.850.000	1.850.000	1.850.000
Otros costos					
Costo variable total	1.850.000	1.850.000	1.850.000	1.850.000	1.850.000
Unidades producidas	5	5	5	5	6
Costo variable unitario	370.000	359.223	348.760	338.602	328.740
<b>Producto: gallinas</b>					
Unidad de Costo: Ejemplar					
Detalle de costo variable unitario					
Materia prima					
Pollas para ponedoras	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000
Insumos para ponedoras	389.000	389.000	389.000	389.000	389.000
Costo materia prima	437.000	437.000	437.000	437.000	437.000
Otros costos					
Costo variable total	437.000	437.000	437.000	437.000	437.000
UNIDADES PRODUCIDAS huevos	10.000	10.300	10.609	10.927	11.255
Costo variable unitario	44	42	41	40	39
<b>Producto: cerdos</b>					
Unidad de Costo: Ejemplar					
Detalle de costo variable unitario					
Materia prima					
Cerdos	1.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Insumos para cerdos	460.000	460.000	460.000	460.000	460.000
Costo materia prima	1.460.000	2.460.000	2.460.000	2.460.000	2.460.000
Otros costos					

Costo variable total	1.460.000	2.460.000	2.460.000	2.460.000	2.460.000
Unidades producidas	40	41	42	44	45
Costo variable unitario	36.500	59.709	57.970	56.281	54.642
PRODUCTO: Conejos					
Unidad de Costo: Ejemplar					
DETALLE DE COSTO VARIABLE UNITARIO					
MATERIA PRIMA					
CONEJOS BEBES	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000
INSUMOS PARA CRIA DE CONEJOS	329.000	329.000	329.000	329.000	329.000
COSTO MATERIA PRIMA	377.000	377.000	377.000	377.000	377.000
OTROS COSTOS					
COSTO VARIABLE TOTAL	377.000	377.000	377.000	377.000	377.000
UNIDADES PRODUCIDAS	600	618	637	656	675
COSTO VARIABLE UNTARIO	628	610	592	575	558
PRODUCTO: Mojarra					
Unidad de Costo: libra					
DETALLE DE COSTO VARIABLE UNITARIO					
MATERIA PRIMA					
ALEVINOS	63.000	63.000	63.000	63.000	63.000
CONCENTRADO PARA PECES	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000
COSTO MATERIA PRIMA	443.000	443.000	443.000	443.000	443.000
OTROS COSTOS					
COSTO VARIABLE TOTAL	443.000	443.000	443.000	443.000	443.000
UNIDADES PRODUCIDAS	600	618	637	656	675
COSTO VARIABLE UNTARIO	738	717	696	676	656
SERVICIO DE HOSPEDAJE:					
Unidad de Costo: plan					
DETALLE DE COSTO VARIABLE UNITARIO					
MATERIA PRIMA					
MANO DE OBRA DIRECTA	38.191.663	38.191.663	38.191.663	38.191.663	38.191.663
INSUMOS PARA HOSPEDAJE	9.000.000	9.600.000	9.600.000	9.600.000	9.600.000
COSTO VARIABLE TOTAL	47.191.663	47.791.663	47.791.663	47.791.663	47.791.663
UNIDADES PRODUCIDAS	5.928	6.916	7.904	8.892	9.880
COSTO VARIABLE UNTARIO	7.961	6.910	6.047	5.375	4.837
<b>GRAN TOTAL COSTO VARIABLE</b>	<b>416.453</b>	<b>427.777</b>	<b>414.655</b>	<b>402.082</b>	<b>389.990</b>

### 5.2.3. Costo y gasto total unitario

Tabla 52. Costo y gasto total unitario

Descripción	Unidades presupuestadas Promedio	Precio de Venta Unitario	Costo variable total	Costo fijo total	Costo Total	Costo total unitario
LITROS DE LECHE	7.560	1.250	4.400.000	15.000.000	19.400.000	1.984
GANADO ENGORDE (UNIDAD)	5	1.488.000	1.850.000	39.513	1.889.513	7.902,651
HUEVOS	10.000	250	437.000	79.026.510	79.463.510	7.903
CERDOS	40	754.000	1.460.000	316.106	1.776.106	7.903
CONEJOS (UNIDADES)	600	25.000	377.000	4.741.591	5.118.591	7.903
MOJARRA (UNIDADES DE 500GR)	600	3.800	443.000	4.741.591	5.184.591	7.903
HOSPEDAJE	5.928	40.000	47.191.663	46.846.915	94.038.579	7.903
<b>TOTALES</b>	<b>24.733</b>		<b>56.158.663</b>	<b>150.712.225</b>	<b>206.870.889</b>	

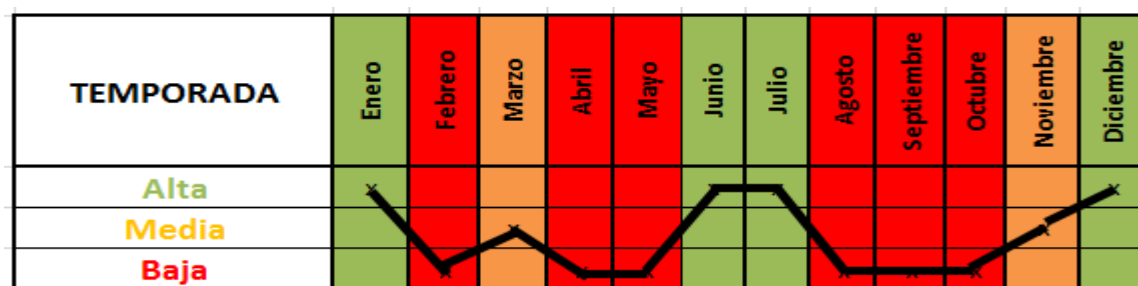
### 5.3. PRECIO DE VENTA

El precio se fija con base en el mercado actual y tiene un margen de contribución (ver cuadro abajo). Se define como estrategia de penetración de mercados ingresar con un precio bajo inicialmente e ir subiendo de forma sistemática

Tabla 53. Precio

Descripción	Unidades presupuestadas Promedio	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Unitario	Margen De Contribución
LITROS DE LECHE	7.560	1.250	\$ 582	\$ 668
GANADO ENGORDE (UNIDAD)	5	1.488.000	\$ 370.000	\$ 1.118.000
HUEVOS	10.000	250	\$ 44	\$ 206
CERDOS	40	754.000	\$ 36.500	\$ 717.500
CONEJOS (UNIDADES)	600	25.000	\$ 628	\$ 24.372
MOJARRA (UNIDADES DE 500GR)	600	3.800	\$ 738	\$ 3.062
HOSPEDAJE	5.928	40.000	\$ 7.961	\$ 32.039
	<b>24.733</b>			<b>1.895.847</b>

Gráfico 22. Temporadas



## 5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS

5.4.1 Ingresos Proyectados. Para la proyección de los ingresos se tiene en cuenta el número de productos y servicios a prestar, para los primeros cinco años de vida útil del proyecto, multiplicados por el precio de venta que permanece constante.

### Presupuesto de ingresos y egresos

Tabla 54. Producción anual

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LITROS DE LECHE	7.560	7.787	8.020	8.261	8.509
TERNEROS	5	5	5	5	6
HUEVOS	10.000	10.300	10.609	10.927	11.255
CERDOS	40	41	42	44	45
CONEJOS	60	62	64	66	68
MOJARRA (UNIDADES DE 500GR)	600	618	637	656	675

SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
HOSPEDAJE	5.928	6.916	7.904	8.892	9.880

Igualmente se proyectan los ingresos y egresos a 5 años.

Tabla 55. Ingresos Proyectados

Proyección de producción Anual						
Descripción	Mes	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LITROS DE LECHE	630	7.560	7.787	8.020	8.261	8.509
GANADO ENGORDE (UNIDAD)	0,4	5	5	5	5	6

HUEVOS	833	10.000	10.300	10.609	10.927	11.255
CERDOS	3	40	41	42	44	45
CONEJOS (UNIDADES)	5	60	62	64	66	68
MOJARRA (UNIDADES DE 500GR)	50	600	618	637	656	675
HOSPEDAJE	494	5.928	6.916	7.904	8.892	9.880
Total	2.016	24.193	25.729	27.281	28.851	30.437

#### 5.4.2. Egresos

Tabla 56. Egresos proyecto

Gastos Admón. y Ventas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Sueldos</b>	115.714.752	115.714.752	115.714.752	115.714.752	115.714.752
<b>Honorarios</b>	6.039.592	6.039.592	6.039.592	6.039.592	6.039.592
<b>Publicidad de operación</b>	3.990.000	3.990.000	3.990.000	3.990.000	3.990.000
<b>Otros (Aseo, papelería, seguros, etc)</b>	1.766.060	1.766.060	1.766.060	1.766.060	1.766.060
<b>Depreciación</b>	13.721.200	13.721.200	13.721.200	13.721.200	13.721.200
<b>Amortizaciones</b>	2.160.875	2.160.875	2.160.875	2.160.875	2.160.875
<b>Total</b>	<b>143.392.479</b>	<b>143.392.479</b>	<b>143.392.479</b>	<b>143.392.479</b>	<b>143.392.479</b>
Costos Fijos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Arriendos</b>	45.600.000	45.600.000	45.600.000	45.600.000	45.600.000
<b>Servicios Públicos</b>					
Agua	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000
Gas	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
Luz	840.000	840.000	840.000	840.000	840.000
Teléfono y Tv	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000
<b>Total Serv. Públicos</b>	<b>2.760.000</b>	<b>2.760.000</b>	<b>2.760.000</b>	<b>2.760.000</b>	<b>2.760.000</b>
Mantenimiento y Reparaciones	0	0	0	0	0
Otros	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
<b>TOTAL</b>	<b>49.560.000</b>	<b>49.560.000</b>	<b>49.560.000</b>	<b>49.560.000</b>	<b>49.560.000</b>
<b>TOTAL CIF</b>	<b>192.952.479</b>	<b>192.952.479</b>	<b>192.952.479</b>	<b>192.952.479</b>	<b>192.952.479</b>
Costos Variables	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Insumos</b>	19.272.000	19.272.000	19.272.000	19.272.000	19.272.000
<b>Mano de Obra</b>	42.145.723	42.145.723	42.145.723	42.145.723	42.145.723
<b>Total C. Variable</b>	<b>61.417.723</b>	<b>61.417.723</b>	<b>61.417.723</b>	<b>61.417.723</b>	<b>61.417.723</b>
<b>Costos Totales</b>	<b>110.977.723</b>	<b>110.977.723</b>	<b>110.977.723</b>	<b>110.977.723</b>	<b>110.977.723</b>

• Gastos financieros proyectados


Tabla 57. Gastos financieros proyectados

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés	12.185.326	10.254.359	7.958.139	5.227.577	1.980.513
Total	12.185.326	10.254.359	7.958.139	5.227.577	1.980.513

## 5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS


5.5.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años: El estado de ganancias y pérdidas 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.

Tabla 58. Estado de resultados proyectado

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIA PROYECTADO						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>= Ingresos Operacionales</b>						
<b>+Venta</b>		298.964.000	343.579.960	388.230.239	432.915.866	477.637.902
<b>(-) Costos de Producción</b>		110.977.723	110.977.723	110.977.723	110.977.723	110.977.723
<b>= Utilidad Bruta</b>		187.986.277	232.602.237	277.252.515	321.938.143	366.660.179
<b>(-) Gasto de Admon y Ventas</b>		143.392.479	143.392.479	143.392.479	143.392.479	143.392.479
<b>= Utilidad Operacional</b>		44.593.798	89.209.758	133.860.036	178.545.664	223.267.700
<b>(-) Intereses</b>		12.185.326	10.254.359	7.958.139	5.227.577	1.980.513
<b>= Utilidad Ante Impuestos</b>		32.408.471	78.955.398	125.901.897	173.318.087	221.287.187
<b>(-) Provisión para impuestos (33%)</b>		10.694.796	26.055.281	41.547.626	57.194.969	73.024.772
<b>= Utilidad Líquida</b>		21.713.676	52.900.117	84.354.271	116.123.118	148.262.415
<b>(-) Reserva Legal (10%)</b>		2.171.368	5.290.012	8.435.427	11.612.312	14.826.242
<b>= Utilidad Neta</b>		<b>19.542.308</b>	<b>47.610.105</b>	<b>75.918.844</b>	<b>104.510.806</b>	<b>133.436.174</b>
<b>margen bruto</b>		<b>63%</b>	<b>68%</b>	<b>71%</b>	<b>74%</b>	<b>77%</b>
<b>margen operacional</b>		<b>15%</b>	<b>26%</b>	<b>34%</b>	<b>41%</b>	<b>47%</b>
<b>margen neto</b>		<b>7%</b>	<b>14%</b>	<b>20%</b>	<b>24%</b>	<b>28%</b>

5.4.2 Flujo de Caja Proyectado: 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 utilizado para el cálculo de las variables de evaluación financiera como el VPN y TIR

Tabla 59. Flujo de caja proyectado

						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
ENTRADAS	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Disponible Mes Anterior		-	50.196.136	122.199.491	223.492.638	353.979.067
Recursos Propios	51.601.747	51.601.747	-	-	-	-
Préstamo Bancario	74.362.500		-	-	-	-
Ingresos por Ventas		298.964.000	343.579.960	388.230.239	432.915.866	477.637.902
Recaudo Cartera						
<b>TOTAL ENTRADAS (A)</b>	<b>125.964.247</b>	<b>424.928.247</b>	<b>393.776.096</b>	<b>510.429.729</b>	<b>656.408.504</b>	<b>831.616.969</b>
SALIDAS						
Inversiones y Constitución	113.850.300	113.850.300	-	-	-	-
Insumos		19.272.000	19.272.000	19.272.000	19.272.000	19.272.000
Mano de Obra		42.145.723	42.145.723	42.145.723	42.145.723	42.145.723
Servicios Públicos		2.760.000	2.760.000	2.760.000	2.760.000	2.760.000
Arrendamientos		45.600.000	45.600.000	45.600.000	45.600.000	45.600.000
Mantenimiento y Reparaciones		-	-	-	-	-
Publicidad		3.990.000	3.990.000	3.990.000	3.990.000	3.990.000
Honorarios		6.039.592	6.039.592	6.039.592	6.039.592	6.039.592
Sueldos		115.714.752	115.714.752	115.714.752	115.714.752	115.714.752
Otros		2.966.060,00	2.966.060,00	2.966.060,00	2.966.060,00	2.966.060,00
Intereses Pagados		12.185.326	10.254.359	7.958.139	5.227.577	1.980.513
Impuestos		0	10.694.796	26.055.281	41.547.626	57.194.969
Pago Capital-Crédito		10.208.357	12.139.324	14.435.544	17.166.106	20.413.170

<b>TOTAL SALIDAS (B)</b>	<b>113.850.300</b>	<b>374.732.110</b>	<b>271.576.606</b>	<b>286.937.092</b>	<b>302.429.436</b>	<b>318.076.779</b>
<b>DISPONIBLE FIN AÑO (A-B) (Capital de trabajo)</b>	<b>12.113.947</b>	<b>50.196.136</b>	<b>122.199.491</b>	<b>223.492.638</b>	<b>353.979.067</b>	<b>513.540.190</b>

Tabla 60. Flujo de Tesorería

5.4.3  
General: A  
este estado  
se puede  
el

Flujo de Caja (Tesorería)						
ENTRADAS	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Disponible Mes Anterior		-	-	-	-	-
Recursos Propios	51.601.747					
Préstamo Bancario	74.362.500					
Ingresos por Ventas		298.964.000	343.579.960	388.230.239	432.915.866	477.637.902
Recaudo Cartera						
<b>TOTAL ENTRADAS (A)</b>	<b>125.964.247</b>	<b>298.964.000</b>	<b>343.579.960</b>	<b>388.230.239</b>	<b>432.915.866</b>	<b>477.637.902</b>
SALIDAS						
Inversiones y Constitución	113.850.300		-	-	-	-
Insumos		19.272.000	19.272.000	19.272.000	19.272.000	19.272.000
Mano de Obra		42.145.723	42.145.723	42.145.723	42.145.723	42.145.723
Servicios Públicos		2.760.000	2.760.000	2.760.000	2.760.000	2.760.000
Arrendamientos		45.600.000	45.600.000	45.600.000	45.600.000	45.600.000
Mantenimiento y Reparaciones		-	-	-	-	-
Publicidad		3.990.000	3.990.000	3.990.000	3.990.000	3.990.000
Honorarios		6.039.592	6.039.592	6.039.592	6.039.592	6.039.592
Sueldos		115.714.752	115.714.752	115.714.752	115.714.752	115.714.752
Otros		2.966.060	2.966.060	2.966.060	2.966.060	2.966.060
Intereses Pagados		12.185.326	10.254.359	7.958.139	5.227.577	1.980.513
Impuestos		-	10.694.796	26.055.281	41.547.626	57.194.969
Pago Capital-Crédito		10.208.357	12.139.324	14.435.544	17.166.106	20.413.170
<b>TOTAL SALIDAS (B)</b>	<b>113.850.300</b>	<b>260.881.810</b>	<b>271.576.606</b>	<b>286.937.092</b>	<b>302.429.436</b>	<b>318.076.779</b>

Balance  
través de  
financiero  
determinar

<b>DISPONIBLE FIN AÑO (A-B)</b> <b>(Capital de trabajo)</b>	<b>12.113.947</b>	<b>38.082.190</b>	<b>72.003.354</b>	<b>101.293.147</b>	<b>130.486.430</b>	<b>159.561.123</b>
	12.113.947	50.196.136	122.199.491	223.492.638	353.979.067	513.540.190
	<b>12.113.947</b>	<b>50.196.136</b>	<b>122.199.491</b>	<b>223.492.638</b>	<b>353.979.067</b>	<b>513.540.190</b>

comportamiento de los activos, los pasivos y el fortalecimiento patrimonial, de acuerdo al manejo que se le pueda ofrecer a la empresa. Para interpretar concretamente un balance, es preciso conocer los diferentes conceptos que lo componen y las cuentas que se afectan. La empresa presenta un comportamiento sólido, lento en crecimiento pero su tendencia es positiva y cada vez con menor índice de pasivos, y mayor índice de patrimonio.

Tabla 61. Balance general

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>						
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Activos						
Caja	125.964.247	50.196.136	122.199.491	223.492.638	353.979.067	513.540.190
Cuentas por Cobrar						
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>125.964.247</b>	<b>50.196.136</b>	<b>122.199.491</b>	<b>223.492.638</b>	<b>353.979.067</b>	<b>513.540.190</b>
Activos Fijos						
Maquinaria y Equipo		87.919.800	87.919.800	87.919.800	87.919.800	87.919.800
Depreciación Acumulada		13.721.200	27.442.400	41.163.600	54.884.800	68.606.000
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>-</b>	<b>74.198.600</b>	<b>60.477.400</b>	<b>46.756.200</b>	<b>33.035.000</b>	<b>19.313.800</b>
Otros Activos						
Inversiones Diferidas		25.930.500	25.930.500	25.930.500	25.930.500	25.930.500
Amortizaciones de Diferidos		2.160.875	4.321.750	6.482.625	8.643.500	10.804.375

<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	-	23.769.625	21.608.750	19.447.875	17.287.000	15.126.125
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>125.964.247</b>	<b>148.164.361</b>	<b>204.285.641</b>	<b>289.696.713</b>	<b>404.301.067</b>	<b>547.980.115</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Cuentas por Pagar Proveedores		-				
Obligaciones Laborales		-				
Obligaciones Bancarias	74.362.500	64.154.143	52.014.820	37.579.276	20.413.170	-
Impuestos por Pagar		10.694.796	26.055.281	41.547.626	57.194.969	73.024.772
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>74.362.500</b>	<b>74.848.939</b>	<b>78.070.101</b>	<b>79.126.902</b>	<b>77.608.139</b>	<b>73.024.772</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	51.601.747	51.601.747	51.601.747	51.601.747	51.601.747	51.601.747
Reserva Legal		2.171.368	7.461.379	15.896.806	27.509.118	42.335.360
Utilidades del Ejercicio		19.542.308	47.610.105	75.918.844	104.510.806	133.436.174
Utilidades acumuladas			19.542.308	67.152.413	143.071.257	247.582.064
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>51.601.747</b>	<b>73.315.422</b>	<b>126.215.539</b>	<b>210.569.810</b>	<b>326.692.929</b>	<b>474.955.344</b>
<b>TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO</b>	<b>125.964.247</b>	<b>148.164.361</b>	<b>204.285.641</b>	<b>289.696.713</b>	<b>404.301.067</b>	<b>547.980.115</b>
PRUEBA	0	0	0	0	0	0

## 5.5. RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO

- ✓ La inversión total se define teniendo en cuenta la inversión fija para la adquisición de maquinaria, equipos, muebles y enseres necesarios para dotar la granja turística para realizar los servicios.
- ✓ Se recurre a un crédito de \$ 74.362.500 con un plazo de pago a 60 meses, con una entidad bancaria de la ciudad.
- ✓ Es necesario costear de manera detallada los insumos, la materia prima, los costos fijos y variables para garantizar una rentabilidad que permita justificar el montaje y funcionamiento de la granja, con la capacidad de sostenerse en el mercado y de brindar satisfacción a clientes, trabajadores y socios.
- ✓ El precio de venta está acorde con los manejados por la competencia y con la relación costos y rentabilidad, a fin de que sea viable la ejecución del proyecto.
- ✓ Con el análisis financiero se asegura una utilidad aceptable, siempre y cuando se maneje el volumen de la capacidad instalada, en procura de aumentar la demanda hasta copar la capacidad diseñada para hacer que los costos fijos se justifiquen con la prestación de servicios.
- ✓ El flujo de efectivo proyectado muestra un buen nivel de disponibilidad de dinero para cubrir costos y gastos sobre todo después de 1 año de su inicio.
- ✓ El balance general muestra un alto valor del patrimonio, lo cual analizado con los índices financieros, arroja cifras aceptables y viables para el funcionamiento de la Granja.

## 6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

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

La granja turística Monguate diseñara e implementara diferentes actividades para cumplir con sus responsabilidad Social como empresa; lo realizará en el municipio de Mogotes para ayudar y mejorar aspectos relevantes al medio ambiente sin enfocarse en municipios o poblaciones lejanas, ya que en el pueblo no hay ninguna empresa que ejecute este tipo de actividades y la ayuden a tener un cambio y una mejor imagen turística y recreacional.

Actividades a desarrollar:

1. Se practican espacios de esparcimiento y recreación con los niños que viven en las zonas rurales del municipio, compartiendo con ellos conocimientos y acciones de la buena implementación con los residuos orgánicos.
2. Ya que en el municipio no hay una piscina disponible para los habitantes del pueblo se dejara que tengan un acceso frecuente reduciendo con un costo mínimo, donde los habitantes podrán disfrutar de un momento en familia y agradable.
3. Se realizara charlas gratuitas con los estudiantes de primaria y bachillerato, para concientizarlos del cuidado que se debe tener en los bellos paisajes y zonas de disfrute que hay en el pueblo; para que aquello con lo que se cuenta para el agro-turismo y turismo en particular no se pierda sino se cuide y proteja.
4. Se capacitara a los campesinos de la región para que hagan buen uso de los residuos sólidos, orgánicos y sanitarios que produzcan en cada una de sus fincas, para que aprendan a manejar cada uno de ellos y sepan cuál es su disposición final.
5. Con los atractivos con los que cuenta el municipio, como el hoyo de los pájaros, la cascada del diablo, la cueva del oso etc., se realizaran jornadas de limpieza con los operarios de la Granja Monguate, para ayudar a mitigar la contaminación y dar buena imagen de los lugares visitados por los turistas y habitantes del pueblo.

Se realizara un control frecuente en cada una de las acciones a desarrollar y se evaluara para saber de los buenos resultados y conocer las ventajas o desventajas que podrían traer las diferentes actividades tanto para el pueblo como para la Granja.

### 6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

- 6.1.1 Matriz de evaluación de impactos (agua, suelo, aire, manejo de desechos, depreciación de recursos naturales), y plan de mitigación (antes, durante y después del proceso) dentro de un desarrollo sostenible.

Cuadro 21. Impactos Ambientales

**EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES**

<b>PROBABILIDAD</b>	Baja 1 :	La probabilidad es baja cuando la actividad se realiza bajo condiciones seguras, y el impacto se presenta sólo en casos inusuales.
	Media 5:	La probabilidad es media cuando al realizar la tarea se presentan circunstancias como: falta de capacitación, entrenamiento, experiencia o ausencia de procedimientos escritos específicos para la realización de la actividad, etc.
	Alta 10:	La probabilidad es alta cuando en condiciones normales y dadas las características de la actividad y/o proceso, el impacto se presenta con toda seguridad.

<b>DURACIÓN</b>	Baja 1:	La duración es baja cuando el impacto dura menos de un año en el ambiente.
	Temporal 5:	La duración es temporal cuando el impacto dura un año tiene un potencial de riesgo medio, produciendo cambios limitados sobre el ambiente.
	Permanente 10:	La duración es permanente cuando el impacto causa alteraciones indefinidas en el tiempo (mayor a un año) e importantes sobre el ambiente. Las partes interesadas manifiestan objeciones y exigencias.

<b>MAGNITUD</b>	Baja 1:	La magnitud es baja cuando el impacto causa una alteración mínima al ambiente
-----------------	---------	---

	Media 5:	La magnitud es media cuando el impacto causa una alteración moderada sobre el ambiente.
	Alta 10:	La magnitud es alta cuando el impacto se asocia a destrucción del ambiente o sus características, trayendo consecuencias futuras importantes.

<b>ÁREA DE INFLUENCIA</b>	Puntual 1:	El área de influencia es puntual cuando el impacto se manifiesta únicamente en el edificio donde se realizan las actividades de cada proceso
	Local 5:	El área de influencia es local cuando el impacto se manifiesta en San Gil o Socorro según corresponda
	Regional 10:	El área de influencia es regional cuando el impacto tiene consecuencias a nivel Departamental

<b>RECUPERABILIDAD</b>	Mitigable 1:	La recuperabilidad es mitigable cuando el impacto se puede eliminar mediante actividades que permitan recuperar los recursos afectados
	Recuperable 5:	Es recuperable cuando el impacto se puede disminuir implementando medidas de control en las actividades (recuperación, reutilización en el proceso) hasta un estándar determinado.
	Irrecuperable 10:	Es irrecuperable cuando los recursos naturales afectados no se pueden retornar a las condiciones originales.

<b>IMPORTANCIA</b>	Baja 1:	La importancia es baja cuando es posible manejar el aspecto ambiental implementando controles operacionales en las actividades.
	Media 5:	La importancia es media cuando es posible adaptar medidas para cumplir y manejar el aspecto ambiental
	Alta 10:	La importancia es alta cuando para manejar el aspecto ambiental se requieren altas inversiones de capital Manejar este aspecto ambiental requiere altas inversiones de capital

---

<b>CRITERIOS DE VALORACIÓN</b>	Menores a 31	<b>No Significativos.</b> La organización establece métodos de control y desarrolla planes para disminuir el impacto.
	Mayores e iguales a 31	<b>Significativos:</b> La organización establece e implementa controles operacionales y planes de acción para disminuir el impacto. Define claramente los métodos de control y establece un monitoreo permanente según aplique.

Cuadro 22. Plan de Mitigación.

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN	IMPACTO AMBIENTAL	PLAN DE MITIGACION
Desarrollo de Actividades de oficina	Actividades Administrativas asociadas a la operación de oficinas	Personal Administrativo Personal	Papel, envolturas de comidas, botellas, sobras de comida, residuo de café, cascara de fruta, bolsitas de aromáticas, mezcladores	Contaminación del suelo	campañas de separación de la fuente para la gestión integral de residuos
				Disminución de recurso natural	actividades para la gestión integral de residuos

			Para consumo humano	Disminución de recurso hídrico	Programa para el uso eficiente y ahorro de agua
			Para realización de actividades diarias	Contaminación ambiental y disminución del recurso natural	Criterios ambientales para la compra de insumos
			Computadores, lámparas, aire acondicionado	Disminución de los recursos naturales, contaminación ambiental	Programa para el uso eficiente y ahorro de energía
<b>Desarrollo de Actividades en La Granja</b>	Actividades de limpieza en Granja	personal tenido de Granja	En el área de la granja se maneja material contaminante con grado alto de toxicidad con detergentes, químicos o limpiadores	vertimiento de aguas residuales si ningún manejo de las fuentes de agua-	Manejo adecuado de las aguas residuales con los materiales adecuados.
	Alimentación de los animales	personal tenido de Granja	Empaques de alimentos concentrados para animales	Generación de Residuos sólidos	Actividad de desecho de residuos sólidos en la manera más adecuada y en el depósito correspondiente.
	Eliminación de Residuos	personal tenido de Granja	Quema de material de Jadeoso otros subproductos de la granja	Partículas Solidas (cenizas en el suspendidas en el aire)	Realizar la actividad en aéreas Desoladas lejos del entorno de los animales y los humanos.}
	Zona de Saneamiento	personal tenido de Granja	Material Enfermería para los animales	Generación de residuos hospitalitos (jeringas, agujas, envases etc.)	Debida ubicación de los residuos sanitarios y deposito de los mismos.

	actividades de mantenimiento	personal tenido de Granja	Llantas, grasas, aceites, chatarra o repuestos.	Generación de Residuos sólidos	Debida utilización y almacenamiento de los materiales.
	Despojo de animales	personal tenido de Granja	Cadáveres, placentas, restos.	Generación de Residuos infecciosos y desechos	Realización adecuada de los desechos infeccioso
<b>Funcionamiento de Baterías Sanitarias</b>	Actividades asociadas al uso y funcionamiento de las baterías sanitarias	Personal de la Granja y visitantes	Materia orgánica (alcantarillado)	Contaminación del recurso hídrico	Programación para el uso eficiente y ahorro de agua
			Sólidos inorgánicos	Contaminación del suelo	Programa para la gestión integral de residuos
			Agua	Disminución de recurso hídrico	Programa para la gestión integral de residuos
			Energía Eléctrica		Programa para el uso eficiente y ahorro de agua
			Materia prima y/u otros materiales		Programa para el uso eficiente y ahorro de energía
<b>Mantenimiento a Propiedad, planta y equipo</b>	Aseo a instalaciones: Barrer, trapear, limpiar escritorios, limpiar vidrios, lavar baños, lavar pisos, limpiar persianas, limpiar paredes, lavar losa, hacer café, aromáticas, jugos, recolectar residuos y	Personal de Servicios Generales	Papel, envolturas de comidas, botellas, sobras de comida, residuo de café, cascara de fruta, bolsitas de aromáticas, mezcladores	Contaminación del suelo	Programa para la gestión integral de residuos
				Contaminación aire	Programa para la gestión integral de residuos
			Para consumo humano, para aseo.	contaminación del recurso hídrico	Programa para el uso eficiente y ahorro de agua
			Para realización de actividades diarias	Disminución de recursos naturales	Criterios ambientales para la compra de insumos
			Agua residual	Contaminación del recurso hídrico	Programa para uso eficiente y ahorro de agua

	limpieza de archivos.				
	Reparaciones Locativas (Instalaciones eléctricas e hidráulicas)	Personal de Recursos Físicos	Luminarias	Contaminación del suelo y el aire	Instructivo para el manejo de residuos especiales
			Para reparaciones	Disminución de recursos naturales	Criterios ambientales para la compra de insumos
			En caso de rotura de tuberías e inundaciones de oficinas.	Disminución de recursos naturales	Instructivo para el manejo
				Contaminación del suelo	Instructivo para el manejo de tuberías
	Mantenimiento de jardines	Personal de Servicios Generales	Para riego de plantas	Disminución del recurso natural	Programa para uso eficiente y ahorro de agua
	Mantenimiento de equipos de cómputo	Personal de Recursos Físicos	Tóner, partes de computador	Contaminación del suelo y aire	Instructivo para el manejo de residuos especiales
			Soplete a computadores	Contaminación del aire	Programa para la gestión integral de residuos
	Mantenimiento de Aires acondicionados	Personal de Recursos Físicos	Soplete del equipo	Contaminación del aire	Programa para la gestión integral de residuos
	Mantenimiento de Vehículos	Personal de Recursos Físicos	Residuos de aceite, llantas, partes de carro	Contaminación del suelo	Procedimiento control operacional para vehículos
Contaminación del agua				Procedimiento control operacional para vehículos	

			Baterías de carro	Contaminación del suelo	Instructivo para el manejo de residuos especiales
			Por mantenimiento	Contaminación del suelo	Procedimiento control operacional para vehículos
<b>Campañas educativas de la granja hacia la comunidad</b>	Coordinar y ejecutar campañas y eventos	Personal y visitantes	Campañas y eventos en la Granja	Contaminación visual	Criterios ambientales para la compra de insumos
				Consumo de insumos	Criterios ambientales para la compra de insumos
				Generación de residuos sólidos	Programa para la gestión integral de residuos
			Campañas de educación ambiental a la Comunidad	Generación de conciencia ambiental	concientización
				Conservación de los recursos naturales	concientización
<b>Situaciones de Emergencia</b>	Incendio		Incendio	Contaminación del aire	Procedimiento de preparación y respuesta ante emergencias

## 6.3 Evaluación Financiera

En la mayoría de organizaciones o empresas de tipo privado, las decisiones financieras tienen un objetivo claro, "la maximización del patrimonio" por medio de las utilidades.

Para evaluar la viabilidad del proyecto de inversión los indicadores más utilizados son: Valor presente neto, tasa interna de retorno, coeficiente beneficio costo, y periodo de recuperación.

Estos indicadores de evaluación permiten dar una medida, más o menos ajustada, de la rentabilidad que proporcionará el proyecto de inversión, antes de iniciarlo. También permiten compararlo con otros proyectos similares, y, en su caso, realizar los cambios en el proyecto que se consideren oportunos para hacerlo más rentable.

**6.3.1 Valor presente neto.** Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados en el presente a la inversión inicial.

El VPN consiste en tomar los valores de cada alternativa en el punto cero; es decir se calculan los valores presentes netos con base en la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) o tasa de interés de oportunidad, que no es más que la tasa atractiva para las socias del proyecto.

**6.3.1.1 Tasa de rendimiento.** Es aquella que sirve para medir las utilidades financieras de una inversión.

**6.3.1.2 Tasa mínima de rendimiento.** Es aquella como marco de referencia para hacer una inversión; por debajo de esta tasa no se deben hacer inversiones.

$$TMAR^{17} = i + f + i * f$$

$i$  = premio al riesgo

$f$  = Inflación año actual entre 3 y 4% (El Banco de la República estableció una meta de inflación de entre 2 y 4% para todo el año 2013<sup>18</sup>)

Tasa promedio de colocación: es la tasa de interés a la que colocan los créditos los intermediarios financieros = inflación/ tasa de colocación interbancaria financiero

Aplicando los conceptos adquiridos:

$i = 10\%$  (Tasa de premio al riesgo)

$f =$  inflación promedio proyectada = 3,73%

$$TMAR = ((1,0373) \times (1,10)) - 1 \times 100 = 13,49\%$$

$$TMAR = (13,49 \times 0,51) + (0,49 \times (13,98 \times (1 - 0,33)))$$

<sup>17</sup> BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 5ª ed. Mc Graw Hill. Pág. 184.

<sup>18</sup> [www.dinero.com/actualidad/economia/bajan-expectativas-inflacion-colombia-para-fin-del-2010](http://www.dinero.com/actualidad/economia/bajan-expectativas-inflacion-colombia-para-fin-del-2010)

$$7.19 + 4.63$$

TMAR = 11,82%

Dado que el análisis se hace con pesos constantes se procede a deflactar la TMAR, sin los efectos inflacionarios, a través del siguiente procedimiento.

TMAR deflactada:

$$TAMR \frac{(1 + TARM)}{(1 + TI)} \cdot -1 \cdot 100 = \frac{1,1182}{1,02} \cdot -1 \cdot 100 = 9,63\%$$

Para calcular el VPN se utiliza el costo de capital ó TMAR; por lo tanto la fórmula a aplicar para hallar el VPN en cinco años es:

$$VPN = - A + [FC1 / (1+i)^1 ] + [ FC2 / (1+i)^2 ] + \dots + [FC5 / (1+i)^5 ]$$

En donde

**A:** Inversión inicial

**FC:** flujos de caja

**n:** número de años (1,2,...5)

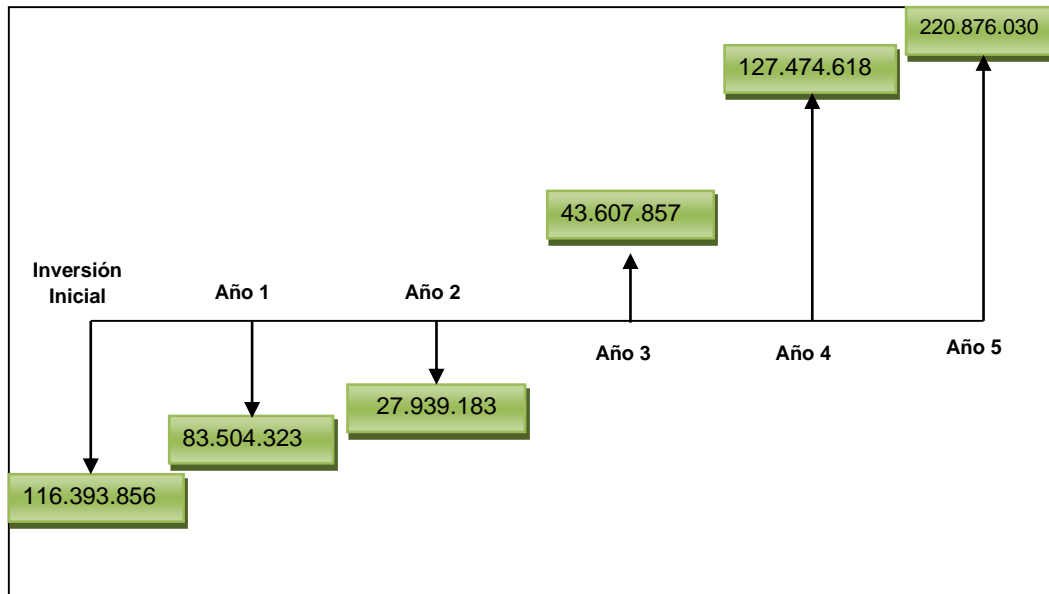
**i:** tipo de interés (TMAR) = 0.0928 =9,28%

Remplazando los valores en la fórmula anterior se obtiene

Tabla 62. Valor presente neto

Periodo	Inversión	Flujos Netos	Factor VPN	VPN (0)	VPN Acumulado
Año		Sin Actualizar	(1+i) <sup>n</sup>		
0	-125.964.247		1		-125.964.247
1		38.082.190	1,0963	34.737.015	-91.227.231
2		72.003.354	1,2019	59.909.252	-31.317.979
3		101.293.147	1,3176	76.876.185	45.558.206
4		130.486.430	1,4445	90.333.262	135.891.468
5		159.561.123	1,5836	100.758.110	236.649.578

Gráfico 23. Flujo de caja



El valor presente neto es \$ 220.876.030 al ser superior a cero (0), se concluye que el proyecto es rentable y conveniente para su futura puesta en marcha. Valor relativamente alto si se tiene en cuenta que los excedentes netos no se distribuyen y se van reinvierten en el desarrollo mismo del proyecto, año tras año.

6.3.2 Tasa Interna de Retorno.<sup>19</sup> Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero; es decir que es la tasa que iguala la suma de los flujos a la inversión inicial.

La cual se obtiene a través de la aplicación de la siguiente fórmula

$$A = [FC1 / (1+i)^1] + [FC2 / (1+i)^2] + \dots + [FC5 / (1+i)^5]$$

**A**= Inversión inicial

**FC**: flujos de caja

**n**: número de años (1,2,...5)

**i**: tasa interna de retorno (TIR)

<sup>19</sup> BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 5ª ed. Mc Graw Hill. Pág. 224

Cuadro 23. Tasa Interna de retorno TIR

<b>VPN</b>	<b>236.649.578</b>
<b>TIO</b>	<b>9,63%</b>
<b>TIR</b>	<b>53,34%</b>
<b>Diagnostico</b>	<b>RENTABLE</b>
<b>DATOS</b>	<b>VALOR</b>
INVERSION	-125.964.247
AÑO 1	38.082.190
AÑO 2	72.003.354
AÑO 3	101.293.147
AÑO 4	130.486.430
AÑO 5	159.561.123
<b>TIR</b>	<b>53,34%</b>

La TIR para esta proyección es del 53,34%, lo que significaría que por cada peso que se invierte en el proyecto está retribuyendo \$0,53

6.3.3 Periodo de recuperación. También denominado *payback*, *paycash*, *payout* o *payoff*, indica el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión de 125.964.247, sumando los flujos de caja positivos que incorporando una tasa del 9,28%, este periodo puede estar dado en años o meses.

Al sumar los flujos netos de los 3 primeros periodos da como resultado \$ **85.414.445**, lo que significa que dado al valor de la inversión esta se recuperará en un periodo inferior a 3 años.

Por lo tanto se hace necesario distribuir equitativamente el valor neto del tercer periodo equivalente a \$ 101.293.147, en los 12 meses del año, dando como resultado un valor mensual de \$8.441.096, y este valor se divide en 30 días resultado a \$281.370 día

Tabla 63. Periodo de recuperación

<b>Periodo</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Flujos Netos</b>	<b>Saldos</b>
0			-125.964.247
1	1 año	38.082.190	-87.882.057
2	2 año	72.003.354	-15.878.703
3	10 mes	101.293.147	8.441.096
	11,54 días	-15.878.703	281.370

El periodo de recuperación de la empresa, será de 3 años, 10 meses y 11 días aproximadamente, tiempo relativamente corto dada la inversión.

6.3.4 Análisis de las razones financieras. Los datos están relacionados con la evaluación financiera de la empresa en un fin de periodo contable y se tomarán directamente del Balance General. Existen cuatro tipos básicos de razones financieras que son:

- Bloque de Liquidez
- Bloque de endeudamiento
- Bloque de actividad
- Bloque de rentabilidad

6.3.4.1 Bloque de liquidez. Mide la capacidad de la empresa para cumplir con las obligaciones (pagos) a corto plazo.

Tabla 64. Bloque de Liquidez

INDICADORES FINANCIEROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>LIQUIDEZ</b>					
RAZON CORRIENTE	<b>0,67</b>	<b>1,57</b>	<b>2,82</b>	<b>4,56</b>	<b>7,03</b>
CAPITAL NETO DE TRABAJO	<b>-24.652.803</b>	<b>44.129.389</b>	<b>144.365.735</b>	<b>276.370.929</b>	<b>440.515.419</b>

- **Razón de liquidez**

$$\text{Razón de liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

El indicador razón de liquidez, muestra las disponibilidades de recursos de la empresa, a corto plazo para atender los compromisos o deudas en un tiempo menor a un año.

**Análisis.** Se aprecia en el resultado de este indicador que por cada peso (\$1) que adeudará la empresa en el corto plazo, en el año 1 tendrá capacidad de pago de \$0.64, es decir que tendrá liquidez para atender los compromisos.

- **Capital de trabajo**

Capital de trabajo= Activo corriente - Pasivo Corriente

Tabla 65. Capital

Activo C. - Pasivo C.	<b>46.714.151</b>	<b>-26.234.408</b>
	<b>72.948.559</b>	

**Análisis.** La empresa, cancelará la deuda de \$ 77.951.012, en el año 05 y le quedará un capital de trabajo de -\$26.234.408, lo anterior representará operar sin deudas para los años siguientes al sexto año y podrá realizar nuevas inversiones financieras y operativas.

- **Prueba ácida**

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{inventario}}{\text{pasivo corriente}}$$

**Análisis:** debido a que la empresa, no manejará inventarios ociosos, el valor de los inventarios es \$0. ya que la materia prima se adquirirá con stock mínimos según el número de pedidos de los clientes; por lo tanto la fórmula dará como resultado 64% de activo circulante igual que el de la razón de liquidez.

6.3.4.2 Bloque de endeudamiento: Miden el grado en el que la empresa se ha financiado por medio de la deuda

Tabla 66. Indicadores Financieros

INDICADORES FINANCIEROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENDEUDAMIENTO					
<b>NIVEL DE ENDEUDAMIENTO</b>	<b>0,55</b>	<b>0,41</b>	<b>0,29</b>	<b>0,20</b>	<b>0,14</b>
<b>ENDEUDAMIENTO FINANCIERO</b>	<b>0,22</b>	<b>0,16</b>	<b>0,10</b>	<b>0,05</b>	<b>0,00</b>
<b>IMPACTO CARGA FINANCIERA</b>	<b>0,030</b>	<b>0,068</b>	<b>0,099</b>	<b>0,124</b>	<b>0,145</b>
<b>COBERTURA DE INTERESES</b>	<b>3,19</b>	<b>7,64</b>	<b>15,02</b>	<b>30,75</b>	<b>102,00</b>

INDICADOR	FORMULA	VALORES (\$)	RESULTADO
<b>Endeudamiento</b>	<u>Pasivo Total</u>	72.948.559	54,9
	<u>Activo total</u>	132.835.242	
<b>Solvencia</b>	<u>Patrimonio</u>	59.886.684	45,1
	<u>Activo total</u>	132.835.242	
<b>Potencial Utilidad</b>	<u>Utilidad Neta</u>	16.069.795	12,1
	<u>Activo total</u>	132.835.242	
<b>Retorno Inversión</b>	<u>Utilidad Neta</u>	16.069.795	13,8
	<u>Capital Contable</u>	116.393.856	
<b>Capital de Trabajo</b>	<u>Activo C. - Pasivo C.</u>	46.714.151	-26.234.408
		72.948.559	
<b>Solidez</b>	<u>Activo total</u>	132.835.242	1,82
	<u>Pasivo Total</u>	72.948.559	

- **Tasa de deuda**

$$\text{Tasa de deuda} = \frac{\text{Total pasivo}}{\text{Total activo}}$$

El nivel de endeudamiento total o tasa de deuda, mostrará el nivel de participación de los acreedores (pasivo) dentro de la empresa.

**Análisis.** Lo anterior indica que por cada peso (\$1) que invertirá en activos, el 0.55 ó 55% pertenecerá a los acreedores de la empresa en el primer año y el 45% le corresponderá a los socios de la empresa.

- **Nivel de endeudamiento en el corto plazo**

$$\text{Nivel de endeudamiento en el corto plazo} = \frac{\text{Pasivo corriente}}{\text{total pasivo}}$$

**Análisis.** El resultado anterior indica que la empresa en el año 01, tendrá el 88% del nivel de endeudamiento en el corto plazo y el 12% se encuentra al largo plazo.

6.3.4.3 Bloque de actividad. Se denomina también de rotación y miden la eficiencia con la que la empresa utilizará los activos y la velocidad con que serán recuperados a través de las actividades operacionales.

Tabla 62. Bloque de actividad.

INDICADORES FINANCIEROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RENTABILIDAD					
<b>MARGEN BRUTO DE UTILIDAD</b>	<b>0,67</b>	<b>0,70</b>	<b>0,74</b>	<b>0,76</b>	<b>0,78</b>
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	<b>0,13</b>	<b>0,24</b>	<b>0,32</b>	<b>0,39</b>	<b>0,44</b>
<b>MARGEN NETO DE UTILIDAD</b>	<b>0,06</b>	<b>0,14</b>	<b>0,20</b>	<b>0,25</b>	<b>0,29</b>
<b>RENDIMI.DEL ACTIVO TOTAL</b>	<b>0,12</b>	<b>0,23</b>	<b>0,26</b>	<b>0,26</b>	<b>0,25</b>
<b>RENDIMIENTO PATRIMONIAL</b>	<b>0,27</b>	<b>0,39</b>	<b>0,37</b>	<b>0,33</b>	<b>0,29</b>
ROTACION					
<b>ACTIVO TOTAL</b>	<b>0,73</b>	<b>0,55</b>	<b>0,39</b>	<b>0,28</b>	<b>0,20</b>

- Rotación de activos totales

$$\text{Rotación de activos totales} = \frac{\text{Ventas anuales}}{\text{Activos totales}}$$

El indicador de Rotación de activos totales y rotación de activos en días expresa las veces en que el valor de los activos totales de la empresa se convertirá en ventas, y la rotación en días de los mismos, respectivamente.

$$\text{Rotación de activos en días} = \frac{360 \text{ días}}{6,05 \text{ veces}}$$

**Análisis:** Por cada peso (\$1) de activos se generarán ventas de setenta y tres pesos con cero cuatro centavos (\$73.0), y los días de rotación de los activos serán de 169 días en el año 01; se deduce que será una empresa bien administrada en su producción y comercialización.

**6.3.4.4 Bloque de rentabilidad.** La rentabilidad es el resultado neto de un gran número de políticas y decisiones, que revelan con que eficiencia se administrará la empresa.

- **Margen bruto de utilidad**

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad Bruta en ventas}}{\text{Ventas netas totales}}$$

Muestra el porcentaje de rentabilidad que se obtiene de las ventas de la empresa., al restarle el costo de lo vendido (costo de ventas), sin descontar los gastos de administración, ventas y financieros.

**Análisis.** El indicador muestra que por cada peso (\$1) que la empresa., venda en el año 01, generará veinte y dos centavos (\$0.67) de utilidad bruta.

## 6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es aquel punto o nivel de actividad en el cual los ingresos igualan a los costos y gastos totales, es decir el nivel de operación donde la utilidad es igual a 0. Dicho de otra forma es el punto en donde se cubren exactamente todos los costos y gastos fijos.

Existen diferentes técnicas para calcular el punto de equilibrio, por lo cual al tratarse de un solo producto, se utilizará el método de punto de equilibrio para un producto. Esta herramienta que permite examinar la relación de los costos y las utilidades con el volumen de producción determinando el mínimo de unidades a vender.

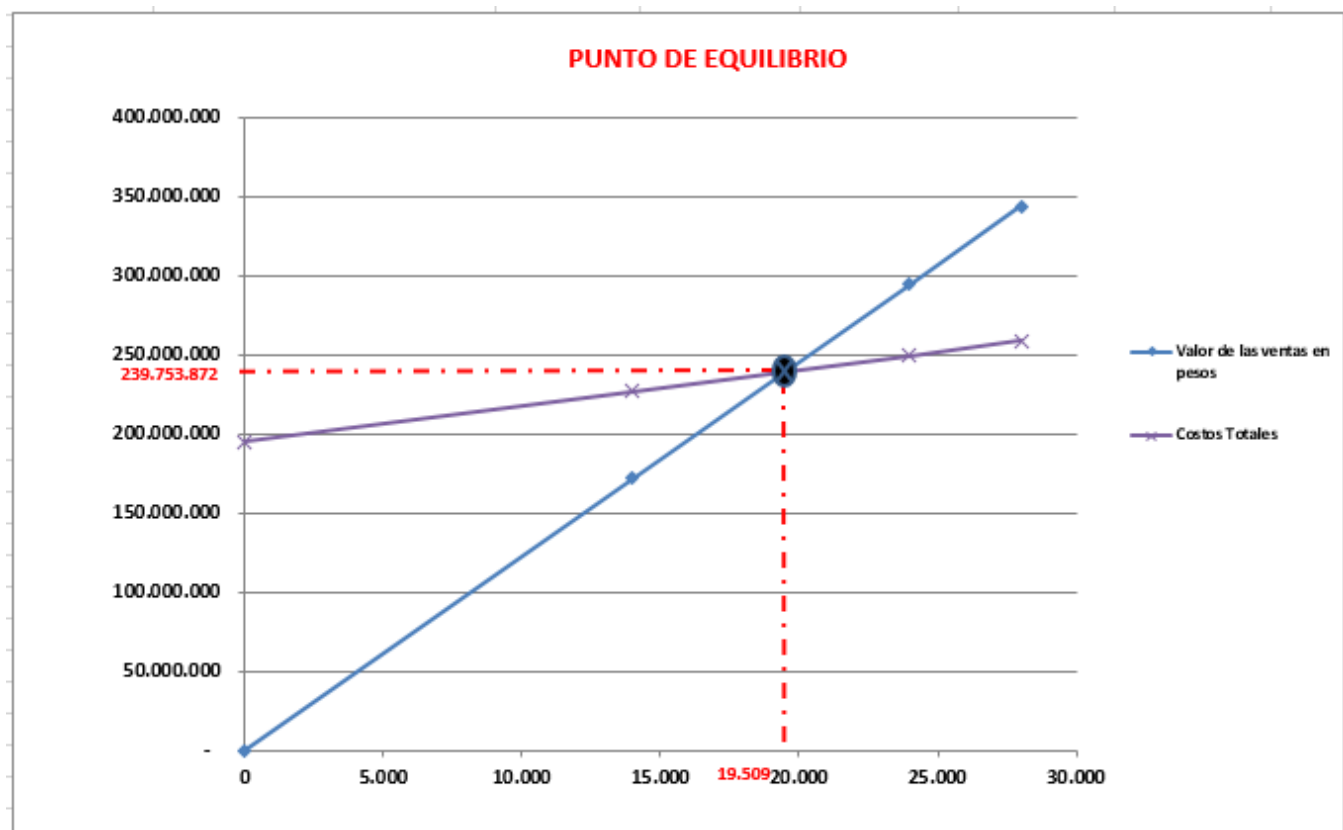
Dada la fórmula

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PRECIO DE VENTA U} - \text{COSTO DE U VENTA}}$$

Tabla 63. Punto de equilibrio del producto

Descripción	Porcentaje de participación	Margen De Contribución Ponderado	Punto de Equilibrio	Cantidad exacta vender	VENTAS NETAS	COSTO VARIABLE
Litros de leche	30,6%	204	19.509	5.963	7.454.101	3.470.693
Ganado engorde (unidad)	0,0%	226		4	5.868.626	1.459.269
Huevos	40,4%	83		7.888	1.971.984	344.703
Cerdos	0,2%	1.160		32	23.790.021	1.151.639
Conejos (unidades)	2,4%	591		473	11.831.907	297.375
Mojarra (unidades de 500gr)	2,4%	74		473	1.798.450	349.436
Hospedaje	24,0%	7.679		4.676	187.038.783	37.224.491
	1	10.019		19.509	239.753.872	44.297.605

Gráfico 24. Punto de equilibrio.



## 6.5 RESULTADOS SOBRE LA EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

- ✓ Para alcanzar el punto de equilibrio se debe vender 19.509 servicios al mes.
- ✓ El proyecto generará a los cinco años, una utilidad de \$120.616.849 a pesos actuales, lo cual indica que la viabilidad cubre la totalidad de los egresos y genera ese beneficio, de acuerdo con el resultado del Valor Presente Neto.
- ✓ El Capital de Trabajo muestra que la nueva empresa contara con dinero disponible para pagar la deuda a corto plazo.
- ✓ En cuanto a liquidez, indica que por cada peso que la empresa debe a corto plazo, en el año 1 tendrá capacidad de pago de \$0.64, es decir que tendrá liquidez para atender los compromisos
- ✓ Se muestra un nivel aceptable de endeudamiento con pocas posibilidades de riesgo, progresivamente el nivel de endeudamiento va disminuyendo en los años siguientes de vida útil del proyecto finalizando con el cubrimiento de la totalidad de la deuda.

## 7. CONCLUSIONES

Gracias a este exhaustivo estudio se ha demostrado la factibilidad del proyecto y las amplias posibilidades de ejecutarlo, uno de sus mayores atractivos es el hecho que la empresa es la primera y única propuesta de explotación agro turística en el municipio de Mogotes, constituyendo un respaldo y garantía para el desarrollo del mismo.

El desarrollo y éxito de la empresa de agroturismo dependerá igualmente de la implementación efectiva del programa publicitario y promocional, que permita dar a conocer los servicios a nivel de los turistas que ingresan a la provincia Guanentina, Comunera y Vélez, como también los 11.572 habitantes del municipio en el cual se pondrá en funcionamiento la Granja Turística.

Se demostró que se domina el proceso técnico del servicio, funcionamiento y operatividad, además se cuenta con los elementos humanos, físicos, tecnológicos y logísticos necesarios para su instalación y operación.

En el estudio administrativo y legal se analizó y estructuró lo relacionado con la constitución de la empresa y su estructura organizacional, concluyendo que no existen impedimentos para su funcionamiento.

En materia de impacto ambiental, se dejó en claro que las actividades de la empresa no conllevan procesos contaminantes que representen riesgo para el ecosistema o son susceptibles de mitigar. La empresa es consciente de que debe implementar a través de sus clientes internos y externos una filosofía de respeto y admiración hacia el entorno, como parte del valor agregado del servicio.

La rentabilidad a nivel de impacto social es igualmente favorable teniendo en cuenta la generación de empleo directo e indirecto y el beneficio a nivel económico de todo el sector, especialmente el hotelero y artesanal.

Según la investigación que se realizó la empresa, cancelará la deuda de \$77.951.012, en el año 05 y le quedará un capital de trabajo de -\$26.234.408, lo anterior indica que para los años siguientes al sexto año y se podrán realizar nuevas inversiones financieras y operativas.

Por todo lo anterior expuesto se recomienda llevar a cabo la instalación y puesta en marcha de la empresa de Agro-turismo en el municipio de Mogotes Santander

## 8 RECOMENDACIONES

El éxito del proyecto depende en gran medida de la gestión administrativa para realizar mercadeo y asegurar el cumplimiento del pronóstico de prestación de servicios a lo largo de los cinco años del proyecto.

Desde el primer año de funcionamiento, la empresa debe realizar promoción del servicio en otros segmentos del mercado, estableciendo alianzas estratégicas con colegios, entidades oficiales y otros entes organizados, que le permita a la empresa de agro turismo optimizar recursos, especialmente a nivel de gastos administrativos que representan alrededor del 50% del total de costos y gastos en el primer año del proyecto.

Es importante que la nueva empresa implemente las estrategias de publicidad y promoción en forma creativa, innovadora y permanente, que le permitan generar competencia y favorecer la decisión de adquirir los servicios turísticos del proyecto.

## BIBLIOGRAFIA

ALVAREZ ARANGO, Alberto. MATEMATICA FINANCIERA. Tercera edición. Mc Gran Hill. Bogotá D.C., 2005.

BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de proyecto, 4ta edición.

CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. 2009.

COCK German Jr. Cómo formular y evaluar un proyecto de inversión. Guía práctica para profesionales en todas las áreas. Bucaramanga. UCC, 1998.

DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Internet. Edición. MM. Editores.

GARCIA S, Oscar León. ADMINISTRACION FINANCIERA, Fundamentos y aplicaciones, Tercera edición, Prensa Moderna Impresores S.A, Cali, Colombia., 1999.

HARGADON, Bernardo. Principios de contabilidad. Editorial norma. . Bogotá, 1988.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN, ICONTEC, Compendio tesis y otros trabajos de grado, sexta actualización (2008- 08-04). Bogotá-Colombia: ICONTEC, 2008, 114 p.

MARTINEZ BENCARDINO, Ciro. ESTADISTICA Y MUESTREO. Décimo segunda edición. Eco Ediciones. Bogotá. D.C., 2005.

MENDEZ, Carlos Eduardo, Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. 4ta edición.

PROYECTOS, formulación y criterios de evaluación. Jairo Darío Murcia, Flor Nancy Díaz Piraquive, Víctor Medellín Duarte, Jorge Alirio Ortega Cerón, Leonardo Santana Viloría, Magda Rocío Gonzales Rodríguez, Gonzalo Andrés Oñate Bello, Carlos Alberto Baca Corredor. Alfaomega Colombia S.A., Bogotá, D.C., 2009. Páginas: 496.

## WEBGRAFÍA

Esquema de Ordenamiento Territorial Municipio de Mogotes Santander. Documento técnico, etapa de diagnóstico, Componente funcional. Disponible en:

[http://mogotes-santander.gov.co/apc-aa-les/30646433636262326532313531323266/CONTEXTO\\_MUNICIPAL.pdf](http://mogotes-santander.gov.co/apc-aa-les/30646433636262326532313531323266/CONTEXTO_MUNICIPAL.pdf)

Opiniones y consejos sobre hoteles, resorts, vuelos, alquileres de vacaciones, paquetes de viajes y mucho más para que puedas planificar y reservar tu viaje. Disponible en <http://www.tripadvisor.co/>

Santander al Extremo – Agencia de Viajes Tour Operador - R.N.T. 10058 - Turismo por Santander, Agencia de Viajes en Bucaramanga. Disponible en: <http://santanderalextremo.com>

Sitio oficial de Mogotes en Santander, Colombia: <http://www.mogotes-santander.gov.co>

## ANEXOS

### Anexo A. Mapa de Mogotes



Fuente: [https://maps.google.com/maps?q=mogotes+santander&ie=UTF-8&hq=&hnear=0x8e69bde944ee563b:0x8d161c22b0fc73ad,Mogotes,+Santander&gl=co&ei=\\_FKOUp2NH5PQkQfozoGoBA&ved=0CJwBELYD](https://maps.google.com/maps?q=mogotes+santander&ie=UTF-8&hq=&hnear=0x8e69bde944ee563b:0x8d161c22b0fc73ad,Mogotes,+Santander&gl=co&ei=_FKOUp2NH5PQkQfozoGoBA&ved=0CJwBELYD)

Anexo B. Encuesta de la demanda.



UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
 INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A  
 DISTANCIA  
 GESTION EMPRESARIAL VIII SEMESTRE  
 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS  
 ENCUESTA INVESTIGACION DE MERCADOS

**Objetivo General:** Realizar un estudio de mercados que permita conocer las características de la demanda potencial de servicios de agroturismo en el municipio de Mogotes Santander

<b>DESCRIPCION GENERAL DEL SERVICIO</b>	
<p>Es una granja integral auto-sostenible donde permite al turista involucrase de manera directa con los animales y las actividades propias del campo, ofreciendo alimentación, hospedaje con transporte incluido, temas de ecología, recreación, educación ambiental, agricultura orgánica, piscicultura, deportes de campo y salón.</p> <p><b>Paquetes a ofrecer:</b> La granja turística tiene varios servicios divididos en dos paquetes de la siguiente manera:</p>	
<b>Paquete Básico</b>	<b>Paquete Premium</b>
<p>En este plan se disfrutara de un recorrido por el lugar mientras se narrara la reseña histórica del lugar y/o del municipio, Se realizara visita a los animales y cultivos resolviendo curiosidades o inquietudes de los visitantes, zona refrescante (piscina), hospedaje (El visitante escogerá dónde alojarse ya sea en el hotel, cabañas o camping), incluirá alimentación y transporte.</p>	<p>Permite disfrutar lo establecido en el anterior paquete más la caminata Ecológica o para aquellos que quieren experimentar otro factor de diversión se tiene previsto la cabalgata ecológica, podrá de disfrutar el ordeño vacas o cabras, tomar la bebida, y apreciar la pescar.</p>

1 ¿Profesión u Oficio?

- a) Estudiante
- b) Empleado
- c) Independiente
- d) Empresario

2¿Viaja con frecuencia a visitar algún sitio turístico o de recreación?

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4
- Más de 4

3 ¿Cuándo usted realiza viajes de diversión, visita fincas recreacionales?

- a) Si
- b) No

4 ¿Qué sitios de recreación acostumbra a visitar o conocer?

- a) Parques naturales y de recreación
- b) Museos
- c) Granjas Turística
- d) Pueblos pequeños donde pueda experimentar la tranquilidad y la diversión.

5 ¿En qué época del año prefiere para realizar viajes de recreación?

- a) Principio de Año
- b) Final de año
- c) Mitad de año

6 ¿Indique el presupuesto que destina para actividades recreativas y culturales?

- a) \$150000 a \$200000
- b) \$200000 a \$250000
- c) \$250000 a \$300000
- d) \$300000 o más.

7. ¿Qué medio o que servicio utilizaría al momento de pagar?

- a) Tarjeta
- b) Efectivo Inmediato
- b) Pago Quincenal
- c) Pago Mensual

8. Si el municipio de Mogotes se creara una granja turística, y presentara los siguientes paquetes ¿Cuál Consumiría?

- a) Plan Básico
- b) Plan Premium

9. ¿Cuándo requiere de un servicio recreativo por cual medio se entera de la existencia del mismo?

- |                                   |                            |
|-----------------------------------|----------------------------|
| a) Folletos y revistas turísticas | d) Programas de T.V        |
| b) Periódicos                     | e) Recomendado por Alguien |
| c) Agendas de viaje               | f) Redes Sociales          |

10. ¿Con quién pasa los tiempos de recreación?

- a) Amigos
- b) Familiares
- c) Pareja

11. ¿Qué sitios acostumbra a visitar en la región, cuando se trata de agroturismo?

- a) Parque Gallineral
- b) Aldea Yarigui
- c) Hacienda Gallineral
- d) Finca Buenos Aires

12. ¿Con respecto a la pregunta anterior califique el sitio visitado: -Bueno –Regular -Malo?

- a) Agradable
- b) Asequible
- c) Infraestructura
- d) Tranquilo
- e) Alimentación
- f) Sitios de Recreación
- g) Servicio al cliente

13. ¿Cuándo usted visita este tipo de lugar que busca?

- a) Asequible
- b) Infraestructura
- c) Tranquilo
- d) Alimentación
- e) Sitios de Recreación
- f) Servicio al cliente
- g) Otras ¿otras cual

Anexo C. Encuesta de la Oferta.



UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A  
DISTANCIA  
GESTION EMPRESARIAL VIII SEMESTRE  
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS  
ENCUESTA INVESTIGACION DE MERCADOS

Objetivo General: Realizar un estudio de mercados que permita conocer las características de la competencia de servicios de agroturismo.

1. ¿Antigüedad de la empresa?

- a) 1 mes a 11 meses
- b) 1 año a 5 años
- c) 5 años y un mes a 10 años
- d) Más de 10 años

2. ¿Servicios que ofrece?

- a) Ofrece diversidad de escenarios naturales e historia, ofreciendo cafetería, restaurante y tiendas artesanales.
- b) Cuenta con hospedaje, piscina, Ping Pong, billar, Camping, Bar, Caminatas ecológicas, alimentación, pocos animales para la interacción, y sin un paisaje abundante y majestuoso.
- c) Ofrece paisajes hermosos interacción con los animales, zona de alimentación y entretenimiento.

3. ¿Qué canales de distribución es el que más utiliza?

- a) cortos: Prestador de servicio --> Detallista --> Consumidor
- b) directos: Prestador de servicio --> Consumidor
- c) largos: Prestador de servicio -> Mayorista-> Detallista -> Consumidor

4. ¿La empresa maneja paquetes turísticos?

- a) Si
- b) No

5. ¿Turistas con los que prefiere trabajar?

- a) Turismo tipo A (de primera): Son aquellos turistas que tienen una capacidad de pago alta y buscan servicios de calidad y lujo.
- b) Turismo tipo B (de segunda): Turistas con capacidad de pago medio, dentro de este grupo se caracterizan los estudiantes, familias de un nivel socioeconómico medio y algunos viajeros independientes.

6. ¿Qué Percepción tiene del turismo actual? (comparación con otros años)

- a) Ha mejorado
- b) se ha mantenido
- c) Ha empeorado

7. ¿Qué medios utilizan para promocionar los servicios?

- a) Internet, Directorio, agencias directamente  
Radio, televisión y folletos.
- b) Internet, Directorio Radio, televisión y Eventos realizados en la región.
- c) Tarjetas, directorio, radio y folletos.

8. ¿Qué tipo de turista prefiere el Agro-Turismo?

- a) Niños y jóvenes
- b) Adultos
- c) Personas mayores
- d) Todas las anteriores

9. ¿En promedio usted cuánto cobra por los servicios que ofrece?

- a) Menos de \$100.000
- b) Entre \$100.000 a \$200.000
- d) Entre \$200.000 a \$300.000
- e) Más de \$300.000