

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA EL  
DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN SANTANDER**

**JORGE ARMANDO VELANDIA VILLAREAL**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2013**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA EL  
DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN SANTANDER**

**JORGE ARMANDO VELANDIA VILLAREAL**

**Proyecto de grado para optar al título de  
Profesional en Gestión Empresarial**

**Director  
ORLANDO LEÓN ORTEGA  
Contador Público – Especialista en Gerencia de proyectos**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2013**

A Dios, por la vida, a mis padres por la formación familiar que me han brindado, a mi esposa y mis hijos por ser mi mayor motivación para la culminación de mis estudios profesionales.

**Jorge Armando**

## **AGRADECIMIENTOS**

El autor de este proyecto expresa sus más sinceros agradecimientos a:

- A la Universidad Industrial de Santander, por permitir la culminación de esta meta, como miembro de su familia.
- A su cuerpo docente, por sus enseñanzas durante nuestra preparación profesional.
- A mi familia por su apoyo incondicional
- A todas aquellas personas que de una u otra manera colaboraron con la elaboración de este proyecto.

## CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
INTRODUCCIÓN	13
1. GENERALIDADES	19
2. ESTUDIO DEL MERCADO	21
2.1 OBJETIVOS	21
2.1.1 Objetivo General.	21
2.1.2 Objetivo Específicos	21
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	21
2.2.1 Definición, usos y especificaciones	22
2.2.2 Productos sustitutos.	23
2.2.3 Productos complementarios	24
2.2.4. Atributos diferenciadores.	24
2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	24
2.3.1 Mercado potencial	24
2.3.2 Mercado Objetivo	24
2.4. LA DEMANDA	25
2.4.1 Investigación de Mercados	25
2.4.1.1 Planteamientos del problema.	25
2.4.1.2 Necesidades de Información.	27
2.4.1.3 Ficha Técnica de la Demanda.	28
2.4.2 Tabulación, análisis y presentación de resultados	28
2.4.2 Análisis concluyente de la encuesta aplicada.	40
2.4.3 Estimación de la demanda.	40
2.4.4 Proyección de la demanda.	41
2.5. LA OFERTA	42
2.5.1 Necesidades de información	42
2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia	42
2.5.3 Proyección de la oferta	42
2.6 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	43
2.6.1 Estructura de los canales actuales	43
2.6.2 Ventajas y Desventajas de los canales actuales.	44
2.6.3 Selección de los canales de comercialización	44
2.7. PRECIO	45
2.7.1 Análisis de precios	45
2.7.2 Estrategias de fijación de precios.	45
2.8 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	45
2.8.1 Objetivos	45
2.8.2 Logo	45
2.8.3 Lema	46
2.8.4 Análisis de Medios.	46
2.8.5 Selección de medios	46

2.8.6 Estrategias Publicitarias.	47
2.8.7 Presupuesto de Publicidad y Promoción	47
2.8.7.1 De Lanzamiento	47
2.8.7.2. De Operación	48
2.9 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	48
3. ESTUDIO TÉCNICO	50
3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO	50
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.	50
3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto	50
3.1.3 Capacidad del proyecto	51
3.1.3.1 Capacidad total diseñada	51
3.1.3.2. Capacidad instalada	51
3.1.3.3. Capacidad utilizada y proyectada.	51
3.2 LOCALIZACIÓN	52
3.2.1 Macro localización	52
3.2.2 Microlocalización	52
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	55
3.3.1 Ficha técnica del producto – por línea de producto o servicio	55
3.3.2 Diagrama de procedimientos.	57
3.3.3 Control de Calidad.	58
3.3.4 Recursos	58
3.3.4.1 Recurso humano	58
3.3.4.2 Recurso físico.	59
3.3.4.3 Recurso de insumos.	60
3.3.6 Análisis de Proveedores	60
3.3.7 Distribución de planta.	61
3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	61
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	63
4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN	63
4.1.1 Constitución legal	63
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	64
4.2.1 Visión.	64
4.2.2 Misión	64
4.2.3 Objetivos.	64
4.2.3.1 Objetivo general.	64
4.2.3.1 Objetivos específicos. Se plantean los siguientes objetivos:	64
4.2.4 Políticas	65
4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	66
4.3.1. Organigrama	66
4.3.2. Descripción y perfil de cargos	66
4.3.3 Asignación salarial.	72
4.4 CONCLUSIONES ESTUDIO ADMINISTRATIVO	74
5. ESTUDIO FINANCIERO	76
5.1 INVERSIONES.	76

5.1.1 Inversión Fija	76
5.1.1.1. Construcción y Adecuación.	76
5.1.1.2. Maquinaria y Equipo.	76
5.1.1.3 Muebles y enseres.	77
5.1.1.4 Equipo de Oficina	77
5.1.1.5 Total Inversión Fija	78
5.1.2 Inversión diferida.	78
5.1.3. Inversión de capital de trabajo.	79
5.1.3.1. Costos de prestación del servicio	79
5.1.3.1.1. Costos de Materia prima	79
5.1.3.1.2. Mano de obra directa	79
5.1.3.1.3. Costos indirectos de servicio.	80
5.1.3.1.4. Total costos de prestación del Servicio.	82
5.1.3.3 Total capital de trabajo	82
5.1.4 Inversión total.	82
5.1.5. Fuentes de financiación	83
5.2 COSTOS	86
5.2.1 Costos fijos	86
5.2.2 Costos variables	87
5.3 PRECIO DE VENTA	88
5.3.1 Punto de equilibrio	89
5.4. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS.	89
5.4.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años.	89
5.4.2 Flujo de Caja Proyectado	90
5.4.5 Balance General proyectado a 5 años.	90
6. EVALUACION DEL PROYECTO	92
6.1 IMPACTO SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.	92
6.2 IMPACTO AMBIENTAL.	92
6.3 IMPACTO FINANCIERO	93
6.3.1 Valor presente neto	93
6.3.2 Tasa interna de retorno TIR	94
6.3.3 Periodo de recuperación	96
6.3.4 Análisis de las Razones Financieras	96
6.3.4.1 Indicadores de liquidez	96
6.3.4.3 Indicadores de actividad	97
6.3.4.4 Indicadores de rendimiento.	97
7. CONCLUSIONES	98
8. RECOMENDACIONES	99
BIBLIOGRAFIA	100
WEBGRAFÍA	101
ANEXOS	102

## LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Ficha Técnica de la Demanda	28
Cuadro 2. Demanda de la población respecto al ecoturismo	29
Cuadro 3. Preferencia de destino para realizar ecoturismo	30
Cuadro 4. Gusto por el medio ambiente y naturaleza	31
Cuadro 5. Deporte extremo preferido	32
Cuadro 6. Tipo de turismo que prefiere	33
Cuadro 7. Frecuencia de uso de servicios turísticos	34
Cuadro 8. Mayores consumidores de servicios turísticos	35
Cuadro 9. Interés en servicio ecoturísticos	36
Cuadro 10. Disposición a viajar a parajes naturales	37
Cuadro 11. Interés por ecoturismo en Barrancabermeja	38
Cuadro 12. Probabilidades de utilizar los servicios	39
Cuadro 13. Análisis de la demanda	41
Cuadro 14. Demanda por personas	41
Cuadro 15. Presupuesto de lanzamiento y publicidad “ECOTURISMO por Santander”	48
Cuadro 16. Presupuesto de operación publicidad y promoción de ECOTURISMO por Santander.	48
Cuadro 17. Puntuación del estudio: 10.000 puntos.	54
Cuadro 18. Determinación de la ubicación de la empresa	55
Cuadro 19. Ficha Técnica del servicio	56
Cuadro 20. Recurso Humano. Mano de obra directa de Ecoturismo por Santander.	58
Cuadro 21. Recurso Humano. Mano de obra indirecta de Ecoturismo por Santander.	59
Cuadro 22. Requerimientos de Muebles y Equipos	59
Cuadro 23. Requerimientos de equipos de oficina	59
Cuadro 24. Requerimientos de equipamiento	60
Cuadro 25. Gerente	67
Cuadro 26. Secretaria	68
Cuadro 27. Auxiliar de servicios generales	69
Cuadro 28. Auxiliar de primeros auxilios	70
Cuadro 30. Asignación salarial mensual para el cargo	72
Cuadro 31. Porcentaje para el cálculo de prestaciones sociales	72
Cuadro 32. Porcentaje para el cálculo de seguridad social	73
Cuadro 33. Porcentaje de cotización según “Factor riesgo”	74
Cuadro 34. Aportes parafiscales	74
Cuadro 35. Construcción y Adecuaciones	76
Cuadro 36. Maquinaria y equipo	77
Cuadro 37. Muebles y enseres	77
Cuadro 38. Equipo de oficina	78
Cuadro 39. Cuadro Total Inversión Fija.	78

Cuadro 40. Inversión diferida	78
Cuadro 41. Costos de mano de obra directa	79
Cuadro 41. Costos de mano de obra indirecta	80
Cuadro 42. Depreciación de activos fijos	81
Cuadro 43. Otros costos indirectos	81
Cuadro 44. Total costos indirectos	82
Cuadro 45. Costos de prestación del Servicio	82
Cuadro 46. Inversión total	83
Cuadro 47. Amortización crédito	83
Cuadro 48. Costos Fijos	87
Cuadro 49. Costos variables	87
Cuadro 51. Proyección del precio de venta	89
Cuadro 52. Estado de Resultados Proyectado	90
Cuadro 53. Flujo de caja proyectado	90
Cuadro 54. Balance General	91
Cuadro 55. Flujo de Caja para el cálculo del Valor presente Neto	94
Cuadro 56. Flujo de caja para calcular la TIR	95

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Canal de mercadeo	43
Figura 2. Canales de Comercialización	44
Figura 3. Logo de Ecoturismo por Santander	45
Figura 4. Mapa de Santander	52
Figura 5. Flujograma de operaciones	57
Figura 6. Distribución de planta	61
Figura 7. Organigrama Ecoturismo por Santander	66

## LISTA DE GRAFICAS

	<b>Pág.</b>
Gráfica 1. Demanda de la población respecto al ecoturismo	29
Gráfica 2. Preferencia de destino para realizar ecoturismo	30
Gráfica 3. Gusto por el medio ambiente y naturaleza	31
Gráfica 4. Deporte extremo preferido	32
Gráfica 5. Tipo de turismo que prefiere	33
Gráfica 6. Frecuencia de uso de servicios turísticos	34
Gráfica 7. Mayores consumidores de servicios turísticos	35
Gráfica 8. Interés en servicio ecoturísticos	36
Gráfica 9. Disposición a viajar a parajes naturales	37
Gráfica 10. Interés por ecoturismo en Barrancabermeja	38
Gráfica 11. Probabilidades de utilizar los servicios	39

## LISTA DE ANEXO

	<b>Pág.</b>
ANEXO A. Modelo de encuesta.	102

## RESUMEN

**TITULO:** FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA EL DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN SANTANDER

**AUTOR:** JORGE ARMANDO VELANDIA VILLAREAL\*\*

**PALABRAS CLAVES:** ECOTURISMO, RESPONSABILIDAD SOCIAL, DIVERSIDAD DEL MEDIO AMBIENTE

**DESCRIPCIÓN:** El Turismo ecológico o ecoturismo es una nueva tendencia del Turismo Alternativo diferente al Turismo tradicional. Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se tiene la contemplación del medio ambiente sin alterar absolutamente el sistema como principal objetivo de quienes lo practican.

Aunque se le han querido dar diferentes significados al ecoturismo, realmente se trata de un paseo no convencional que permite el contacto directo con la naturaleza, las poblaciones locales y sus costumbres, armonizando con el entorno, de tal manera que se compenetren los ecoturistas con los diversos entornos que visitan, asumiendo la responsabilidad social de conservar el ambiente y difundir el respeto por la naturaleza y la diversidad del medio ambiente.

Por otra parte, el ecoturismo en Colombia, no solo es el reflejo de una movida global, es el reflejo de las necesidades de los colombianos por defender el medio ambiente, en un país que si bien es cierto no ha tenido desarrollo tecnológico propio, si ha permitido que grandes multinacionales hayan penetrado el territorio con las mínimas condiciones ambientales.

Ante esta eminente necesidad, el presente estudio refleja un ambicioso proyecto que pretende dar a conocer diversos lugares de la geografía del Departamento de Santander, aprovechando el conocimiento de la región que tiene su autor y las amigables condiciones financieras, económicas y tributarias que el estado Colombiano otorga a este tipo de proyectos.

El proyecto, de manera sencilla ilustra la manera como se puede desarrollar este tipo de actividades con un contenido social, que permite la generación de nuevos empleos directos e indirectos y la participación en el de regiones desconocidas por los mismos santandereanos.

---

\* Proyecto de grado

\*\* Instituto de proyección regional y educación a distancia. Gestión Empresarial. Director: ORLANDO LEÓN ORTEGA. Contador Público – Especialista en Gerencia de proyectos

## ABSTRACT

**TITLE:** FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A COMPANY FOR THE DEVELOPMENT OF THE ECOTURISMO IN SANTANDER\*

**AUTHOR:** JORGE ARMANDO VELANDIA VILLAREAL\*\*

**KEY WORDS:** ECOTURISMO, SOCIAL RESPONSIBILITY, DIVERSITY OF ENVIRONMENT

**DESCRIPTION:** Ecological tourism or ecotourism is a new trend of different from traditional tourism alternative tourism. It is an approach to tourism activities in which is the contemplation of the environment absolutely unaltered the system main objective of those who practice it.

Although you have wanted to give different meanings to ecotourism, it really is a non-conventional ride that allows the direct contact with nature, local populations and their customs, harmonizing with the environment, in such a way that Ecotourists are understand with diverse environments who visit, assuming social responsibility of conserving the environment and spread the respect for nature and the diversity of the environment.

On the other hand, ecotourism in Colombia, not only is the reflection of a global move, is the reflection of the needs of the Colombian people for defending the environment, in a country that even though it is certainly not have had technological development itself, if it has allowed that large multinationals have penetrated the territory with the minimum environmental conditions.

Faced with this eminent need, the present study reflects an ambitious project that aims to promote different places of the geography of the Department of Santander, taking advantage of the knowledge of the region which has its author and the friendly financial, economic and tax conditions given by the Colombian State to such projects.

The project, in a simple way illustrates how how can develop this type of activity with social content, which allows the generation of new direct and indirect jobs and participation in the regions unknown by Santander them.

---

\* Project of degree

\*\* Institute regional projection and distance education. Business Management. Director: ORLANDO LEON ORTEGA. Accountant - Project Management Specialist

## GLOSARIO

**Ecoturismo:** Es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología.

**Espeleología:** Es la ciencia que estudia y explora las cavidades naturales (grutas, simas, abismos, cavernas, cuevas). Su nombre deriva del griego: spelaion (caverna) y logos (estudio, tratado).

**Canotaje:** deporte de aventura que se vale de balsas inflables o rafts, los que impulsados a remo o timoneados generalmente desde la popa, conducen la embarcación a sus tripulantes a través de las turbulentas aguas de los ríos.

**Parapente:** Es un deporte nacido a fines del siglo XX, por la inventiva de montañeros que querían bajar volando mediante un paracaídas desde las cimas que habían ascendido.

**Rápel:** El rápel es el sistema de descenso autónomo más ampliamente utilizado, ya que para realizar un descenso sólo se requiere, -además de conocer la técnica adecuada-, llevar consigo el arnés y un descensor. El rápel es utilizado en excursionismo, montañismo, escalada en roca, espeleología, barranquismo y otras actividades que requieren ejecutar descensos verticales.

**Barranquismo o canyoning:** Es un deporte de aventura que se practica en los cañones o barrancos de un río, pudiendo presentar un recorrido muy variado: se encuentran tramos con poco caudal o incluso secos, puntos con pozas y badinas profundas y otros tramos con cascadas, encontrando también terrenos con vegetación o desérticos. El barranquismo consiste en ir superando estos cambios de recorrido: caminando, nadando, destrepando o escalando, si es necesario. Se considera que para que un descenso sea valorado como apto para el barranquismo debe combinar al menos dos de estas tres características: caudal, verticalidad y carácter encajado.

**Deporte extremo:** Los deportes extremos (de riesgo) son todos aquellos deportes o actividades de ocio, o profesional con algún componente deportivo que comportan una real o aparente peligrosidad por las condiciones difíciles o extremas en las que se practican.

## INTRODUCCIÓN

El ecoturismo podría definirse como todas aquellas actividades al aire libre que impliquen esfuerzo físico en algún grado, además de una comunión con la naturaleza a todos los niveles, desde observar detenidamente el paisaje, la flora y la fauna hasta conocer las costumbres de los pobladores cercanos al sitio, volviéndose uno mismo parte dinámica del entorno sin provocar impactos negativos o contaminantes.

La cultura ecoturística es un modo de vida en el que se desarrollan actividades que generan este tipo de beneficios (económicos, sociales y ecológicos) a los habitantes de las comunidades rurales; para ellos van dirigidos los servicios y actividades que se realizan en la empresa; el conocimiento de los atractivos naturales y especies representativas de la región, mediante el recorrido, la práctica de deportes, actividades recreativas destinadas a conocer las costumbres y tradiciones de los habitantes y los servicios que mediante la infraestructura se ofrecerá a los visitantes.

La práctica del turismo como un hecho social y los impactos que del mismo se derivan, constituyen una magnífica oportunidad para que planificadamente se puedan organizar planes turísticos y renovación vacacional para ofrecer a una población que no encuentra opciones vacacionales nuevas en sus pretensiones de descanso.

La creciente orientación de los turistas hacia áreas naturales se basa esencialmente en la búsqueda de nuevos retos y en su deseo de estar en pleno contacto con la naturaleza.

El presente estudio, pretende proyectar unos planos de aproximación para determinar la viabilidad de la creación y proyección de una empresa dedicada a la promoción ecoturística en Santander, que garantice al usuario momentos de descanso armonioso en contacto con la naturaleza

En materia de ecoturismo, en Santander, realmente este campo es muy incipiente, a pesar de tener voladores de parapente en cercanías de la capital Santandereana y el gran auge del parque Nacional del Chicamocha, los estudios o investigaciones realizadas en el departamento han sido muy superficiales, pese al auge turístico de los últimos cinco años de Santander en la práctica de deportes extremos y turismo de aventura, situación favorable para la intencionalidad de este estudio.

## 1. GENERALIDADES

Ecoturismo es un término que comenzó a utilizarse en la década de los 80, no obstante, su definición y su aplicación siguen siendo controversiales hasta el día de hoy.

En esta misma década, organizaciones como la Organización Mundial del Turismo, la ONU, la IUCN (Unión Mundial para la Conservación de la Naturaleza), comienzan a plantear la necesidad de generar un cambio a nivel económico, ambiental y social, con el objetivo de garantizar la conservación, preservación y mantenimiento de los recursos del planeta en el tiempo. Es así que empieza a hablarse de sustentabilidad, otro concepto hasta el día de hoy controversial. Son numerosas las definiciones, pero a grandes rasgos, sustentabilidad es un proceso dinámico que asegura la permanencia en el tiempo de las cosas.<sup>1</sup>

Primero con la industrialización y luego con la globalización, el hombre se planteó la conquista de los recursos con los que cuenta el planeta con el objetivo de satisfacer sus necesidades. Lo que no se contempló en este proceso es que las necesidades humanas son infinitas, mientras que los recursos para satisfacerlas son finitos. La naturaleza y sus recursos cuentan con un fin, no son inagotables. A razón de ello es que hoy por hoy el mundo se encuentra frente a la realidad de la crisis ambiental, y con ello la crisis económica y social.

Sustrayendo estos conceptos y realidades y volcándolas a la actividad turística, se empieza a hablar de una necesidad imperante de cambio en aquellas modalidades de turismo que generan impactos negativos y en algunos destinos hasta irreversibles.

El crecimiento del movimiento turístico a nivel mundial ha sido tal que hoy por hoy se puede hablar de una industria turística. Como toda industria, el turismo depende de un medio, y su medio es el natural. De no preservar y conservar este medio finito, no existiría manera de llevar a cabo actividades turísticas. Es por esto que empieza a hablarse de la necesidad de plantear modalidades alternativas de turismo, surgiendo así el concepto de Turismo Alternativo y Turismo Responsable.

El Ecoturismo es una manifestación de la actividad turística que recae dentro del Turismo Responsable. Un turismo responsable no sólo con el medio natural del destino visitado, sino también responsable con su comunidad receptora y su economía.<sup>2</sup>

Así, el Ecoturismo se plantea como una herramienta para conocer, valorar y

---

<sup>1</sup> Disponible en: <http://www.caminoverde.com>. Turismo responsable. {consultado en Noviembre 21 de 2012}

<sup>2</sup> Disponible en: <http://www.mincomer.gov.co>. Plan Sectorial de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. {consultado en Septiembre 4 de 2012}.

revalorizar el patrimonio natural y cultural de un destino, asegurando su permanencia en el tiempo y de esta manera respondiendo a uno de los tantos principios planteados por la sustentabilidad.

El ecoturismo o turismo ecológico es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología.

El ecoturismo está vinculado a un sentido de la ética ya que, más allá del disfrute del viajero, intenta promover el bienestar de las comunidades locales (receptoras del turismo) y la preservación del medio natural. El turismo ecológico también busca incentivar el desarrollo sostenible (es decir, el crecimiento actual que no dañe las posibilidades futuras).

Los principios del ecoturismo suponen el respeto por la cultura del país anfitrión, la minimización del impacto negativo que causa la actividad turística y el apoyo a los derechos humanos. Un ecoturista, por ejemplo, no debería comprar un producto que fue obtenido mediante la utilización de mano de obra infantil.

Pese al auge del ecoturismo, no existe una reglamentación clara al respecto. Hay quienes incluyen en el ecoturismo a cualquier actividad turística que suponga el contacto con la naturaleza, algo que es erróneo ya que muchas de esas excursiones causan graves daños al ecosistema.

En Santander, su relieve proporciona un majestuoso paisaje que incita a la aventura, siendo así el camino de los deportes extremos y el ecoturismo; San Gil y sus alrededores son la base ideal para quienes vienen por el deporte y la aventura el cual es comprendido por actividades como: parapente, kayak, rafting, bungee jumping, rappel y espeleología; se recomiendan el cañón del río Chicamocha. Con tantos atractivos naturales, culturales y arquitectónicos, conocer Santander toma tiempo que vale la pena invertir. Desde el majestuoso paisaje del cañón del río Chicamocha hasta el apacible Parque El Gallineral, la tierra santandereana ofrece imponentes escenarios naturales que la han convertido en destino predilecto de los amantes de los deportes extremos y el ecoturismo.

## 2. ESTUDIO DEL MERCADO

### 2.1 OBJETIVOS

**2.1.1 Objetivo General.** Conocer las necesidades del usuario de servicios turísticos sobre nuevas opciones vacacionales diferentes al turismo tradicional, mediante un estudio de mercado donde se considere tanto los factores internos (clientes, proveedores, competencia distribuidores o intermediarios y el público en general), como los factores externos, de tal manera que se permita comprobar la existencia de un mercado potencial para la promoción del ecoturismo en la ciudad de Barrancabermeja.

**2.1.2 Objetivo Específicos.** Dentro de los objetivos específicos planteados, se tienen los siguientes:

- Definir y segmentar el mercado para conocer la demanda, analizar el negocio y optimizar las ventajas competitivas de la empresa de promoción ecoturística.
- Determinar el tamaño de mercado potencial de acuerdo al número de usuarios, poder de compra y los rendimientos que este mercado pueda arrojar.
- Distribuir el mercado objetivo para escoger uno o varios segmentos que la empresa ecoturística podría atender de acuerdo con la capacidad instalada.
- Seleccionar el canal de distribución adecuado para llegar a la mercado objetivo.
- Analizar el precio de los servicios y productos de la empresa de promoción ecoturística, teniendo en cuenta la demanda, la oferta y factores externos del entorno.
- Identificar los competidores directos e indirectos, para medir el grado de dificultad de penetración de estos mercados, los servicios sustitutos y su competitividad.
- Diseñar estrategias de publicidad y promoción que se necesitan para el desarrollo de la empresa.
- Definir precio para los diferentes servicios y productos que se ofrecen en la empresa promotora de ecoturismo.

### 2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

El ecoturismo es aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural

(del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómico de las poblaciones locales.<sup>3</sup>

**2.2.1 Definición, usos y especificaciones.** Los servicios que se pretenden desarrollar en la ejecución del proyecto, comprenden el desarrollo de operaciones en lugares netamente santandereanos, es decir municipio tales como socorro, Simacota, San Gil, Barichara, paramo, y todos los atractivos ecoturísticos que ellos poseen, además gracias a que este proyecto cuenta con el apoyo de las diferentes alcaldías, se obtendrán rebajas en el hospedaje y en la comida lo que generará mayor motivación al usuario y mayor rentabilidad a la empresa.

Se ofrecen diversos paquetes ecoturísticos que se presentan a personas en general y a empresas, ofreciendo exclusividad con diferentes agregados que cautiven al cliente, para que se arriesgue a tener una aventura en Santander.

Los paquetes ofrecidos surgen como una alternativa para las personas que buscan algo más allá que un viaje convencional y por ello se contará con un staff conformado por los mejores profesionales a nivel nacional, en lo correspondiente a deportes extremos y áreas relacionadas, capacitados en seguridad, manejo de grupos, emergencias y primeros auxilios, además, en el desarrollo de las operaciones, se utilizarán únicamente equipos certificados destinados para cada actividad, utilizando como guía de todos los destinos, los mapas sobre actividad ecoturística contenidos en la página web [www.ecoturismo-colombia.com](http://www.ecoturismo-colombia.com), siendo lo más importante la presentación de propuestas alternativas en actividades turísticas basada en el desarrollo sostenible de las áreas rurales donde se operará con compromiso con la conservación y restauración ecológica, y las manifestaciones culturales propias de cada destino.

Parapente, kayak, rafting, bungee jumping, rappel y espeleología figuran en el catálogo. Sus hermosos pueblos coloniales, biodiversidad, artesanía y agricultura también invitan a quienes quieran conocer su historia y cultura o simplemente descansar. San Gil, Socorro, Barichara y Bucaramanga, la capital, son todas buenas opciones de alojamiento.

Al sur de San Gil está el parque El Gallineral, un lugar con múltiples opciones para pasear como la cascada de Curití, Bellavista, La Playa y la cueva de La Antigua.

En su zona céntrica hay un lago provisto de trampolines y casetas.

Existe la posibilidad de practicar deportes extremos acampando en sitios como Pescaderito en Curití, el hoyo del aire en La Paz, la laguna Ortices de San

---

<sup>3</sup> LAZCUARIN, Hernán, Ecoturismo, naturaleza y desarrollo sostenible, Editorial Prentice Hall, 2010. USA. Pag. 157

Andrés y el salto del Ahogado en Zapatoca. El canotaje se practica en el río Fonce, y el torrentismo en el Salto del Mico, una cascada de 45 metros.

A sólo diez kilómetros de San Gil la aventura lleva a la Cueva del Indio, una de las mayores atracciones de este departamento.

Sus terrenos suponen un desafío para el ya que para ingresar en ella es necesario deslizarse por un cable de unos ochenta metros, sobre la cumbre de un precipicio, y arriesgarse a ingresar en lo profundo de sus cámaras.

Sitios como la Caverna del Yeso, en Curití, a donde hay que ingresar atravesando un túnel subterráneo de cinco metros, en un descenso que se hace en rappel, también ofrecen retos y aventuras a exploradores. En esta cueva hay estalactitas y estalagmitas, columnas y antiguas tumbas indígenas.

Otros sitios adonde acuden los aficionados a la práctica de la exploración de cuevas y el rappel son la caverna de La Vaca, en Curití, y la caverna La Antigua, en la vía a Barichara, donde hay teatros con formaciones minerales naturales, salones de lodo y un pozo al final del camino.

Pinchote también tiene quebradas que se pueden explorar haciendo descensos, así como Juan Curi y Pescadero, que se convierten en pruebas de confianza y destreza al momento de enfrentar el vacío y las alturas.

Para quienes quieran volar en parapente, hay sitios como la Tumba del Alemán en pleno cañón del Chicamocha, la Mesa de Ruitoque, la Mesa de Los Santos y Curití.

La empresa proyectará los paquetes de acuerdo a las necesidades del cliente o de la conformación de los grupos que deseen los servicios ecoturísticos. Se conforman los paquetes de acuerdo a las edades promedio de conformación de los grupos de turistas o de acuerdo a las exigencias de cada grupo.

**2.2.2 Productos sustitutos.** En Colombia, además de los servicios tradicionales que ofrecen las agencias de turismo, se han identificado pocas regiones con programas de desarrollo en turismo ecológico. En el Eje Cafetero, se puede identificar el Parque Nacional del café y el Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria, pero se identifican más como iconos regionales de historia y tradición que iconos de desarrollo ecológico.

En Santander, el Parque nacional del Chicamocha, se ha constituido de la misma manera en un icono de referencia para admirar paisajes y el desarrollo de algunos deportes extremos en sus alrededores, pero a nivel de ecoturismo, son a nivel nacional muy limitadas las opciones ofrecidas al turista, que busca conocer destinos poco tradicionales para realizar expediciones espeleológicas, caminatas ambientales, descensos o escaladas en tierra y agua y sobretodo desarrollar estas actividades en regiones inhóspitas, que comprometan la integración del hombre con la naturaleza y su sentido de responsabilidad por su preservación.

**2.2.3 Productos complementarios.** Dentro de los productos complementarios, se podría decir que aparte de la práctica del ecoturismo, se ofrecerá una muestra detallada de las culturas y de historia de los diferentes sitios visitados representada en recordatorios, fotos, e integraciones que se realizarán una vez terminada la jornada de aventura, además se piensa realizar un mini tour por los pueblos que se tienen que atravesar para llegar al destino seleccionado, es decir se realizarán paradas en las cuales se le informará en qué lugar están, que se hace en ese lugar, la gente, sus costumbres y demás cosas que identifican cada uno de los pueblos por los cuales se pasea, estas visitas breves para así no retrasar el programa que les tendrá listo en el destino ya sea San Gil, Socorro o Barichara entre otros.

Además la práctica de los diferentes deportes extremos como lo son la escalada, el parapente, la espeleología y demás hacen que el tour sea más atractivo.

**2.2.4. Atributos diferenciadores.** El portafolio de servicios ofrecido contempla no solo el desarrollo de visitas a las áreas geográficas relativamente inalteradas, con la finalidad de disfrutar y apreciar sus atractivos naturales o culturales, también se considera importante promover la conservación, propiciar la participación activa de las poblaciones locales en los procesos y aportar valores agregados como la socialización histórica y cultural de las regiones visitadas.

## **2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

**2.3.1 Mercado potencial.** En la actualidad, el mercado potencial del renglón ecoturístico en Barrancabermeja, se encuentra proyectado para 300.058 habitantes, además se tiene en las proyecciones otra línea de influencia de futuros clientes y es la empresarial, con la cual se ha realizado contacto con más de 3000 empresas legalmente constituidas, a las cuales se les ofrecerán planes corporativos o especiales con su debidos descuentos y atractivos especiales.

**2.3.2 Mercado Objetivo.** El mercado objetivo se encuentra localizado entre las personas cuya edad oscile entre los 18 y los 55 años, ubicados entre estrato 5 y 6 del Municipio de Barrancabermeja y que se sientan atraídos por las actividades ecoturísticas, con nivel de ingresos medios, que estén dispuestos a contratar los servicios de la nueva empresa, que corresponden a 62.840 habitantes, que de acuerdo a la información suministrada por la Secretaria de planeación Municipal de Barrancabermeja, representan 15.710 hogares, dada la conformación del núcleo familiar de los hogares Barramejos en estos estratos que se promedia en cuatro personas por familia.

## 2.4. LA DEMANDA

**2.4.1 Investigación de Mercados.** El tipo de investigación que se utilizara será el estudio descriptivo, porque permite conocer y establecer características de la población investigada, comportamientos concretos, acuden a técnicas específicas en la recolección de información como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. Se utilizan informes, y documentaciones elaborados por otros investigadores; el muestreo se utiliza para la recolección de información y es sometida a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico.

En la actualidad no existen estadísticas sobre el ecoturismo a nivel mundial, por lo que el ecoturismo se considera como un segmento especial del turismo que hace uso del medio natural. Y se les considera a los viajeros como turistas de naturaleza y turistas relacionados con la vida salvaje.

A partir de la participación de Sur América del 2.9 % dentro de este mercado mundial y teniendo en cuenta el comportamiento del turista mundial de 2009, se estima que para la región pueden haber ingresos por ecoturismo o turistas especialistas en naturaleza que ascienden de US \$ 2 billones 291 millones a US \$ 4 billones 533 millones. Colombia, al poseer el 6.4 % de participación sobre el total de Sur América puede encontrar un mercado potencial de ecoturismo de US \$ 146, 624,000 a US \$ 290, 112,000 dólares anuales. Si se tiene en cuenta los ingresos del país por concepto de turismo tradicional, el ecoturismo entraría a representar entre el 14.4% y el 28.5 % del total de esos ingresos en el país.<sup>4</sup>

En Barrancabermeja el ecoturismo es una actividad que aun no se ha explorado, lo único que se ha manejado hasta el momento es la parte del turismo tradicional, se pretende que de ese 6.4% del total de América que para la región representa el 100% del ecoturismo que se practica, en Barrancabermeja se pueda lograr abarcar un 40%, ya que por su actividad económica y los diferentes proyectos que se llevan a cabo en la refinería hace que haya flujo de cliente tanto extranjeros como propios de la población barrameja.

**2.4.1.1 Planteamientos del problema.** Suramérica, con su economía de rápido crecimiento y acelerado desarrollo, ofrece no solo el potencial de destinos todo el año para líneas de crucero y una abundancia de nuevos destinos, sino también un inmenso y creciente mercado de recursos valiosos, particularmente en: Argentina, Colombia y Venezuela. Así, los mercados turísticos que mayor porcentaje de evolución muestran son: Argentina con el 35,2 % de incremento (de 22.675 en 2009 a 30.648 en 2010), seguido de Colombia con el 27,4% (de 160.116 entradas en 2009 a 203.914 en 2010) y

---

<sup>4</sup> Plan Estratégico para el desarrollo del Turismo en Colombia. Capítulo IV ecoturismo. 2011

Venezuela cuyo mercado emisor ha crecido el 7,3% (29.416 en 2009 a 31.558 en 2010).<sup>5</sup>

En el caso Colombiano, El gobierno, al implementar el programa “Vive Colombia. Viaja por ella” aseguro a los turistas locales la seguridad al marchar en caravanas. Este programa favoreció un intenso movimiento turístico interno, ya que los colombianos, por problemas de seguridad eran reacios a los viajes en carreteras. Al mismo tiempo una mejora sustancial de la seguridad en numerosos Departamentos del país favoreció el arribo de turistas extranjeros

Actualmente Colombia mantiene 9.200.000 Hectáreas de extensión que fácilmente se pueden presentar como terrenos para explorar el ecoturismo, cubriendo 8.5% en áreas protegidas estrictas, dentro del Sistema de parques Nacionales Naturales, hoy conformado con un total de 46 áreas, 33 parques Nacionales Naturales, 9 Santuarios de Fauna y Flora, 2 Reservas Naturales, 1 área única y 1 Vía Parque. Para el Sistema de Parques Nacionales Naturales de Colombia el Ecoturismo es una herramienta básica para fortalecer el Sistema, generando recursos financieros a través de las concesiones, la venta de servicios y tarifas, permitiendo su redistribución en áreas del sistema.

Así mismo, involucra a las comunidades de las zonas en la planificación y desarrollo de actividades ecoturísticas, asegurando su participación en los beneficios generados. Se ofrecen actividades educativas y recreativas en general al público para aumentar el nivel de conciencia en el patrimonio cultural y natural del país, obteniendo: Un Beneficio Social, logrando la concienciación de los visitantes con respecto a la preservación y conservación de los recursos naturales. De igual manera Un Beneficio Económico que cristaliza en los recursos generados por ingresos de servicios.

Teniendo en cuenta que los Parques Nacionales Naturales están inmersos en un mercado variado de productos, tiene una oferta muy particular, una demanda especializada y un gran porcentaje por capturar. Es un turismo realizado por personas con inquietudes respecto al medio ambiente y que a su vez genera futuros visitantes, cuyos resultados ayudan a que la educación ambiental y la conservación se conviertan en una actividad continua que promueva la riqueza del país.

Hoy, el Sistema de Parques Nacionales Naturales de Colombia, tiene 24 áreas con Vocación Ecoturística, de las cuales 16 tienen servicios de alojamiento y 11 servicios de camping. Su capacidad instalada es de 1.457 personas - noche: (547 (personas) cama-noche y 910 (personas) zona de camping); La cual ha sido definida acorde con las especificaciones de planes de manejo, cuyo objetivo es proporcionar excelentes servicios de alojamiento y camping, y servicios complementarios tales como restaurantes centros de interpretación, senderos etc. Cumpliendo con estándares de calidad.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Confederación Suramericana de Turismo. Buenos Aires. 2011. P.38.

<sup>6</sup> Plan Estratégico para el desarrollo del Turismo en Colombia. Capítulo IV ecoturismo. 2011.

En la región del Magdalena Medio, en especial en Barrancabermeja, siempre ha existido una gran fascinación por viajar a diferentes partes del país y disfrutar de las maravillas que posee, pero siempre se ha visto un inconformismo en cuanto al costo y calidad del servicio.

La falta de ofertas turísticas es una de las principales dificultades que se les presentan a los turistas de este municipio, cuando de viajar se trata, y en cuanto a la calidad del servicio, siempre se ha visto que los pobladores de Barrancabermeja, no le dan la importancia necesaria a este punto tan indispensable para que un proyecto satisfaga las exigencias de los viajeros y así pueda llegar a ser exitoso.

Al existir este inconformismo con el servicio y el costo, los barramejos deben acudir en muchas ocasiones a empresas radicadas en otras ciudades que lo único que hacen es ofrecer los mismo planes, con los mismos destinos como lo son, la costa, el eje cafetero, San Andrés y Providencia, entre otros.

En Barrancabermeja el ecoturismo es una actividad que aun no se ha explorado, lo único que se ha manejado hasta el momento es la parte del turismo tradicional, se pretende que de ese 6.4% del total en América, que para la región representa el 100% del ecoturismo que se practica, en Barrancabermeja se pueda lograr abarcar un 40%, ya que por su actividad económica y los diferentes proyectos que se llevan a cabo en la refinería hace que haya flujo de cliente tanto extranjeros como propios de la población Barrancabermeja.

**2.4.1.2 Necesidades de Información.** Para el diseño de la investigación se utilizará un plan básico que guíe las fases de recolección de datos y análisis del proyecto de investigación.

En el mercado existe numerosa información, especialmente en medio magnético, que es una fuente primordial y que no se suele utilizar. El estudio de la oferta se realizará en el Municipio de Barrancabermeja, con el fin de determinar los siguientes factores:

- Identificar claramente el mercado objetivo, precisando la población que se encuentra en este.
- Medir el nivel de aceptación de las proyecciones y planes ecoturísticas en el mercado del entretenimiento y recreación o planes vacacionales de la población de Barrancabermeja.
- Medir el nivel de conocimiento por parte de los clientes sobre ecoturismo.
- Identificar si existe una demanda significativa en Barrancabermeja, que garantice el éxito del proyecto..
- Conocer las preferencias del cliente con respecto a destinos turísticos o planes vacacionales o de recreación.
- Ofrecer una nueva alternativa económica y de sano esparcimiento a la población Barrameja.

**2.4.1.3 Ficha Técnica de la Demanda.** A través de la ficha técnica se presentan las principales características del estudio como lo son, la población, la muestra y el instrumento que se utiliza en la realización del estudio entre otros.

**Cuadro 1. Ficha Técnica de la Demanda**

<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b>	Se realizó una investigación descriptiva concluyente, debido a que ella establece características de la población objeto, se fundamenta en la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación, se establecen las características demográficas, identifica actitudes y comportamientos de conducta, establece comportamientos concretos para finalmente llegar a una conclusión con base en la información recolectada.						
<b>METODO DE INVESTIGACIÓN</b> <small>Para encuestas de este tipo se aplicará la siguiente fórmula: <math>n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}</math> N = Población 15.710 personas p = Probabilidad de acierto 0,50 q = Probabilidad de acierto 0,50 Z = Índice estadístico para confiabilidad del 95% e = error = 2%</small>	La investigación se realizará mediante el método científico, ya que se presentará a todos los encuestados el mismo cuestionario, teniendo la ventaja de desarrollarse las encuestas personalmente, así como la facilidad al diligenciar los formularios, tabular y procesar la información para obtener los resultados adecuados.  Fuentes primarias: la observación directa y la encuesta son las principales fuentes de información. Fuentes secundarias: internet, revistas, libros, documentales, enciclopedias						
<b>TÉCNICAS DE INFORMACIÓN</b>	Encuesta: se diseñará y aplicará a la muestra definida						
<b>INSTRUMENTO PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN</b>	El cuestionario estructurado						
<b>MODO DE APLICACIÓN</b>	Dirigida						
<b>DEFINICIÓN DE POBLACIÓN (ELEMENTO, UNIDAD DE MUESTREO)</b>	Población. Habitantes de Barrancabermeja entre 18 y 55 años, ubicados entre estrato 5 y 6 del Municipio de Barrancabermeja y que se sientan atraídos por las actividades ecoturísticas, con nivel de ingresos medios, que estén dispuestos a contratar los servicios de la nueva empresa. Unidad muestral: Cabezas de familia. Elemento muestral: Cabezas de familia o Jefe de Hogar						
<b>PROCESO DE MUESTREO</b>							
<b>MARCO MUESTRAL</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Municipio</th> <th>N° de clientes</th> <th>Muestra</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Barrancabermeja</td> <td>15.710</td> <td>375</td> </tr> </tbody> </table>	Municipio	N° de clientes	Muestra	Barrancabermeja	15.710	375
Municipio	N° de clientes	Muestra					
Barrancabermeja	15.710	375					
<b>ALCANCE</b>	Población ubicada en estrato 5 y 6 del Municipio e Barrancabermeja						
<b>TIEMPO DE APLICACIÓN</b>	La información se recolecta en el mes de marzo de 2012						

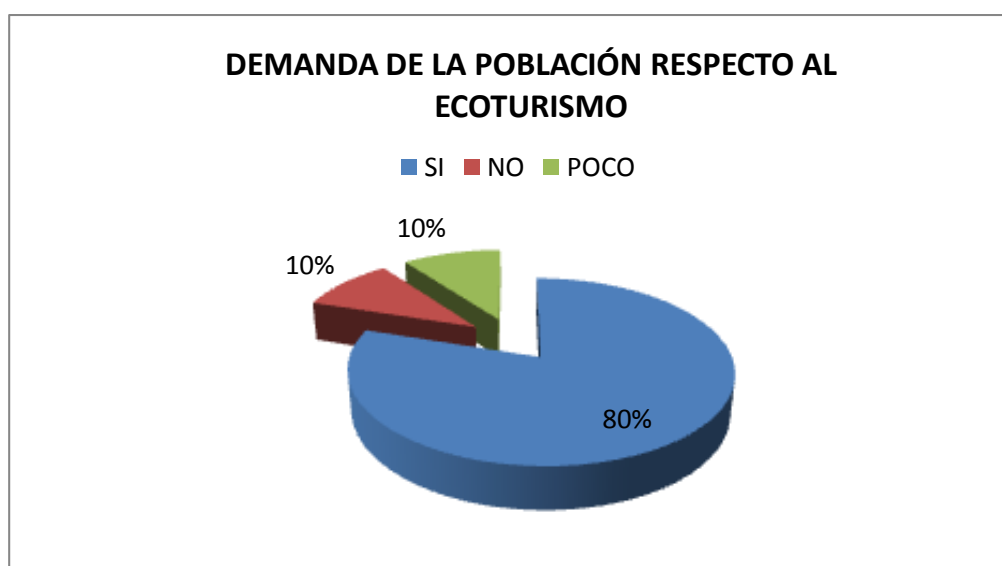
**2.4.2 Tabulación, análisis y presentación de resultados.** A continuación se presenta el respectivo análisis que corresponde a las encuestas que se aplicaron a cabezas de familia o jefes de hogar de estrato cinco y seis del municipio de Barrancabermeja.

**Pregunta 1.** ¿Existe interés con respecto a la práctica del ecoturismo?

**Cuadro 2.** Interés de la población respecto al ecoturismo

RESPUESTAS	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	300	80%
NO	37	10%
POCO	38	10%
TOTAL	375	100%

**Gráfica 1.** Interés de la población respecto al ecoturismo



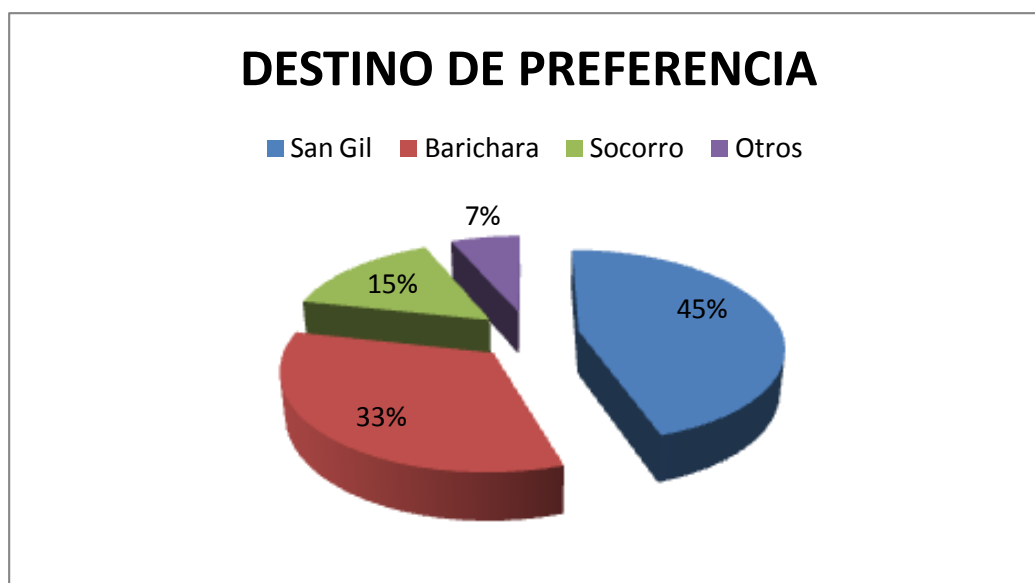
El 80% de la población encuestada manifiestan interés a la práctica del ecoturismo, el 10% de los encuestados no manifiestan ningún interés y el restante 10% manifiestan poco interés en la práctica del ecoturismo.

**Pregunta 2.** De los siguientes destinos, ¿Cuál sería el de su preferencia para hacer Ecoturismo?

**Cuadro 3.** Preferencia de destino para realizar ecoturismo

RESPUESTAS	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
San Gil	152	45%
Barichara	113	33%
Socorro	51	15%
Otros	22	7%
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 2.** Preferencia de destino para realizar ecoturismo



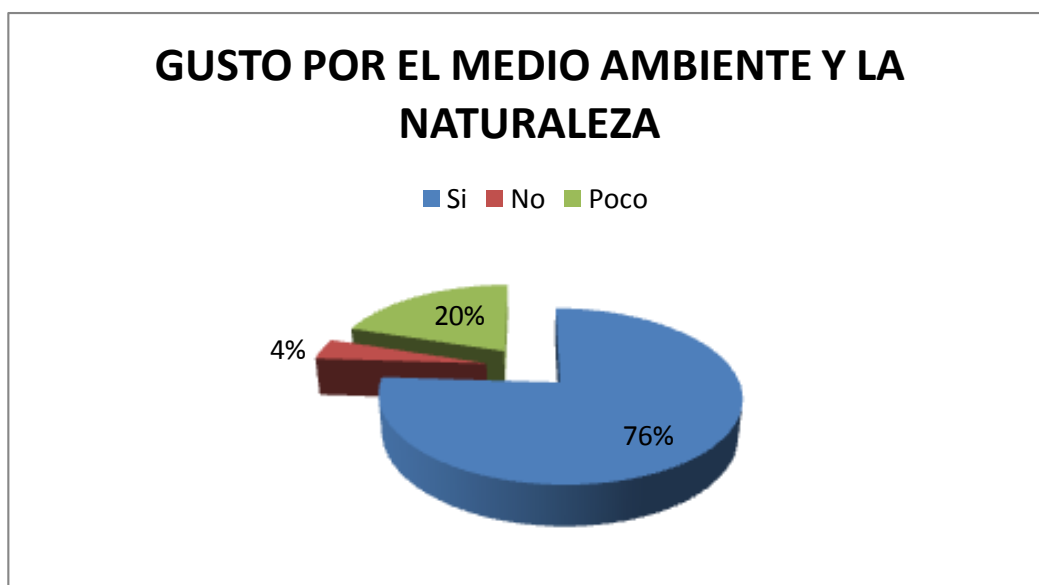
El 45% de los encuestados manifiestan su preferencia para realizar ecoturismo en el Municipio de San Gil, el 33% manifiesta su predilección por el Municipio de Barichara, el 15% prefiere el municipio de Socorro y el 7% prefiere otros destinos entre los cuales se destaca Zapatocha y la sierra nevada del Cocuy.

**Pregunta 3.** ¿Le gusta el contacto con el medio ambiente y la naturaleza?

**Cuadro 4.** Contacto con el medio ambiente y naturaleza

RESPUESTAS	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	285	76%
No	15	4%
Poco	75	20%
<b>TOTAL</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 3.** Contacto con el medio ambiente y naturaleza



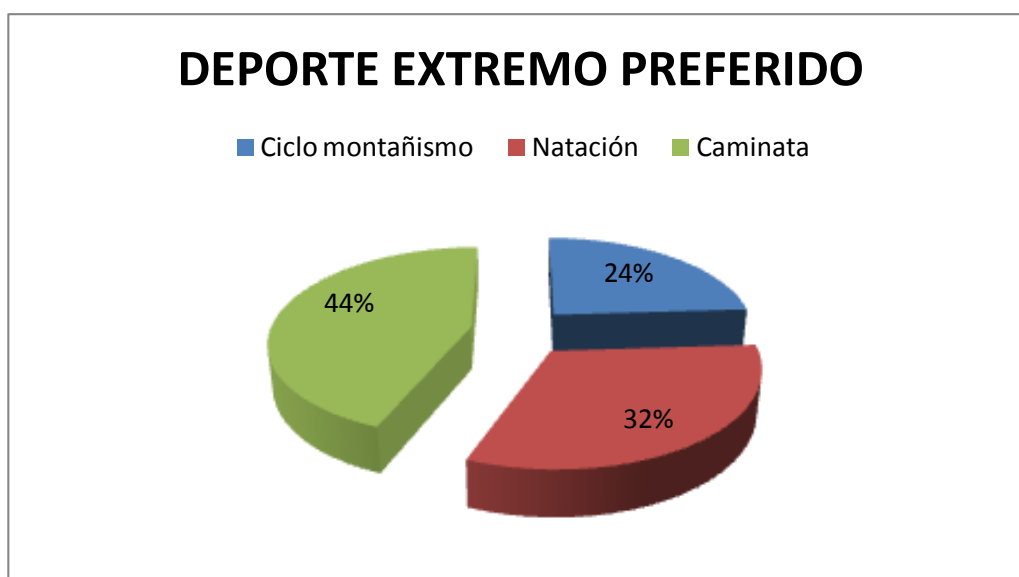
El 76% de la muestra indicó afirmativamente su preferencia por tener contacto con el medio ambiente y la naturaleza, sólo un 4% se muestran apáticos a esta propuesta, y a un 20% poco les gusta éste, lo que indica que la población siente atracción por el ecoturismo, frente a la posición de indiferencia de un grupo reducido de los encuestados.

**Pregunta 4.** ¿Qué deporte extremo le gustaría practicar?

**Cuadro 5.** Deporte extremo preferido

RESPUESTAS	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Ciclo montañismo	90	24%
Natación	120	32%
Caminata	165	44%
<b>TOTAL</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 4.** Deporte extremo preferido



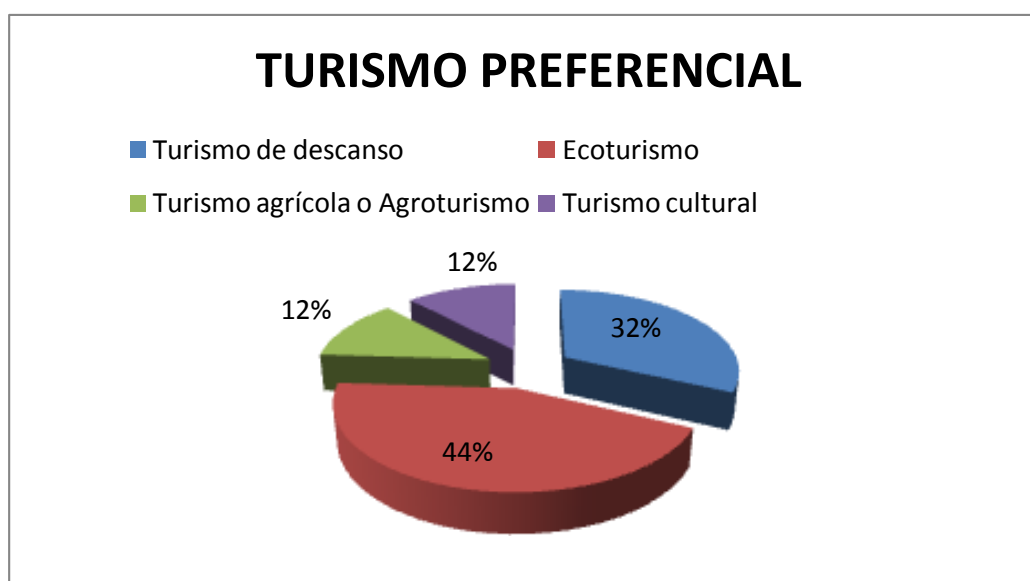
Al 44% de los encuestados manifiesta su preferencia por practicar las caminatas ecológicas como deporte extremo, mientras que el 32% manifiesta su preferencia por practicar la natación y el 24% manifiesta su predilección por la práctica del ciclomontañismo.

**Pregunta 5.** ¿Con que tipo de turismo se siente identificado?

**Cuadro 6.** Tipo de turismo con el que se identifica

RESPUESTAS	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Turismo de descanso	120	32%
Ecoturismo	165	44%
Turismo agrícola o Agroturismo	45	12%
Turismo cultural	45	12%
<b>TOTAL</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 5.** Tipo de turismo con el que se identifica



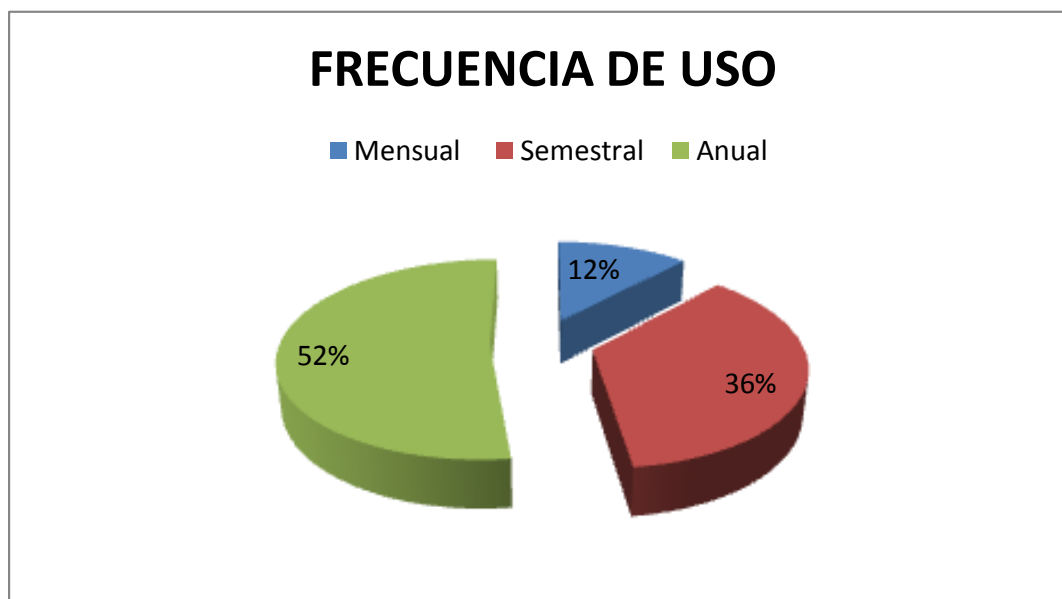
El 44% de los encuestados indican que prefieren el ecoturismo, y el 32% prefieren el turismo de descanso, este indicador hace referencia a las familias, especialmente aquellas que están conformadas por más de 3 miembros, el 12% prefieren el turismo agrícola o el turismo cultural.

**Pregunta 6.** ¿Con que frecuencia hace turismo?

**Cuadro 7.** Frecuencia de uso de servicios turísticos

RESPUESTAS	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Mensual	45	12%
Semestral	135	36%
Anual	195	52%
<b>TOTAL</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 6.** Frecuencia de uso de servicios turísticos



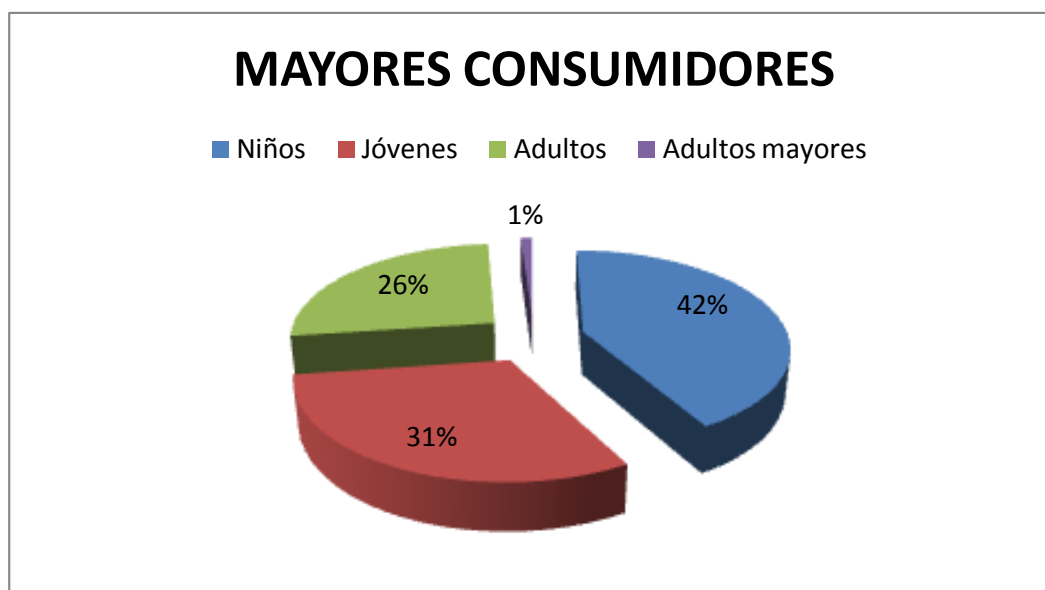
El 52% de la población encuestada prefiere viajar anualmente ya que lo hace en temporada de vacaciones, el 36% prefiere hacerlo semestralmente y un 12% lo hace mensualmente gracias a su condición de pensionado. Esto permite proyectar los tiempos en que la población viaja, siendo importante destacar que el periodo vacacional en Barrancabermeja se da en cualquier época del año gracias a que existen muchas empresas contratistas las cuales contratan gran cantidad de pobladores de Barrancabermeja.

**Pregunta 7.** ¿Quiénes hacen turismo con mayor frecuencia?

**Cuadro 8.** Mayores consumidores de servicios turísticos

RESPUESTAS	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Niños	157	42%
Jóvenes	116	31%
Adultos	98	26%
Adultos mayores	4	1%
<b>TOTAL</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 7.** Mayores consumidores de servicios turísticos



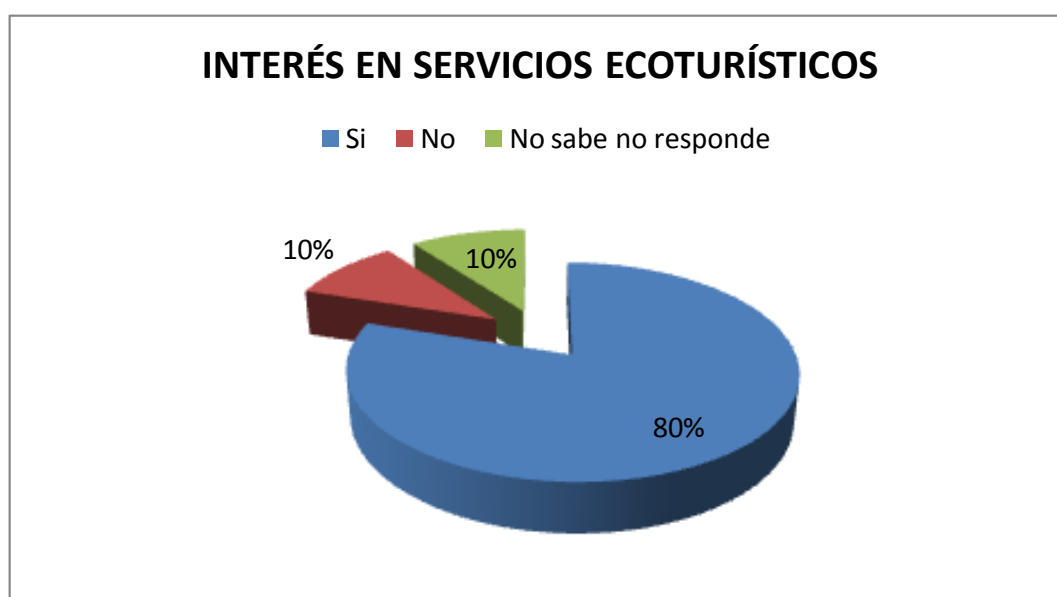
En las familias de Barrancabermeja los mayores consumidores de este servicio son los niños, según indican el 42% de las familias encuestadas, seguido de un 31% de los jóvenes, y en menor proporción los adultos y los adultos mayores, con 26% y 1% respectivamente. Son los niños quienes más requieren o solicitan de este servicio por su condición de estudiantes, mientras que los jóvenes lo practican para relajarse después de extenuantes jornadas académicas y laborales.

**Pregunta 8.** ¿Estaría interesado en adquirir paquetes de servicios ecoturísticos?

**Cuadro 9.** Interés en servicios ecoturísticos

RESPUESTAS	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	300	80%
No	37	10%
No sabe no responde	38	10%
<b>TOTAL</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 8.** Interés en servicios ecoturísticos



La propuesta de hacer ecoturismo ha tenido una gran acogida entre el 80% de los encuestados el 10% manifiesta no estar interesado y el 10% no sabe no responde.

**Pregunta 9.** ¿Estarían dispuestos a viajar a lugares donde predomine la naturaleza y los animales silvestres?

**Cuadro 10.** Disposición a viajar a parajes naturales

RESPUESTAS	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	225	60%
No	68	18%
No puede	82	22%
<b>TOTAL</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 9.** Disposición a viajar a parajes naturales



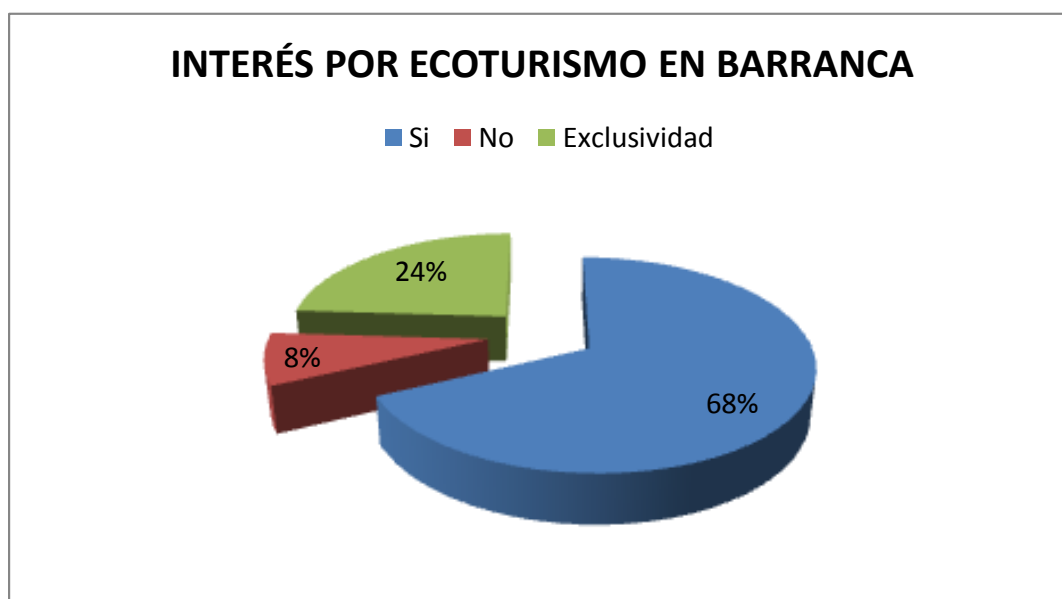
La población no solo quiere nuevos destinos turísticos, sino que también quiere actividades en las cuales puedan estar en familia y tener el sentimiento de aventura que el ecoturismo brinda, Según el 60% de la población encuestada desea estar en contacto con la naturaleza y zafarse por un momento del ruido de los vehículos y de la contaminación de la ciudad seguido del 22% que también lo requiere pero por motivos laborales no lo pueden hacer. El 18% de la población encuestada no está interesado en viajar a parajes naturales.

**Pregunta 10.** En una agencia de turismo ubicada en Barrancabermeja, ¿Le gustaría que dentro de los productos ofrecidos, vendieran servicios ecoturísticos?

**Cuadro 11.** Interés por servicios ecoturísticos en Barrancabermeja

RESPUESTAS	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	255	68%
No	30	8%
Exclusividad	90	24%
<b>TOTAL</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 10.** Interés por servicios ecoturísticos en Barrancabermeja



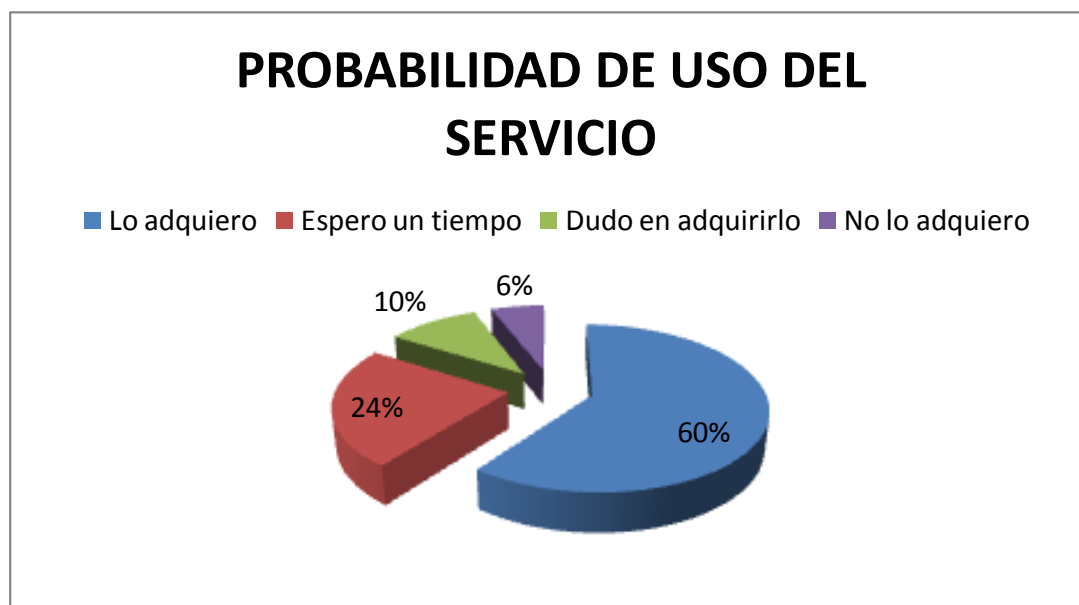
Los Barramejos siempre han mostrado gran interés por sitios en los cuales se les ofrece de todo, esto se ve reflejado en este cuadro, pues los encuestados aclaran estar de acuerdo con esta idea con un 68% , y un 24% piensan que sería bueno pero que siempre se debe tener la exclusividad del producto o servicio que se ofrece.

**Pregunta 11.** ¿Teniendo en cuenta sus respuestas anteriormente mencionadas, qué probabilidad hay que adquiera el servicio?

**Cuadro 12.** Probabilidades de utilizar los servicios

RESPUESTAS	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Lo adquiero	154	60%
Espero un tiempo	60	24%
Dudo en adquirirlo	26	10%
No lo adquiero	15	6%
<b>TOTAL</b>	<b>255</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 11.** Probabilidades de utilizar los servicios



El 60% de los encuestados afirma que adquiriría el servicio, un 24% esperaría un poco, para conocer bien el desarrollo de éste, mientras que un 10% dudaría en adquirirlo y un 5% no lo adquiriría definitivamente, pues prefieren realizar otro tipo de actividad como método de recreación y de sano esparcimiento.

**2.4.2 Análisis concluyente de la encuesta aplicada.** La población encuestada apoya la idea de crear dicha empresa con el fin de que el dinero producido en barranca sea invertido en el mismo lugar, además arroja un puntaje elevado en la segunda respuesta, por lo tanto se concluye que hay un gran sentido de pertenencia de la población para con la naturaleza.

Se puede concluir que los habitantes del municipio de Barrancabermeja, tienen poco conocimiento de empresas ecoturísticas debido a la falta de publicidad. Las personas encuestadas son enfáticos en afirmar que lo innovador es lo que atrae al cliente; una vez más se observa que los habitantes, no desean dañar el medio ambiente con sus acciones, lo cual es de gran importancia para la buena imagen de la empresa.

Es claro que los destinos elegidos por las personas, son los escogidos para el proyecto, lo cual brinda un parte de tranquilidad porque se reafirman esos lugares como destinos principales.

**2.4.3 Estimación de la demanda.** Según las encuestas realizadas se estima que los clientes de ecoturismo por Santander tengan las siguientes cualidades:

Son de sexo masculino en un 60% y un 39.5% pertenecen al género femenino. El grupo de edad que predomina (con un 37.5%) está entre los 26 y 45 años, pero se revela que el segmento más joven, entre 15 y 25 años, va en aumento.

El 36.8% de los visitantes tienen formación universitaria y el 16.2% tiene nivel de post grado, lo cual subraya que el ecoturismo es una tendencia apoyada en cierto grado de cultura. La información sobre Ecoturismo por Santander dice haber sido obtenida en un 34% a través de medios de comunicación y en un 30.2% a través de agencias de viajes. Se espera que los clientes sean un 17.8% dice informados a través de folletos, revistas u oficinas de ecoturismo.

La procedencia de los visitantes es en un 77% de origen nacional y en un 23% de extranjeros más que todo de procedencia Norteamericana, este último segmento en tendencia creciente gracias a los diferentes proyectos que existen en la estatal petrolera. En cuanto a época del viaje, un 29.2% lo realizara en fin de semana; un 31%, en otras temporadas; en mitad de año, un 21.2%; en Semana Santa, un 16.7%, y al final de año, un 1.7%.

El tiempo de permanencia para un 54% está entre 2 y 4 días, mientras un 24.4% permanece un día, seguido por un 19.5% que pernocta más de 5 días. Un 55.8% se dedica a realizar caminatas, mientras un 26.2% busca la observación de fauna y flora, seguida por un 15.1% que aprovecha las condiciones para visitar comunidades de influencia del parque. En cuanto a la forma de viaje, el 54.4% de los visitantes lo hacen en compañía de amigos; El 16.8% con la familia; el 8.8% lo realiza con compañeros de trabajo; un 4.1% lo realiza solo; y un 15.7% con otro tipo de compañía.

Finalmente hay otros indicadores de interés, como que el 83% encuentra la información sobre ecoturismo entre buena y excelente, y el 84.2% califica esta actividad como buena y regular.

**2.4.4 Proyección de la demanda.** La empresa Ecoturismo por Santander proyecta alcanzar un 80% de aceptación y demanda inicialmente dentro de la comunidad barrameja, es decir un 60% de la comunidad entre mujeres y hombres que están dentro de las edades de los 18 a los 45 años. Además se tiene un porcentaje de un 15% aproximadamente inicialmente comprendido por los extranjeros que se estima que lleguen al municipio de Barrancabermeja en el desarrollo de la construcción y modernización de la refinería.

Luego de alcanzados estas metas en materia de demanda, se proyecta la posibilidad de ampliar la cobertura de la empresa inicialmente por el Departamento y posteriormente a nivel nacional, de tal manera que se puedan ofrecer destinos ecoturísticos en todo el territorio colombiano.

**Cuadro 13. Análisis de la demanda**

ANÁLISIS DE LA DEMANDA					
MERCADO POTENCIAL	DEMANDA POR SERVICIO				
	SIMACOTA	SOCORRO	SANGIL	TURISTICO	TOTAL
Colegios	2	6	10	6	24
Empresas contratistas	4	4	8	7	23
Adultos mayores	3	3	7	7	20
Jóvenes	3	4	9	6	22
<b>TOTAL DEMANDA POR P/S</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>34</b>	<b>26</b>	<b>89</b>

**Cuadro 14. Demanda por personas**

DEMANDA POR PERSONAS					
CLIENTE POTENCIAL	SIMACOTA	SOCORRO	SANGIL	TURISTICO	TOTAL
Colegios	60	180	300	180	<b>720</b>
Empresas contratistas	120	120	240	210	<b>690</b>
Adultos mayores	90	90	210	210	<b>600</b>
Jóvenes	90	120	270	180	<b>660</b>
<b>TOTAL DEMANDA POR P/S</b>	<b>360</b>	<b>510</b>	<b>1.020</b>	<b>780</b>	<b>2670</b>

## **2.5. LA OFERTA**

**2.5.1 Necesidades de información.** En Santander existen muy pocas empresas dedicadas a ofrecer servicios ecoturísticos, pero si se hace referencia a Barrancabermeja, se puede encontrar que aún no existe ninguna empresa que se dedique a esta actividad, si se ubican nueve empresas que se dedican al turismo tradicional, ofreciendo planes con destinos tradicionales como la Costa Atlántica, San Andrés Islas y El Eje Cafetero entre otros, pero no ofrecen servicios ecoturísticos, pudiéndose afirmar que en Barrancabermeja no se encuentran oferentes en ecoturismo que le puedan generar competencia al proyecto.

**2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia.** En Barrancabermeja aún no existe una empresa con las características que tiene Ecoturismo por Santander, es decir la competencia en el sector ecoturístico como tal no existe, la competencia se encuentra focalizada y se puede considerar bastante fuerte en el ramo del turismo tradicional, siendo un ramo totalmente diferente pero que puede afectar el inicio de la empresa promotora del ecoturismo, por el sistema existente, que cuenta con una organización y experiencia ya posicionada en el mercado.

Dentro del portafolio de servicios que ofrecen las empresas promotoras del turismo tradicional en la ciudad de Barrancabermeja, se encuentran viajes de tres noches dos días, para ciudades de la costa Atlántica, con servicios de alimentación incluidos, así como el transporte en diversos tipos de acomodación.

De la misma manera se proyectan viajes al eje cafetero, San Andrés Islas, Islas Margaritas y algunos destinos centroamericanos como Punta Cana. En menor escala se programan viajes de fines de semana para conocer ciudades como Medellín, Paipa, y de un día al Parque nacional del Chicamocha.

En cuanto promoción de programas ecoturísticos, no existen en el mercado promociones definidas al respecto.

**2.5.3 Proyección de la oferta.** Inicialmente se ofrecerán los servicios representados en diferentes paquetes ecoturísticos en la ciudad de Barrancabermeja dirigidos al mercado potencial y objetivo, luego de alcanzar todas las expectativas es decir, que las ventas y ganancias crezcan tal y como se tiene planteado en la descripción minuciosa que se hace más adelante en la parte financiera, se estudiará la posibilidad de ingresar en el mercado nacional, con el objetivo de situar en otros departamentos a Ecoturismo por Santander.

## 2.6 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

**2.6.1 Estructura de los canales actuales.** Las relaciones organizacionales entre agencias de viaje, hoteles, intermediarios y el cliente, forman la estructura de los canales de comercialización actuales.

En Colombia uno de los canales de comercialización más importante es a través de la Asociación Hotelera de Colombia, quien está en contacto permanente con las organizaciones internacionales del turismo y la hotelería mundial, trasladando eventos, experiencias y programas a los hoteles afiliados.

De igual manera los hoteles realizan su mercadeo a través de canales como Cajas de Compensación Familiar y agencias de viaje, las cuales brindan paquetes turísticos donde se incluye el servicio de transporte, alojamiento en hotel, deportes de aventura, entre otros.

El canal de mercado para comenzar el proceso de prestación del servicio es PRESTADOR DEL SERVICIO – CONSUMIDOR.

**Figura 1. Canal de mercadeo**



**Fuente.** Autor del proyecto

El Prestador del servicio, será Ecoturismo por Santander quien será la encargada de ofrecer los planes ecoturísticos.

El consumidor o cliente, serán las personas que en algún momento utilizaran el servicio o que pagaran por un paquete ecoturístico.

El servicio se ofrecerá a toda la población barrameja incluidas las diferentes empresas contratistas para las cuales existirán paquetes ecoturísticos especiales; se desea que los clientes obtenga un servicio con el cual satisfagan todas las expectativas que tenga con respecto al ecoturismo.

## 2.6.2 Ventajas y Desventajas de los canales actuales.

### Ventajas

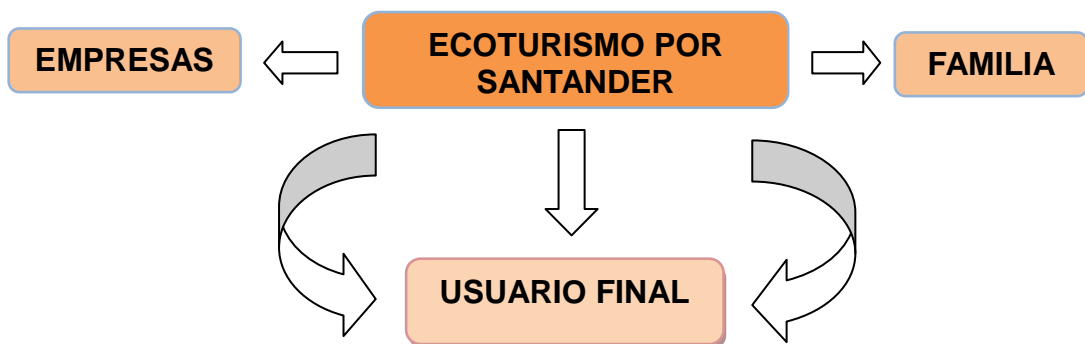
- A través del Ministerio de Cultura y Turismo se puede divulgar las acciones de la nueva empresa, lo cual ayuda a promocionar el servicio ecoturístico en las diferentes zonas del país.
- Uno de los objetivos misionales de las cajas de compensación familiar es desarrollar programas de recreación de tipo ambiental, que permitan la recreación de la familia en sitios vacacionales, promoviendo planes de turismo con excursiones, paseos y caminatas, incentivando el ecoturismo a nivel regional y nacional.

### Desventajas

- Las agencias de viaje trabajan con un determinado sector turístico, teniendo en cuenta su ubicación geográfica, inclinándose por los sitios pertenecientes al Caribe Colombiano y el Eje Cafetero.
- El costo que se debe pagar a las cajas de Compensación Familiar para ser incluidos dentro de su programación turística.

**2.6.3 Selección de los canales de comercialización.** El primer canal de comercialización es el directo, donde no aparece intermediario alguno, pues gracias a la promoción y publicidad de los sitios turísticos naturales por medio de los paquetes turísticos que se ofrece, atraerá más clientes deseosos de iniciar el proceso de turismo ecológico.

**Figura 2. Canales de Comercialización**



Fuente. Autor del proyecto

## 2.7. PRECIO

**2.7.1 Análisis de precios.** De acuerdo a la investigación de mercados se pueden observar que para cada paquete ecoturístico hay un precio determinado ya que los costos de hospedaje, alimentación y desplazamiento no son iguales en todas las localidades que se proyecten visitar.

Los precios deben ajustarse a las necesidades de la empresa, de tal manera que permita obtener una rentabilidad aceptable comparada con el mercado financiero. La determinación del precio unitario de venta del servicio se determinará en el estudio financiero, una vez que se tengan proyectados los costos del servicio.

**2.7.2 Estrategias de fijación de precios.** La fijación de precios con base en la competencia es la estrategia más adecuada para los diferentes servicios que ofrecerá la empresa. Lo anterior busca nivelación entre el precio-costo y el precio - mercado, teniendo en cuenta el comportamiento histórico y la hipótesis sobre la evolución futura de los precios en la región.

## 2.8 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

### 2.8.1 Objetivos

- Desarrollar una fuerte campaña de publicidad, dirigida al público objetivo, que apoye la estrategia de posicionamiento.
- Divulgar los servicios mediante diferentes medios de comunicación de forma rápida y a un costo razonable.
- Estimular a la población hacia el desarrollo de actividades ecoturísticas.

### 2.8.2 Logo

Figura 3. Logo de Ecoturismo por Santander



**Fuente.** Autor del proyecto

### **2.8.3 Lema. "Aventúrate y descubre nuestro Santander"**

**2.8.4 Análisis de Medios.** La publicidad ha demostrado una tendencia creciente en los últimos tiempos, en razón al desarrollo de los medios de comunicación y el incremento competitivo de las empresas por los mercados.

Con el fin de no hacer un lanzamiento fallido del servicio al mercado de consumidores o clientes, se debe llegar a este no solamente mostrando los atributos y calidades si no con una demostración que impacte de entrada para que alcance los efectos esperados por la empresa. La aplicación de combinación de herramientas promocionales creara de acuerdo a su aceptación un posicionamiento en corto plazo.

Otros medios presentes en la publicidad turística se realizan a través de volantes y revistas, los cuales tienen la probabilidad de alcanzar el objetivo deseado por su cubrimiento geográfico específico.

A nivel regional los anuncios por radio son apetecidos, pues son poco costosos y fáciles de realizar. Además facilita llegar a la audiencia que se requiere, gracias a la cobertura en una amplia zona geográfica.

Otro medio importante es la publicidad al aire libre, el cual es un medio flexible y de bajo costo, llegando a un mercado amplio y diversificado. El uso de carteleras, pancartas y vallas son medios visuales de gran impacto para el sector turístico.

**2.8.5 Selección de medios.** Uno de los medios a utilizar será el Internet a través de la creación de una página web, con el fin de promocionar los servicios principales y complementarios ofrecidos por ECOTURISMO POR SANTANDER, conllevando a tener una audiencia nacional e internacional. Esta página está compuesta por diferentes módulos como es la información organizacional, catálogo de servicios, información turística, mapa de navegación, formato de reservaciones y contactos.

Desde cualquier parte del mundo el turista podrá acceder durante las 24 horas del día durante los 365 días del año al sitio web desarrollado, a través de la página de ECOTURISMO POR SANTANDER, así como a través del buscador simple y versátil como google.com. Ofreciéndole facilidad al visitante virtual para encontrar la manera rápida y precisa la empresa ecoturística.

Igualmente mediante la suscripción a las páginas verdes y blancas de los directorios telefónicos, teniendo en cuenta la certeza sobre el cubrimiento de un público objetivo, ya que es un medio consultado en el diario vivir de la comunidad.

De igual manera será importante la utilización de los plegables donde se puede encontrar todo lo relacionado con los servicios ofrecidos por ECOTURISMO POR SANTANDER, fotos, nombres y ubicación de los sitios turísticos, con el fin de suminístrale la información necesaria al turista proveniente de otras zonas del país.

**2.8.6 Estrategias Publicitarias.** Teniendo en cuenta los canales de distribución y la selección de los medios escogidos para promocionar los servicios de ECOTURISMO POR SANTANDER, se determinan ciertas estrategias publicitarias.

En la etapa de introducción del servicio se necesita que este incursione al mercado con todas las garantías, generando un conocimiento de la agencia, como una empresa que ofrece un servicio con calidad y cumplimiento.

Para darle cumplimiento a esto se diseñaran las siguientes estrategias:

En el campo de la publicidad, el proyecto dispone de una primer ventaja, haciendo que el mismo autobús que se utilice en el transporte, sirva como soporte publicitario, al estar circulando por diferentes puntos de la ciudad, con publicidad visual alusiva al ecoturismo, dando la oportunidad al mercado potencial de conocer el servicio y generar expectativas respecto al turismo no tradicional.

Con la intención de crear curiosidad en el producto o servicio, se trabajará con un pasacalle, seis cuñas radiales diarias de lunes a sábado, en programación de 08:00 am a 06:00 pm, en la emisora Yariguies estéreo, y diez mil volantes donde se presentaran los anuncios que generen expectativa en el cliente, inicialmente se invertirá en publicidad por el lapso de un mes.

Se elaborarán tres mil plegables donde se promocionan los diferentes destinos ecoturísticos.

Después se hará el lanzamiento oficial del servicio al público, con una caminata ecológica regional para motivar a las personas hacia el servicio que se ofrecerá.

Además se oficializará la página web de la empresa, con la promoción de todos sus servicios, programación y rutas ecoturísticas.

## **2.8.7 Presupuesto de Publicidad y Promoción**

**2.8.7.1 De Lanzamiento.** Teniendo en cuenta los medios seleccionados para la promoción de los servicios de la empresa, se realizará el presupuesto de lanzamiento de la siguiente forma:

**Cuadro 15.** Presupuesto de lanzamiento y publicidad “ECOTURISMO por Santander”

<b>Descripción Rubro Presupuestal</b>	<b>Valor Presupuestado</b>
Creación de Página Web (Desarrollo del Wedside y Hosting con dominio)	1.500.000
Inscripción en las páginas verdes de los directorios telefónicos de Santander	1.500.000
Plegables	350.000
Volantes	250.000
Organización caminata ecológica	800.000
<b>Total Presupuesto de Lanzamiento</b>	<b>4.400.000</b>

**2.8.7.2. De Operación.** Teniendo en cuenta los servicios o material a utilizar en el lanzamiento de la promoción y publicidad de “ECOTURISMO por Santander”, se debe incorporar al presupuesto los gastos concernientes a la operación del mismo y su duración en el mercado.

**Cuadro 16.** Presupuesto de operación publicidad y promoción de ECOTURISMO por Santander.

<b>Descripción Rubro Presupuestal</b>	<b>Valor Presupuestado</b>
Renovacion anual Hosting y dominio página web	600.000
Renovación anual páginas verdes de los directorios telefónicos de Santander	500.000
Publicación mensual plegables de las agencias de viajes y oficinas de promoción de destinos turísticos	1.000.000
<b>Total Presupuesto de Lanzamiento</b>	<b>2.100.000</b>

## **2.9 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO**

A través del estudio de mercado se considera que el proyecto es viable porque actualmente no se está vendiendo esta modalidad de turismo en Barrancabermeja, además un alto porcentaje de la población del área de influencia deja ver su interés en tener una experiencia de este tipo.

Sus características naturales, arriesgadas y aventureras hacen que las personas se sientan atraídas por el servicio que se ofrece teniendo un

agregado importante y es el hecho de que las personas se sientan comprometidas con la preservación del medio ambiente y el contacto con la naturaleza.

La competencia principal son las diferentes empresas de turismo que actualmente existen en Barrancabermeja, que pese a no vender paquetes con destinos ecoturísticos, si ofrecen a través del turismo tradicional, destinos que suelen ser atractivos para el usuario.

El 90% de la población mostró una actitud respectiva hacia el ofrecimiento de turismo no tradicional, respaldando la creación de la empresa, logrando llamar su atención sobre temas de preservación de medio ambiente y contacto con la naturaleza.

Se puede concluir que la apertura de ECOTURISMO por Santander brinda nuevas opciones al turista, de tal manera que se interese por conocer el país y adentrarse en su cultura nativa y costumbres de sus pobladores.

También se convierte en fuente inspiradora de nuevos proyectos que incursionen en el desarrollo económico y social de la región promocionando ampliamente el ecoturismo en el departamento de Santander.

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto es necesario conocer los diferentes factores que lo componen, es decir, se debe analizar la dimensión del mercado, la capacidad financiera que se posee, el transporte, la capacidad administrativa; una vez teniendo en claro estos factores se puede determinar con claridad el verdadero tamaño del proyecto.

Como objetivo principal se tiene el determinar la viabilidad del proyecto en cuanto a variables técnicas a tener en cuenta como son: ubicación. Tamaño, tecnología, características instalaciones, propuesta y procesos para la puesta en marcha del proyecto.

**3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.** ECOTURISMO por Santander, ofrecerá destinos turísticos que incluyen Hospedaje rural, visitas ecológicas, expediciones espeleológicas, caminatas ecológicas, canotaje, escalado en cascadas y escalado sobre terreno seco, siendo necesario para estas operaciones la realización de alianzas con hoteles, fondas y hospedajes en las diversas regiones a las que se pretende llevar al usuario.

De la misma manera, se requiere de unidades de transporte que fácilmente desplace a los clientes y los equipos necesarios para el desarrollo de las visitas ecoturísticas programadas.

La descripción del tamaño del proyecto hacer referencia a la cantidad de servicios turísticos a comercializar y su proyección de crecimiento durante los próximos cinco años, teniendo en cuenta los recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos disponibles. La capacidad del proyecto para la atención al público de la empresa será el siguiente: Lunes a Viernes en el horario de 8:00 am a 12:00 pm y de 2:00 pm a 6:00 pm, el día sábado se trabajará de 9:00 am a 5:00 pm.

**3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto.** A continuación se presenta el resultado del análisis de los factores que determinan el tamaño del proyecto como: tamaño del mercado, factor económico o capacidad financiera, disponibilidad del producto y disponibilidad el proveedor.

- Tamaño del mercado. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos del estudio de mercados, se determina que este factor no es una limitante para el desarrollo del proyecto, ya que cuenta con una aceptación de más del 90% de la población objetiva.

- Factor económico o capacidad financiera: económicamente se cuenta con recursos propios para el montaje y puesta en marcha de la nueva empresa.
- Disponibilidad del producto: Para la prestación del servicio en los destinos turísticos solicitados, se tendrá en cuenta el número de solicitudes hacia el mismo destino y las temporadas climáticas, de tal manera que sea posible el desplazamiento de grupos familiares o empresariales.
- Disponibilidad del proveedor: Los servicios utilizados en los desplazamientos turísticos, serán prestados por hostales y hospedajes rurales, que deberán ser reservados con anticipación a la visita y cancelados de contado ante la prestación del servicio y se contará con proveedores de servicios encada región que se pretenda visitar.

**3.1.3 Capacidad del proyecto.** La capacidad del proyecto se define en términos sobre la cantidad de servicios que en condiciones normales estaría dispuesto a prestar en un tiempo disponible, calculando la capacidad diseñada, instalada y utilizada.

**3.1.3.1 Capacidad total diseñada.** Se pretende manejar la cifra de 12 personas máximo por viaje en cada vehículo, haciéndose la empresa responsable en cada destino máximo de un grupo de 24 personas, las cuales contarán con alojamiento comida y todas las garantías a la hora de explorar los paisajes que se tendrán planificados dentro del tour.

**3.1.3.2. Capacidad instalada.** Para ofrecer un servicio al cliente dentro de las instalaciones de la empresa se contará con el personal idóneo, entre los cuales se encuentran: un administrador de la agencia ecoturística, una recepcionista-auxiliar contable, un auxiliar de servicios generales. Para las actividades de exploración ecoturística o visitas a destinos programados, se contará con un conductor, un guía especializado y un auxiliar de primeros auxilios. En cuanto a la mano de obra indirecta se encuentra el contador, quien se encargará de llevar la contabilidad y entregar los informes respectivos a la administración.

**3.1.3.3. Capacidad utilizada y proyectada.** La capacidad está determinada por el tipo de servicio que en este caso es el de visitas a destinos ecoturísticos. Es por esto que se tomará como base el flujo de turistas durante los fines de semana como son los sábados, domingos y los festivos en ciertas épocas del año. Una vez revisado el calendario se cuentan 360 días dividido entre 7 días por semana que corresponde a 51 semanas aproximadamente.

Se descarta la semana santa y la semana de navidad y fin de año, quedando aproximadamente 48 semanas hábiles para utilizarlas con destinos turísticos. La empresa en su capacidad proyecta dos transportes para 12 personas que corresponderían a 24 personas por semana que equivalen a 1.152 servicios anuales.

## 3.2 LOCALIZACIÓN

**3.2.1 Macro localización.** La empresa Ecoturismo por Santander la cual está realizando el estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios ecoturísticos en la ciudad de Barrancabermeja y su zona de influencia, está ubicada en Colombia, en el departamento de Santander del sur, en la ciudad de Barrancabermeja.

Figura 4. Mapa de Santander



Fuente. [http://maps, ghoogle.com](http://maps.google.com)

**3.2.2 Microlocalización.** Se proponen cuatro lugares donde se seleccionará el sitio conveniente para el crecimiento de la empresa.

Se utiliza la técnica de método de puntos selección de ponderación de factores y grados. El proceso de la puntuación de los factores y de los grados se hace escogiendo un total de puntos a asignar, en este caso de 10.000 puntos que al multiplicarse por la ponderación de cada factor arrojan el puntaje máximo asignado para los factores escogidos.

$$S = \frac{\text{Puntaje máximo} - \text{Puntaje Mínimo}}{n - 1}$$

Donde n = Numero de datos o número de grados.

Seguidamente se analiza el proceso de la ponderación de los factores y puntuación de los grados de los factores:

1. Selección de las posibles opciones (Cuatro).

- Barrio Galán
- Barrio Palmira
- Barrio el Centro
- Barrio La Floresta

2. Selección de factores

- Mercado potencial
- Orden Público
- Inversión, terrenos, instalaciones.
- Vías de acceso

3. Dividir los factores en grados.

**Mercado potencial (3.500 puntos)**

Mercado potencial alto: 5000

Mercado medio: 3500 – 5000

Mercado medio bajo: 2000 – 3500

Mercado bajo: Por debajo de 2000

**Orden público: (3.000 puntos)**

Bueno

Regular

Malo

**Inversión en terrenos (1.500 puntos)**

Costoso: Mayor a \$ 15.000.000

Medio Alto: Entre \$ 10.000.000 a \$ 15.000.000

Medio: Entre \$ 7.000.000 a \$ 10.000.000

Medio Bajo: Entre \$ 4.000.000 a \$ 7.000.000

Bajo: entre \$ 0 a \$ 4.000.000

**Vías de acceso (2000 Puntos)**

Buenas (pavimentadas)

Media.

Bajo (Trocha)

4. Puntuación del estudio.

**Cuadro 17. Puntuación del estudio: 10.000 puntos.**

<b>Peso a cada factor</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Puntos</b>
Mercado potencial	35%	3.500
Orden publico	30%	3.000
Vías de acceso	20%	2.000
Inversión, terrenos	15%	1.500
<b>TOTALES</b>	<b>100%</b>	<b>10.000</b>

5. Asignar puntos a cada grado

En la serie aritmética es buscar un sumando.

0 3 6 9 12

**Mercado Potencial: 3500 puntos.**

Alto: 3500

Medio: 2334

Medio Bajo: 1167

Bajo: 0

$$S = \frac{3500 - 0}{4 - 1} = \frac{3500}{3} = 1167$$

**Orden Público**

Bueno: 3000

Regular: 1550

Malo: 100

$$S = \frac{3000 - 100}{3 - 1} = \frac{2900}{2} = 1450 + 100 = 1550$$

**Inversión en Terrenos**

Costoso: 0

Medio Alto: 375

Medio: 750

Medio Bajo: 1125

Bajo: 1500

$$S = \frac{1500 - 0}{5 - 1} = \frac{1500}{4} = 375$$

### Vías de Acceso

Bueno: 2000

Medio: 1075

Bajo: 150

$$S = \frac{2000 - 150}{3 - 1} = \frac{1850}{2} = 925 + 150 = 1075$$

### Cuadro 18. Determinación de la ubicación de la empresa

BARRIO	MERCADO POTENCIAL		ORDEN PÚBLICO		INVERSIÓN TERRENO		VÍAS ACCESO		TOTAL
	Grados	Puntos	Grados	Puntos	Grados	Puntos	Grados	Puntos	
BARRIO PALMIRA	Alto	3.500	Buena	3.000	Costoso	0	Buena	2.000	<b>8.500</b>
BARRIO GALAN	Medio	2.334	Regular	1550	Medio alto	375	mediano	1075	<b>5.334</b>
BARRIO EL CENTRO	Medio bajo	1.167	Regular	1550	Medio bajo	1125	Media	1075	<b>4.917</b>
BARRIO LA FLORESTA	Bajo	0	Medio	100	Bajo	1500	Buena	150	<b>1.750</b>

La Microlocalización de la empresa será en EL Barrio Palmira dado el puntaje que recibió, y estará ubicada en carrera 28 N- 15-24.

### 3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El objetivo principal de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la nueva forma de turismo en Barrancabermeja, Ecoturismo, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y maquinaria se determinara la distribución óptima de la planta.


**3.3.1 Ficha técnica del producto – por línea de producto o servicio.** El límite del cupo para cada viaje será de 12 personas, los cuales estará guiados por 1 guía y acompañados por un auxiliar de primeros auxilios, cada equipo se encargará de un grupo de doce personas para garantizar la satisfacción plena de los viajeros. En la parte administrativa se ofrecerán y se empelaran los diferentes medios de publicidad como lo son radio, televisión, pendones y

volantes para ofrecer nuestros servicios y así atraer a los clientes. Una vez lleguen los clientes a las instalaciones de la empresa se pondrá en marcha un plan estratégico de servicio al cliente donde se atenderá de manera muy cordial al cliente con el fin de que se sienta bien con el servicio.

Cuando el cliente acceda a utilizar los servicios se pactarán las condiciones y procedimientos que se realizarán durante y después del viaje. Los planes se cancelaran de forma anticipada (8 días) y el precio varía de acuerdo al tour que se proyecte.

Una vez concretado el destino turístico, se identifica el personal que viajará a atender el grupo y se procederá a fijar el itinerario. Antes de iniciar el viaje, se dictara a los turistas una charla de conservación y cuidado con el medio ambiente para garantizar que no se le hará daño a ninguna especie que habite los paisajes que se visitaran, el bus que los llevara hará un recorrido por las diferentes residencias de los viajeros y los recogerá en la puerta de la casa de igual manera al regreso. Durante el viaje siempre estará un guía informando a las personal en donde va y se le irá haciendo una breve reseña histórica de cada pueblo que se tenga que atravesar para llegar al destino. Una vez se llegue al destino se procederá a cumplir con lo pronosticado dentro del tour, es decir se realizarán las diferentes visitas y actividades programadas, todo con el fin de cumplir con el compromiso y satisfacer al cliente de manera puntual y segura.

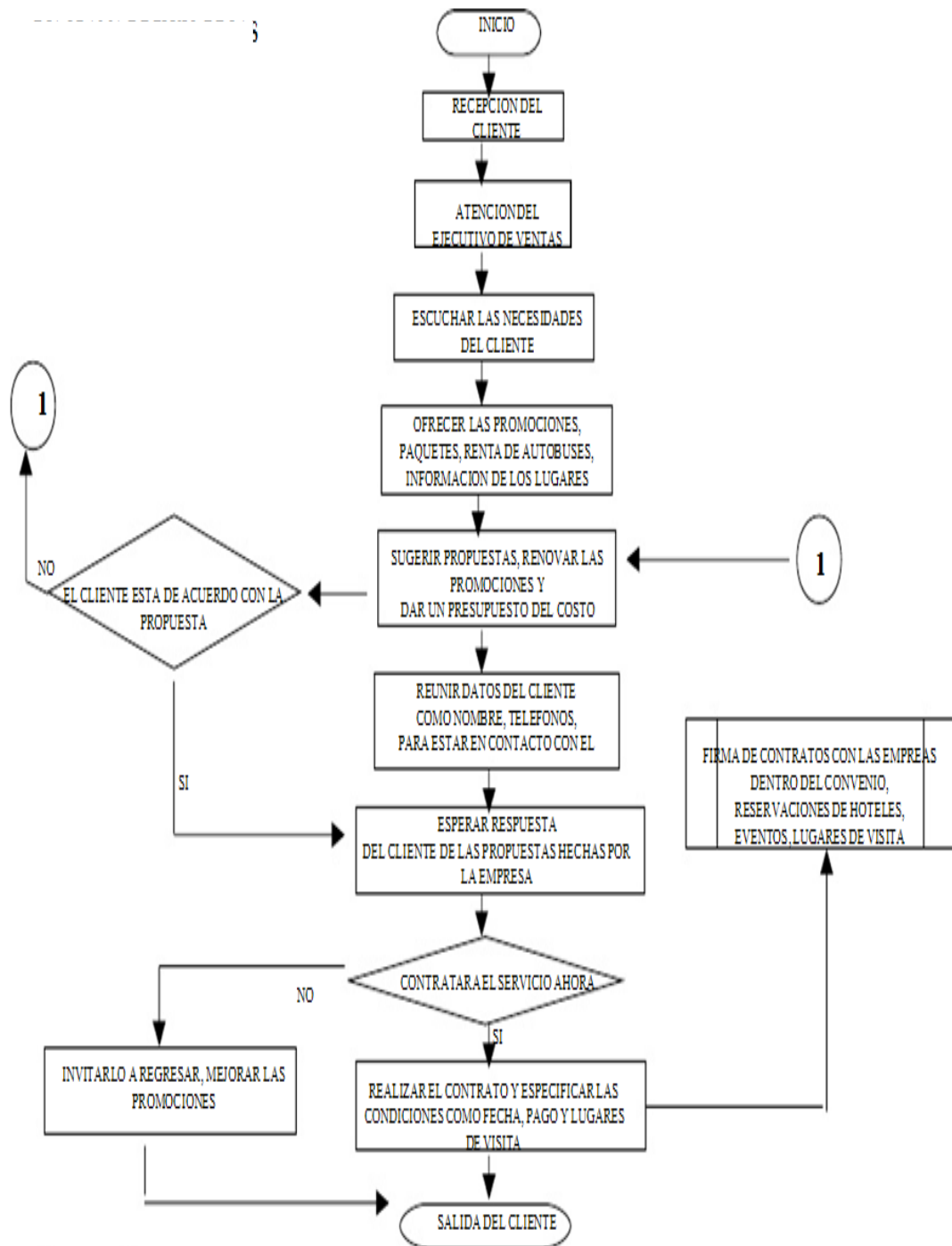
**Cuadro 19. Ficha Técnica del servicio.**

Producto principal	Tour ecoturístico
Diseño (fotos, dibujo, imagen)	
Especificaciones técnicas	Acompañamiento de Guía turístico y auxiliar de primeros auxilios
Regiones a visitar	Sitios elegidos por el cliente en Santander

**Fuente.** Autor del proyecto

### 3.3.2 Diagrama de procedimientos.

Figura 5. Flujograma de operaciones



Fuente. Autor del proyecto

**3.3.3 Control de Calidad.** Desde el momento en que el cliente adquiere o compra un paquete turístico en Ecoturismo por Santander se llevará a cabo el control de calidad, de este proceso se encargará el funcionario de servicio al cliente, en la oficina y en el campo o lugares a visitar los encargados serán los guías.

El control se realizara contantemente por parte de la gerencia, se efectuarán constantes auditorías a los elementos que se utilizan, igualmente se realizaran diferentes charlas de servicio al cliente porque los trabajadores alimenten el sentido de pertenecía para con la empresa y se sientan comprometidos con ella y así ofrezcan un buen servicio junto al toque innovador que constituyen la base para que la empresa sea exitosa.

Una vez terminado el tour se efectuará una encuesta de satisfacción para determinar si el cliente quedo satisfecho con el servicio o si por el contrario no obtuvo lo que esperaba. Además dentro de la oficina se situará un buzón donde el cliente podrá depositar sus sugerencias sobre la realización de los viajes y las actividades que desean que se realicen. De igual forma también se podrá depositar las diferentes quejas que tengan con respecto al servicio, todo esto con el fin de garantizar los procesos de calidad en el servicio que se ofrece.

### **3.3.4 Recursos**

**3.3.4.1 Recurso humano.** Para el funcionamiento de la empresa, en la parte de dirección, administración y operación se necesita la siguiente planta de personal:

Mano de obra directa: Son las personas que participan de manera directa en la prestación del servicio.

**Cuadro 20. Recurso Humano. Mano de obra directa de Ecoturismo por Santander.**

<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	<b>NÚMERO DE EMPLEADOS</b>
Guía turístico	2
Auxiliar de primeros Auxilios	2

Para las temporadas de semana santa, mitad de año y fin de año, se contratará una persona adicional por cada gargo, con el fin de cubrir a cabalidad las expectativas al cliente.

Mano de Obra Indirecta: es el personal del área administrativa que está involucrado en la prestación del servicio:

**Cuadro 21. Recurso Humano. Mano de obra indirecta de Ecoturismo por Santander.**

<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	<b>NÚMERO DE EMPLEADOS</b>
Gerente	1
Auxiliar contable	1
Auxiliar oficios varios	1
Contador	1

**3.3.4.2 Recurso físico.** Se requieren los siguientes recursos físicos para la prestación óptima del servicio:

**Cuadro 22. Requerimientos de Muebles y Equipos**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
3	Escritorio
2	Sillas
6	Sillas auxiliares
1	Archivador
1	Centro modular de Computo
3	Papeleras

**Cuadro 23. Requerimientos de equipos de oficina**

<b>CANTIDAD</b>	<b>EQUIPO DE OFICINA</b>
2	Equipo de Computo
2	Impresora
1	Telefax

**Cuadro 24. Requerimientos de equipamiento**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
2	Balsas para canotaje - 16 personas
32	chalecos salvavidas
4	fogones ecologicos
32	hamacas
32	equipos de alpinismo básico
32	chalecos reflectivos
4	carpas para 8 personas
1	Camioneta vans 14 pasajeros

**3.3.4.3 Recurso de insumos.** En cuanto a los insumos o materias primas indispensables en los diferentes procesos de Ecoturismo por Santander, se tienen aquellos utilizados por los usuarios en las jornadas programadas en cada jornada de la expedición ecoturística.

De igual manera es indispensable la compra de papelería, útiles de aseo y otros insumos destinados al funcionamiento de la sede u oficina de Ecoturismo por Santander.

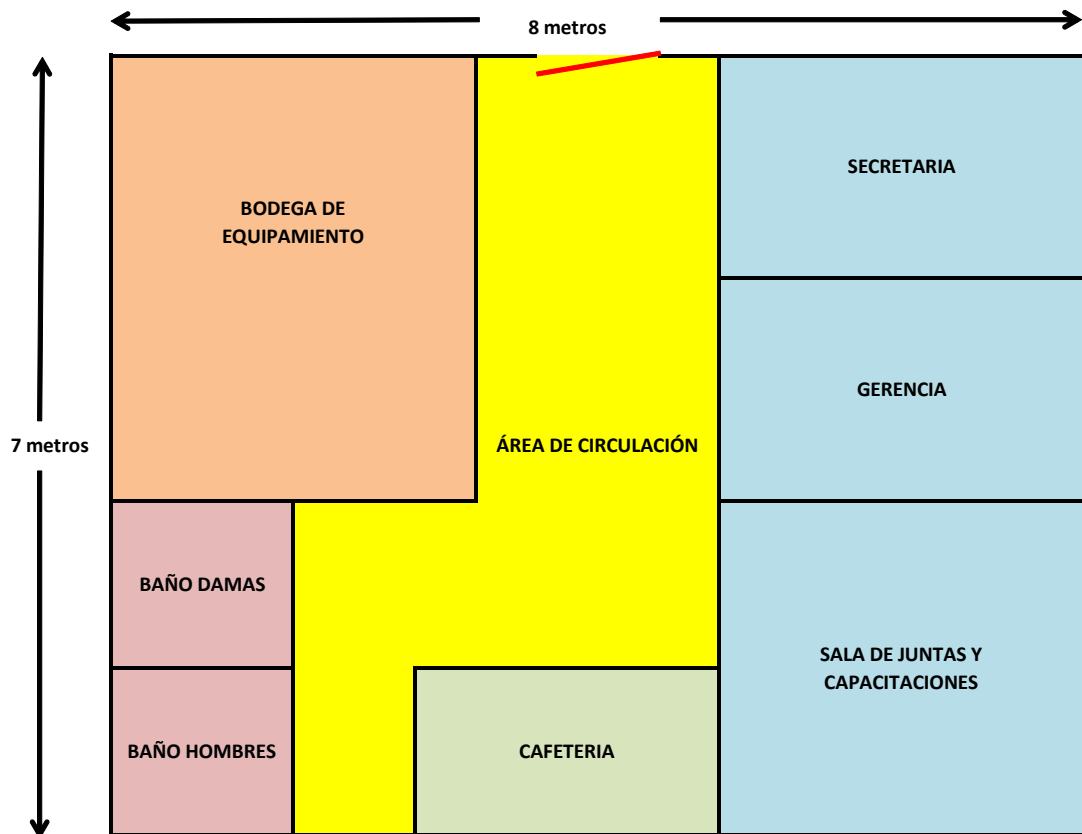
**3.3.6 Análisis de Proveedores.** Para realizar la compra de los equipos, muebles, enseres e insumos necesarios para el desarrollo misional de Ecoturismo por Santander, se solicitaron cotizaciones en Bucaramanga, considerando precios de distribuidor, que no ofrecen los proveedores de Barrancabermeja.

#### **Proveedores de equipos, muebles de oficina y equipamiento**

- Sistemas y computadores  
Calle 45 N° 29 - 68  
Bucaramanga
- La casa del multimueble  
Carrera 9 N° 35 - 50  
Bucaramanga
- Deporte Extremo SAS  
Centro Comercial La Isla – Local 316 Pasillo 7  
Bucaramanga
- Papelería Colombia  
Calle 35 N° 14 – 67  
Bucaramanga

### 3.3.7 Distribución de planta.

Figura 6. Distribución de planta



Fuente. Autor del proyecto

### 3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

El desarrollo de las operaciones ecoturísticas de la empresa Ecoturismo por Santander es técnicamente viable. Al contar con los recursos necesarios para la prestación de los servicios, se iniciará con un proceso correspondiente al 50% de la proyección indicada en la capacidad proyectada (1152 servicios anuales) que equivalen a 576 servicios anuales que corresponde a 12 personas semanales.

La nueva empresa crecerá proporcionalmente año a año en un 10%, donde se espera que a partir del segundo año sea el 60%, para el tercer año 70%, para el cuarto año 80% y para el quinto año 90% de la capacidad instalada.

Los recursos que se utilizarán están disponibles en las ciudades de

Bucaramanga con empresas proveedoras que se destacan por su respaldo y calidad de los equipos.

Por lo anterior se concluye, que el proyecto es viable desde el punto vista técnico al contar con disponibilidad de recursos físicos, humanos requeridos, para su futura puesta en marcha.

## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

**4.1.1 Constitución Legal.** Ecoturismo por Santander, debe poseer una organización formal bajo una estructura bien definida, constituyéndose una empresa unipersonal E.U., cuyo propietario responde hasta por el valor de sus aportes y cuyo capital estará dividido en cuotas o partes de igual valor. Este capital debe ser pagado en su totalidad al momento de constituir la empresa.

Como primera medida se debe tramitar la carta de estudio de nombre comercial a nivel nacional e internacional a la Cámara de Comercio, donde seguidamente:

- a. La empresa se constituye por documento privado.
- b. En caso de reformas al objeto social, se adiciona el perfeccionamiento del documento privado y se protocoliza en la cámara de comercio.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, el documento privado debe contener por lo menos los siguientes datos:

- Nombre y domicilio y documento de identificación del propietario.
  - Clase o tipo de empresa (unipersonal y el nombre de la misma.
  - Domicilio de la empresa.
  - Objeto social (descripción de las actividades principales que se pretendan desarrollar.
  - Capital Social
  - Forma de hacer liquidación y causales de la misma.
  - Nombre, domicilio, y facultades del representante de la empresa.
- c. Para el registro de la empresa en la cámara de comercio, el representante legal debe presentar los siguientes documentos:
    - Carta de estudio del nombre comercial.
    - Documento privado de constitución de la empresa.
    - Formularios de matrícula mercantil de la empresa
    - Carta de apertura del establecimiento de comercio firmada por el representante legal.
    - Una vez haya obtenido su inscripción puede solicitar: certificado de existencia y representación legal.
    - Registro de libros mercantiles (actas, registro de socios, caja diario, mayor y balance de inventarios).

- d. Para la obtención del NIT, se realizara por intermedio de la cámara de comercio, revisando la actividad económica seleccionada para la expedición del RUT.

## **4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

**4.2.1 Visión.** Ecoturismo por Santander será reconocido para el año 2015 como una empresa líder en turismo por las diversas alternativas de turismo rural que ofrecemos, comprometidos con un alto nivel de seguridad, calidad en la prestación de nuestros servicios y con la contribución al reconocimiento y conservación de los recursos naturales y culturales de nuestro Departamento, aportando progreso al desarrollo económico de las comunidades rurales.

**4.2.2 Misión.** Somos una empresa desarrolladora del espíritu ecoturístico, aprovechando la diversidad ecológica y cultural de Santander, poniendo a disposición del mercado local una oferta competitiva en servicios de turismo rural, en los que priman el compromiso de vincular las comunidades rurales, y la conservación de los recursos naturales y culturales de los destinos involucrados.

### **4.2.3 Objetivos.**

**4.2.3.1 Objetivo general.** Prestar servicios de expediciones ecoturísticas a los usuarios del municipio de Barrancabermeja a sitios del Departamento de Santander que se destaquen por sus paisajes e historia, utilizando para ello personal especializado en ecología, preservación del medio ambiente y guía turística y equipos especiales que garanticen la prestación del servicio.

#### **4.2.3.1 Objetivos específicos. Se plantean los siguientes objetivos:**

- Ser una de las empresas líderes en ventas de servicios turísticos en el mercado local y regional.
- Lograr una amplia participación en el mercado del turismo.
- Prestar el servicio de ecoturismo de manera eficiente y eficaz a los turistas de Barrancabermeja.
- Cumplir con los servicios complementarios ofrecidos dentro de la publicidad de Ecoturismo por Santander.
- Impulsar el desarrollo económico de las regiones visitadas
- Generar empleo en el municipio mediante la contratación directa del personal adecuado y capacitado.
- Contribuir a la reactivación del turismo mediante la promoción y publicidad de los sitios turísticos naturales.

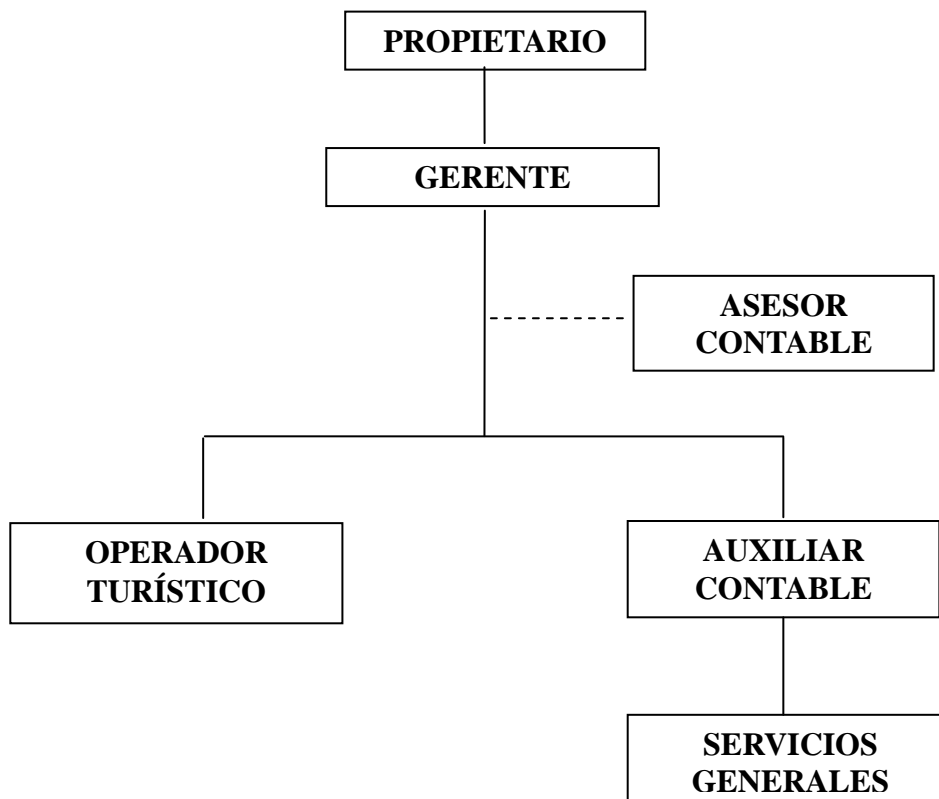
#### 4.2.4 Políticas

- ECOTURISMO por Santander no acepta intermediarios entre el usuario y la empresa, siendo responsable directo de las contrataciones efectuadas, por lo tanto se hacen directamente las reservaciones en transporte, hospedaje, alimentación y seguridad de sus usuarios.
- El usuario deberá expresamente acatar los reglamentos y condiciones establecidos para la prestación del servicio contratado, eximiendo a Ecoturismo por Santander de cualquier responsabilidad derivada de su incumplimiento.
- Cualquier servicio no utilizado voluntariamente no dará derecho a reclamación o reembolso alguno.
- Si por causas de fuerza mayor o casos fortuitos, los prestadores de servicios contratados no pudieran proporcionarlos parcial o totalmente, ecoturismo por Santander se hará cargo de dicha falencia y la solucionara.
- El hecho de que el cliente entregue un anticipo y/o el pago por el programa que haya elegido, implica su aceptación de las condiciones y responsabilidades contenida en esta publicación.
- Ecoturismo por Santander tendrá el derecho para cancelar cualquier salida si así lo cree conveniente por causas ajenas a la agencia ( orden público – condiciones climáticas), y se compromete a rembolsar los anticipos o el pago total.
- Los precios publicados son en Pesos colombianos pagaderos en Moneda Nacional.
- Los precios publicados en los volantes y plegables están sujetos a cambio sin previo aviso.
- Las reservaciones deberán ser acompañadas por el pago de un depósito del 50% del importe del viaje, liquidándose el saldo como mínimo 7 días antes de la fecha de salida.
- Las inscripciones serán válidas sólo cuando sean confirmadas en firme y haya sido liquidado el importe total del viaje. La inscripción en cualquiera de los viajes incluidos en esta publicación, implica la total conformidad a todas y cada una de las condiciones estipuladas.
- Cuando el pasajero desista voluntariamente del viaje contratado para una fecha específica, la cancelación estará libre de gastos si se efectúa antes de los 25 días de la iniciación del viaje. Entre 24 y 15 días se cobrarán gastos del 25%, Entre 15 y 10 días se cobrarán gastos del 50%, Entre 10 y 3 días se cobrarán gastos del 75%. Dentro de las 48 horas antes de la salida los gastos serán la totalidad del importe del viaje.
- Los paquetes son reembolsables siempre y cuando sean cancelados antes de 25 días de la fecha de salida.

### 4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 4.3.1. Organigrama

Figura 7. Organigrama Ecoturismo por Santander



Fuente. Autor del proyecto

El organigrama de la empresa, como se define administrativamente, no representa la cantidad de empleados o de cargos que mantiene una organización, pero sí su estructura y funcionalidad, por esta razón en el presente estudio se entiende en las funciones de operador turístico la guía turística y el auxiliar de primeros auxilios, quienes desarrollan el objeto misional de la empresa en cada servicio.

**4.3.2. Descripción y perfil de cargos.** A continuación se describe las funciones principales de cada cargo y los requisitos mínimos para desempeñarlos, lo cual permite medir el cargo de eficiencia y efectividad del empleado en el desarrollo y destreza de sus funciones. La conformación del perfil de los cargos garantiza el éxito de las actividades a desarrollar en la empresa, garantizando un ambiente adecuado para brindar un servicio con calidad.

Cuadro 25. Gerente

HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL	
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Gerente
	<b>DEPARTAMENTO:</b> Gerencia
	<b>LABORES PRINCIPALES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación, organización y compromiso para alcanzar las metas propuestas de la empresa.</li> <li>• Coordinación y supervisión de los objetivos diarios con el personal.</li> <li>• Mantener buenas relaciones públicas.</li> </ul>
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE CONOCIMIENTO</b>
	<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN</b> Profesional en Gestión Empresarial
	<b>EXPERIENCIA</b> 1 años en actividades de dirección o gerencia
	<b>DE HABILIDAD</b>
	<b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toma decisiones importantes en cuanto al manejo total de la empresa.</li> <li>• Supervisar las funciones del personal.</li> </ul>
	<b>HABILIDAD MANUAL</b> Realiza movimientos normales propios del cargo.
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE RESPONSABILIDAD</b>
	<b>RESPONSABILIDAD POR CONTACTOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A diario mantiene contacto con personas externas, porque así lo requiere el cargo para recibir información y poder tomar decisiones.</li> <li>• Maneja asuntos confidenciales, ej. Información interna, clientes y estados financieros.</li> </ul>
	<b>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La responsabilidad de manejo de documentos y dinero de la empresa.</li> </ul>
<b>PEÑOSIDAD DEL CARGO</b>	<b>CONDICIONES AMBIENTALES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debido a la comodidad de oficina abierta hay interferencia de ruidos como: Voces, teléfono, ruidos de vehículos, etc.</li> </ul>
	<b>RIESGOS DEL CARGO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Como sus labores ameritan trasladarse continuamente por la ciudad corre el riesgo de sufrir accidentes.</li> </ul>

Cuadro 26. Secretaria

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Secretaria – Auxiliar contable	
	<b>DEPARTAMENTO:</b> Administrativo	
	<b>JEFE INMEDIATO:</b> Gerente	
	<b>LABORES PRINCIPALES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable del recepcionar, registrar y distribuir la correspondencia de gerencia, Atención diaria de las agendas de la Gerencia</li> <li>• Mantenimiento de archivos de contratos suscritos por la empresa con terceros, cumplir y hacer cumplir las políticas, Normas y procedimientos de la empresa.</li> <li>• Mantener actualizados archivos físicos y en base de datos, sobre las facturas generadas y facturas anuladas, clasificándolas ordenadamente por tipo de transacción y número correlativo.</li> </ul>	
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE CONOCIMIENTO</b>	<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN</b> Tecnóloga empresarial
		<b>EXPERIENCIA</b> 1 años de experiencia
	<b>DE HABILIDAD</b>	<b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene todos los documentos que la gerencia necesita ordenados para cuando sean solicitados no haya demora.</li> <li>• Posee gran capacidad de persuasión y soluciona inconvenientes cuando el gerente no este.</li> </ul>
		<b>HABILIDAD MANUAL</b> Realiza movimientos normales propios del cargo.
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE RESPONSABILIDAD</b>	<b>RESPONSABILIDAD POR CONTACTOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A diario mantiene contacto con personas externas, porque así lo requiere el cargo para recibir información y transmitirla a gerencia.</li> <li>• Maneja asuntos confidenciales, ej. Información interna, clientes y estados financieros.</li> </ul>
		<b>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La responsabilidad de manejo de documentos y dinero de la empresa.</li> </ul>
<b>PENOSIDAD DEL CARGO</b>	<b>CONDICIONES AMBIENTALES</b> - Debido a la ubicación de la oficina tiene interferencia de ruidos de vehículos, transeúntes.	
	<b>RIESGOS DEL CARGO</b> - Presenta riesgos mínimos d accidente ya que su ubicación está en la oficina.	

**Cuadro 27. Auxiliar de servicios generales**

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Auxiliar de servicios generales	
	<b>DEPARTAMENTO:</b> Administrativo	
	<b>JEFE INMEDIATO:</b> Secretaria	
	<b>LABORES PRINCIPALES:</b> Mensajería, Aseo y colaborar con otros asuntos cotidianos de la empresa.	
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE CONOCIMIENTO</b>	<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN</b> Bachiller
		<b>EXPERIENCIA</b> No requerida
	<b>DE HABILIDAD</b>	<b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toma pequeñas decisiones, en cuanto a labores de mensajería.</li> <li>• Planea las visitas de reparto en caso de que sea necesario.</li> </ul>
		<b>HABILIDAD MANUAL</b> Realiza movimientos normales propios del cargo.
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE RESPONSABILIDAD</b>	<b>RESPONSABILIDAD POR CONTACTOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A diario mantiene contacto con personas externas, porque así lo requiere el cargo para entregar y traer correspondencia.</li> <li>• Maneja asuntos confidenciales, ej. Información interna.</li> </ul>
		<b>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La responsabilidad de manejo de documentos que tienen que ver con la correspondencia enviada y recibida.</li> </ul>
<b>PENOSIDAD DEL CARGO</b>		<b>CONDICIONES AMBIENTALES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Debido a la comodidad de oficina abierta hay interferencia de ruidos como: Voces, teléfono, ruidos de vehículos, etc.</li> </ul>
		<b>RIESGOS DEL CARGO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Como sus labores ameritan trasladarse continuamente por la ciudad corre el riesgo de sufrir accidentes.</li> </ul>

**Cuadro 28. Auxiliar de primeros auxilios**

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Auxiliar en enfermería	
	<b>DEPARTAMENTO:</b> Operación	
	<b>JEFE INMEDIATO:</b> Guía turístico	
	<b>LABORES PRINCIPALES:</b> Ordenar el botiquín y elementos de primeros auxilios requeridos para el desarrollo de una expedición ecoturística.	
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE CONOCIMIENTO</b>	<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN</b> Técnico auxiliar de enfermera
		<b>EXPERIENCIA</b> 1 año de experiencia
	<b>DE HABILIDAD</b>	<b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toma decisiones, en cuanto a los diferentes situaciones calamitosas que se puedan presentar en una expedición ecoturística.</li> <li>• Medir y prevenir el riesgo de las diferentes actividades que se realizarán.</li> </ul>
		<b>HABILIDAD MANUAL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realiza movimientos normales propios del cargo.</li> </ul>
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE RESPONSABILIDAD</b>	<b>RESPONSABILIDAD POR CONTACTOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En expediciones ecoturísticas con los turistas y el guía del grupo, porque así lo requiere el cargo para recibir información y poder tomar decisiones.</li> <li>• Maneja asuntos confidenciales, ej. Información de salud de usuarios.</li> </ul>
		<b>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La responsabilidad de manejo de documentos que tienen que ver con la logística del viaje.</li> </ul>
<b>PENOSIDAD DEL CARGO</b>	<b>CONDICIONES AMBIENTALES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Debido a la comodidad de oficina abierta hay interferencia de ruidos como: Voces, teléfono, ruidos de vehículos, etc.</li> </ul>	
	<b>RIESGOS DEL CARGO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Como sus labores ameritan trasladarse a los lugares de las expediciones ecoturísticas, corre el riesgo de sufrir accidentes.</li> </ul>	

**Cuadro 29.** Guía turístico

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Guía turístico	
	<b>DEPARTAMENTO:</b> Operación	
	<b>JEFE INMEDIATO:</b> Gerente	
	<b>LABORES PRINCIPALES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigir a los viajeros, informarlos sobre los sitios que visita en todo lo que tiene que ver con cultura, costumbres, y demás.</li> <li>• Cumplir a cabalidad con las disposiciones del supervisor sobre cambios o actividades que se realicen.</li> </ul>	
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE CONOCIMIENTO</b>	<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN</b> Tecnólogo en Hotelería y turismo
		<b>EXPERIENCIA</b> Un año en guianza turística
	<b>DE HABILIDAD</b>	<b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toma decisiones, aporta ideas al gerente sobre las posibles actividades que se pueden desarrollar.</li> <li>• Se cerciora de que las diferentes actividades programadas se realicen.</li> </ul>
		<b>HABILIDAD MANUAL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realiza movimientos normales propios del cargo.</li> </ul>
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE RESPONSABILIDAD</b>	<b>RESPONSABILIDAD POR CONTACTOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A diario mantiene contacto con personas externas, porque así lo requiere el cargo para recibir información y poder tomar decisiones.</li> </ul>
		<b>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La responsabilidad de manejo de documentos que tienen que ver con el cumplimiento de lo programado por el área de logística del viaje y dineros necesarios para el desarrollo del tour</li> </ul>
<b>PENOSIDAD DEL CARGO</b>		<b>CONDICIONES AMBIENTALES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estará en contacto con la naturaleza ya que tendrá que viajar con los turistas a los sitios de destino.</li> </ul>
		<b>RIESGOS DEL CARGO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Como sus labores ameritan trasladarse continuamente por el departamento de Santander corre el riesgo de sufrir accidentes.</li> </ul>

### 4.3.3 Asignación salarial.

**Cuadro 30. Asignación salarial mensual para el cargo**

<b>CARGO</b>	<b>NÚMERO DE PERSONAS</b>	<b>SALARIO MENSUAL</b>	<b>SUBSIDIO DE TRANSPORTE</b>
Gerente	1	1.500.000	0
Secretaria auxiliar contable	1	750.000	70.500
Auxiliar servicios generales	1	600.000	70.500
Guía turístico	1	1.000.000	70.500
Auxiliar primeros auxilios	1	900.000	70500

El asesor contable, tendrá un pago mensual por concepto de prestación de servicios profesionales por \$400.000. De la misma manera al conductor de la camioneta, se le cancelará jornal de \$40.000 diarios en cada viaje y se le cancelarán los gastos de habitación y alimentación.

Todas las personas tendrán cubierto su derecho a las prestaciones de ley, a dotación, pago de seguridad social (salud, pensión, riesgos profesionales, etc.).

**Cuadro 31. Porcentaje para el cálculo de prestaciones sociales**

<b>Prestaciones Sociales</b>	<b>Porcentaje %</b>
Cesantías	8.33%
Interés sobre las cesantías	1%
Vacaciones	4.17%
Primas	8.33%
<b>Total Prestaciones</b>	<b>21.83%</b>

**Fuente.** Ministerio de Protección Social

**Cuadro 32. Porcentaje para el cálculo de seguridad social**

<b>COMPONENTES</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
Salud	<b>TOTAL 12.5%</b> 8.5% asume el empleador 4% asume el trabajador
Pensión	<b>TOTAL 16%</b> 12% asume el empleador 4% asume el trabajador
Riesgos profesionales	Segun niveles de riesgo y los asume el empleador. 2.436% aprox.
<b>Total Empleador</b>	<b>22.94%</b>
<b>Total empleado</b>	<b>8%</b>

**Fuente.** Ministerio de Protección Social.

La afiliación al sistema de seguridad social, (salud y pensión), se realiza con la EPS que el trabajador desee o con la que actualmente esté vinculada, o con la que se encuentre afiliada su núcleo familiar y al fondo de pensiones y cesantías que el trabajador indique no se encuentre afiliado.

Para realizar la afiliación, el trabajador debe aportar los siguientes documentos:

- a) Formulario de salud.
- b) Formulario de riesgos profesionales.
- c) Formulario de pensión.
- d) Fotocopia de la cedula de ciudadanía.

Los riesgos profesionales se calculan de acuerdo al siguiente cuadro establecido por la ley, según el nivel de exposición y riesgo de la actividad de la empresa y el trabajador.

**Cuadro 33. Porcentaje de cotización según “Factor riesgo”**

<b>Clase Riesgo</b>	<b>Valor Mínimo</b>	<b>Valor Inicial</b>	<b>Valor Máximo</b>
I	0.348%	0.522%	0.696%
II	0.435%	1,044%	1,653%
III	0.783%	2,436%	4,089%
IV	1,740%	4,350%	6,960%
V	3,219%	6,960%	8,700%

**Fuente.** Ministerio de Protección Social.

Además para aquellos trabajadores que devenguen hasta dos salarios mínimos legales vigentes, se les cancelará el subsidio de transporte equivalente a \$70.500 y se considerará el 7% del salario como provisión de la dotación, que se entregará a los empleados trimestralmente, acorde a la ley.

**Cuadro 34. Aportes parafiscales**

<b>INSTITUCIONES</b>	<b>PORCENTAJES</b>
Caja de compensación Familiar	4%
Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)	2%
Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (I.C.B.F)	3%
<b>Total Prestaciones</b>	<b>9%</b>

**Fuente.** Ministerio de Protección Social

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

La empresa tendrá un régimen tributario clasificado como jurídico dado la naturaleza de la inscripción de la misma en la cámara de comercio. Sin que esto afecte sus proyecciones operacionales.

La estructura organizacional es adecuada para este tipo de empresa, por cuanto se determinan las áreas funcionales y los respectivos cargos, por lo que se puede concluir que desde esta óptica es viable.

La totalidad del recurso humano necesario, la componen cinco (7) funcionarios

de los cuales cinco (5) son empleos directos y dos (2) empleo indirecto como lo son el conductor y el asesor contable y tributario.

La empresa tendrá inicialmente una nómina adaptada a su proyección en el mercado lo que garantiza a resultado financieros positivos, dado que no se harán grandes erogaciones de dinero por concepto de pago de nómina.

Se cumplirá con todas las obligaciones y prestaciones de ley con los empleados directos.

Se desarrolló la cultura corporativa compuesta por la misión, visión y objetivos.

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

### 5.1 INVERSIONES.

Las inversiones corresponden a los dineros necesarios para el desarrollo del proyecto, contando con dos tipos de inversión:

- Inversión fija
- Inversión Variable

**5.1.1 Inversión Fija.** Las inversiones fijas son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil.<sup>7</sup>

**5.1.1.1. Construcción y Adecuación.** Comprende todas las adecuaciones necesarias de las locaciones donde funcionará la empresa para ofrecer los paquetes ecoturísticos.

**Cuadro 35. Construcción y Adecuaciones**

<b>CONCEPTO</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Adecuación Pintura e Instalaciones	1	1.000.000	1.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>1.000.000</b>

**Fuente.** Cotizaciones solicitadas.

**5.1.1.2. Maquinaria y Equipo.** Comprende todos los equipos y maquinaria necesarios para la prestación del servicio.

<sup>7</sup> MIRANDA Miranda, Juan José, Gestión de Proyectos. Quinta edición. 2005. Pág. 177

**Cuadro 36. Maquinaria y equipo**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Balsas para canotaje - 16 personas	2	2.500.000	5.000.000
chalecos salvavidas	32	65.000	2.080.000
fogones ecologicos	4	40.000	160.000
hamacas	32	40.000	1.280.000
equipos de alpinismo básico	32	1.250.000	40.000.000
chalecos reflectivos	32	30.000	960.000
carpas para 8 personas	4	450.000	1.800.000
Camioneta vans 14 pasajeros	1	35.000.000	35.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>86.280.000</b>

Fuente. Cotizaciones solicitadas

**5.1.1.3 Muebles y enseres.** Comprende todos los muebles de oficina, accesorios que hacen parte del servicio de para la prestación del servicio

**Cuadro 37. Muebles y enseres**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	3	220.000	660.000
Sillas	2	120.000	240.000
Sillas auxiliares	6	60.000	360.000
Archivador	1	250.000	250.000
Centro modular de Computo	1	220.000	220.000
Papeleras	3	20.000	60.000
<b>TOTAL</b>			<b>1.790.000</b>

Fuente. Cotizaciones solicitadas.

**5.1.1.4 Equipo de Oficina.** Comprende todos los muebles de oficina, accesorios que hacen parte del servicio de para la prestación del servicio

**Cuadro 38. Equipo de oficina**

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Equipo de Computo - con licencia	2	2.500.000	5.000.000
Impresora	2	350.000	700.000
Telefax	1	150.000	150.000
<b>TOTAL</b>			<b>5.850.000</b>

Fuente. Cotizaciones solicitadas.

#### 5.1.1.5 Total Inversión Fija.

**Cuadro 39. Cuadro Total Inversión Fija.**

<b>TOTAL INVERSION FIJA</b>	
<b>INVERSIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Maquinaria y equipo	<b>86.280.000</b>
Muebles y enseres	<b>1.790.000</b>
Equipo de oficina	<b>5.850.000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>93.920.000</b>

Fuente. Cotizaciones solicitadas.

**5.1.2 Inversión diferida.** Corresponde a los gastos pre-operativos y todos aquellos gastos necesarios para la apertura e iniciación del negocio.

**Cuadro 40. Inversión diferida.**

<b>ÍTEM</b>	<b>Valor total (\$)</b>
Publicidad de lanzamiento	4.400.000
Estudio de factibilidad	2.500.000
Gastos de puesta en marcha	3.000.000
Adecuaciones	1.000.000
Total Inversión Diferida	10.900.000

### 5.1.3. Inversión de capital de trabajo.

**5.1.3.1. Costos de prestación del servicio.** Es el resultado de la suma del valor de los insumos, mano de obra directa y los costos indirectos.

**5.1.3.1.1. Costos de Materia prima.** En el desarrollo misional de la empresa de servicios ecoturísticos, no se requieren materia prima en el proceso de prestación de servicios.

**5.1.3.1.2. Mano de obra directa.** El costo de mano de obra son las personas que atienden al personal o clientela que visita al Hotel:

**Cuadro 41. Costos de mano de obra directa**

<b>CONCEPTO</b>	<b>GUÍA TURÍSTICO</b>	<b>AUXILIAR PRIMEROS AUXILIOS</b>
SALARIO	1.000.000	900.000
AUXILIO DE TRANSPORTE	70.500	70.500
SALARIO BASE DE LIQUIDACIÓN	1.070.500	970.500
CESANTIAS	1.070.500	970.500
PRIMAS	1.070.500	970.500
INTERESES SOBRE CESANTÍAS	12.846	11.646
VACACIONES	500.000	450.000
SALUD	85.000	76.500
PENSION	125.000	112.500
RIESGOS PROFESIONALES 6,960%	66.900	60.210
ICBF	30.000	27.000
SENA	20.000	18.000
CAJA DE COMPENSACIÓN	40.000	36.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>4.091.246</b>	<b>3.703.356</b>
NÚMERO DE EMPLEADOS	1	1
<b>TOTAL MES</b>	<b>4.091.246</b>	<b>3.703.356</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>49.094.952</b>	<b>44.440.272</b>

Fuente. Autor del proyecto.

Se tomó como porcentaje de riesgo el más alto de la tabla de riesgos por los viajes y complejidad del desarrollo de las operaciones de la empresa quedando este porcentaje en 6,960%

### 5.1.3.1.3. Costos indirectos de servicio.

**Cuadro 41. Costos de mano de obra indirecta**

CONCEPTO	GERENTE	SECRETARIA AUXILIAR	SERVICIOS GENERALES
SALARIO	1.500.000	750.000	600.000
AUXILIO DE TRANSPORTE	-	70.500	70.500
SALARIO BASE DE LIQUIDACIÓN	1.500.000	820.500	670.500
CESANTÍAS	1.500.000	820.500	670.500
PRIMAS	1.500.000	820.500	670.500
INTERESES SOBRE CESANTÍAS	18.000	9.846	8.046
VACACIONES	750.000	375.000	300.000
SALUD	127.500	63.750	51.000
PENSION	187.500	93.750	75.000
RIESGOS PROFESIONALES 0,522%	7.830	3.915	3.132
ICBF	45.000	22.500	18.000
SENA	30.000	15.000	12.000
CAJA DE COMPENSACIÓN	60.000	30.000	24.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>5.725.830</b>	<b>3.075.261</b>	<b>2.502.678</b>
NÚMERO DE EMPLEADOS	1	1	1
<b>TOTAL MES</b>	<b>5.725.830</b>	<b>3.075.261</b>	<b>2.502.678</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>68.709.960</b>	<b>36.903.132</b>	<b>30.032.136</b>

**Fuente.** Autor del proyecto

Se tomó como porcentaje de riesgo mínimo de la tabla de riesgos por el bajo nivel de riesgo en el desarrollo de las operaciones de la empresa quedando este porcentaje en 0.522%

En cuanto a la depreciación de activos fijos, se toma como referencia el artículo 2 del Decreto 3019 de 1989 que dispone que la vida útil de los activos fijos depreciables se establece en 20 años para bienes inmuebles, 10 años para bienes muebles y cinco años para vehículos y equipos de cómputo. Sin embargo para los equipos necesarios para desarrollar la actividad misional de la empresa, se decidió tomar cinco años como base de vida útil, por el uso continuo y posible desgaste de los equipos.

**Cuadro 42. Depreciación de activos fijos**

DESCRIPCIÓN	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Escritorio	10 años	5.500	66.000
Sillas	10 años	2.000	24.000
Sillas auxiliares	10 años	3.000	36.000
Archivador	10 años	2.083	24.996
Centro modular de Computo	10 años	1.833	21.996
Papeleras	10 años	500	6.000
Equipo de Computo - con licencia	5 años	83.333	999.996
Impresora	5 años	11.667	140.004
Telefax	5 años	2.500	30.000
Balsas para canotaje - 16 personas	5 años	83.333	416.665
chalecos salvavidas	5 años	34.667	173.335
fogones ecologicos	5 años	2.667	13.335
hamacas	5 años	21.333	106.665
equipos de alpinismo básico	5 años	666.667	3.333.335
chalecos reflectivos	5 años	16.000	80.000
carpas para 8 personas	5 años	30.000	150.000
Camioneta vans 14 pasajeros	5 años	583.333	2.916.665
<b>TOTAL</b>			<b>8.538.992</b>

Fuente. Autor del proyecto

**Cuadro 43. Otros costos indirectos**

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arrendamiento	1.500.000	18.000.000
Servicios públicos (Energía, agua)	800.000	9.600.000
Servicio de Internet y comunicaciones	100.000	1.200.000
Mantenimiento de planta y equipos	100.000	1.200.000
Seguros de equipos y planta	200.000	2.400.000
Depreciación de equipos	711.583	8.538.992
Honorarios asesor contable y tributario	400.000	4.800.000
Jornal conductor 15 mensuales	600.000	7.200.000
valor alimentacion jornada 14 personas	1.400.000	16.800.000
Valor pernotacion 14 personas jornada	2.520.000	30.240.000
<b>TOTAL</b>	<b>8.331.583</b>	<b>99.978.992</b>

Fuente. Autor del proyecto

En los costos indirectos para efectos del promedio de alimentación y hospedaje de cada jornada se tiene como promedio de alimentación de cada jornada de tres días con un costo de \$25.000 por persona diarios, teniendo como referencia 4 jornadas mensuales con diferentes grupos.

De la misma manera como hospedaje se tiene un promedio de \$15.000 por cada jornada, teniendo en promedio \$45.000 para cada jornada por persona y un promedio de 4 jornadas mensuales con diferentes grupos.

**Cuadro 44. Total costos indirectos**

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANO DE OBRA	11.303.769	135.645.228
OTROS COSTOS INDIRECTOS	8.331.583	99.978.996
<b>TOTAL</b>	<b>19.635.352</b>	<b>235.624.224</b>

Fuente. Autor del proyecto

#### 5.1.3.1.4. Total costos de prestación del Servicio.

**Cuadro 45. Costos de prestación del Servicio**

CONCEPTO	Año 1	Año 2	AÑO 3	Año 4	Año 5
Mano de Obra	93.535.224	98.211.985	103.122.584	108.278.714	113.692.649
Costos indirectos	235.864.224	247.657.435	260.040.307	273.042.322	286.694.438
<b>TOTAL</b>	<b>329.399.448</b>	<b>345.869.420</b>	<b>363.162.891</b>	<b>381.321.036</b>	<b>400.387.088</b>

Fuente. Autor del proyecto

**5.1.3.3 Total capital de trabajo.** El capital de trabajo corresponde a 1 mes de costos de prestación del servicio, que corresponden a dividir \$106.839.800 de costo del primer año entre doce meses para un total de capital de trabajo mensual requerido de \$8.903.316.

**5.1.4 Inversión total.** Para determinar la inversión total se adicionan la inversión fija con la inversión diferida y el capital de trabajo.

**Cuadro 46. Inversión total**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Inversión Fija	93.920.000
Inversión Diferida	10.900.000
Capital de trabajo	8.903.316
<b>TOTAL</b>	<b>113.723.316</b>

Fuente. Autor del proyecto

**5.1.5. Fuentes de financiación.** Del total de inversión se cuenta con un capital propio de \$60.000.000, siendo necesario recurrir a un crédito bancario de \$54.000.000.

**Cuadro 47. Amortización crédito**

<b>Períodos</b>	<b>Saldos de capital</b>	<b>Abonos a capital</b>	<b>Intereses sobre saldos decrecientes 1,36%</b>	<b>Total pago mensual</b>
1	54.000.000			
2	53.100.000	900.000	734.400	1.634.400
3	52.200.000	900.000	722.160	1.622.160
4	51.300.000	900.000	709.920	1.609.920
5	50.400.000	900.000	697.680	1.597.680
6	49.500.000	900.000	685.440	1.585.440
7	48.600.000	900.000	673.200	1.573.200
8	47.700.000	900.000	660.960	1.560.960
9	46.800.000	900.000	648.720	1.548.720
10	45.900.000	900.000	636.480	1.536.480
11	45.000.000		624.240	1.524.240

<b>Períodos</b>	<b>Saldos de capital</b>	<b>Abonos a capital</b>	<b>Intereses sobre saldos decrecientes 1,36%</b>	<b>Total pago mensual</b>
		900.000		
12	44.100.000	900.000	612.000	1.512.000
13	43.200.000	900.000	599.760	1.499.760
14	42.300.000	900.000	587.520	1.487.520
15	41.400.000	900.000	575.280	1.475.280
16	40.500.000	900.000	563.040	1.463.040
17	39.600.000	900.000	550.800	1.450.800
18	38.700.000	900.000	538.560	1.438.560
19	37.800.000	900.000	526.320	1.426.320
20	36.900.000	900.000	514.080	1.414.080
21	36.000.000	900.000	501.840	1.401.840
22	35.100.000	900.000	489.600	1.389.600
23	34.200.000	900.000	477.360	1.377.360
24	33.300.000	900.000	465.120	1.365.120
25	32.400.000	900.000	452.880	1.352.880
26	31.500.000	900.000	440.640	1.340.640
27	30.600.000	900.000	428.400	1.328.400
28	29.700.000	900.000	416.160	1.316.160
29	28.800.000	900.000	403.920	1.303.920
30	27.900.000	900.000	391.680	1.291.680
31	27.000.000	900.000	379.440	1.279.440

<b>Períodos</b>	<b>Saldos de capital</b>	<b>Abonos a capital</b>	<b>Intereses sobre saldos decrecientes 1,36%</b>	<b>Total pago mensual</b>
32	26.100.000	900.000	367.200	1.267.200
33	25.200.000	900.000	354.960	1.254.960
34	24.300.000	900.000	342.720	1.242.720
35	23.400.000	900.000	330.480	1.230.480
36	22.500.000	900.000	318.240	1.218.240
37	21.600.000	900.000	306.000	1.206.000
38	20.700.000	900.000	293.760	1.193.760
39	19.800.000	900.000	281.520	1.181.520
40	18.900.000	900.000	269.280	1.169.280
41	18.000.000	900.000	257.040	1.157.040
42	17.100.000	900.000	244.800	1.144.800
43	16.200.000	900.000	232.560	1.132.560
44	15.300.000	900.000	220.320	1.120.320
45	14.400.000	900.000	208.080	1.108.080
46	13.500.000	900.000	195.840	1.095.840
47	12.600.000	900.000	183.600	1.083.600
48	11.700.000	900.000	171.360	1.071.360
49	10.800.000	900.000	159.120	1.059.120
50	9.900.000	900.000	146.880	1.046.880
51	9.000.000	900.000	134.640	1.034.640
52	8.100.000	900.000	122.400	1.022.400

<b>Períodos</b>	<b>Saldos de capital</b>	<b>Abonos a capital</b>	<b>Intereses sobre saldos decrecientes 1,36%</b>	<b>Total pago mensual</b>
53	7.200.000	900.000	110.160	1.010.160
54	6.300.000	900.000	97.920	997.920
55	5.400.000	900.000	85.680	985.680
56	4.500.000	900.000	73.440	973.440
57	3.600.000	900.000	61.200	961.200
58	2.700.000	900.000	48.960	948.960
59	1.800.000	900.000	36.720	936.720
60	900.000	900.000	24.480	924.480
61	-	900.000	12.240	912.240

**Fuente.** Banco Caja social

## **5.2 COSTOS**

**5.2.1 Costos fijos.** Los costos fijos son en los que la empresa incurre aún sin prestar ningún servicio.

**Cuadro 48. Costos Fijos**

<b>COSTOS FIJOS</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Arrendamiento	1.500.000	18.000.000
Servicios públicos (Energía, agua)	800.000	9.600.000
Servicio de Internet y comunicaciones	100.000	1.200.000
Seguros de equipos y planta	200.000	2.400.000
Depreciación de equipos	711.583	8.538.996
Honorarios asesor contable y tributario	400.000	4.800.000
Gasos financieros	667.080	8.004.960
Mano de obra indirecta	11.303.769	135.645.228
<b>TOTAL</b>		<b>188.189.184</b>

Fuente. Autor del proyecto

**5.2.2 Costos variables.** Los costos variables son aquellos en que la empresa incurre cuando se inicia el proceso de prestación de los servicios ecoturísticos

**Cuadro 49. Costos variables**

<b>COSTOS VARIABLES</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Mano de obra	7.794.602	93.535.224
Mantenimiento de planta y equipos	100.000	1.200.000
Jornal conductor 15 mensuales	600.000	7.200.000
valor alimentacion jornada 14 personas	1.400.000	16.800.000
Valor pernotacion 14 personas jornada	2.520.000	30.240.000
<b>TOTAL</b>		<b>148.975.224</b>

Fuente. Autor del proyecto

### 5.3 PRECIO DE VENTA

Para establecer el precio de ventas es necesario determinar los factores situacionales que inciden directamente en el área en que se desarrolla el proyecto, como pueden ser: las comisiones, los descuentos, la cartera, gastos financieros, devoluciones y la utilidad esperada.

El factor variable oscila entre 1 y 2

**Cuadro 50. Factor variable**

DETALLE	%
DESCUENTOS	10
CARTERA	8
GASTOS FINANCIEROS	8
DEVOLUCIONES	5
COMISIONES	5
UTILIDAD	10
TOTAL	46

$$\text{Factor variable} = \frac{100}{100 - 46} = 1.85$$

Para proyectar el precio de venta es necesario establecer la proyección semanal de rutas ecoturísticas con la que se calculó el proyecto que corresponde a tres días, con una frecuencia de 4 semanas para 12 personas y para un total de 12 meses del año, estableciendo un total correspondiente a la siguiente operación:

$$\text{Servicios proyectados} = 3 \text{ días} \times 4 \text{ semanas} \times 12 \text{ personas} \times 12 \text{ meses}$$

$$\text{Servicios proyectados} = 1.728 \text{ servicios}$$

Los servicios proyectados (1.728) se dividen entre el total del costo de los servicios para conocer el costo unitario de cada día de servicio.

$$\text{Costo diario de servicio} = \frac{337.164.408}{1.728} = 195.118,30$$

Cada día de servicio tiene un costo para la empresa de \$195.118,30

**Cuadro 51. Proyección del precio de venta**

SERVICIO	COSTO DEL PRODUCTO	FACTOR VARIABLE	PRECIO DE VENTA
TOUR 3 DIAS	585.355	1,85	1.082.907
TOUR 4 DIAS	780.473	1,85	1.443.875

**Fuente.** Autor del proyecto

**5.3.1 Punto de equilibrio.** Para proyectar el punto de equilibrio se toma como referencia el precio de venta de un día de servicio, conociendo los costos fijos y el precio de venta unitario, así como el costo variable unitario.

Precio de venta de un servicio día = \$195.118,30 x 1.85 = \$360.969 = PVU

Costo variable unitario = costos variables del periodo / 1.728 servicios anuales

Costo variable unitario = \$148.975.224 / 1.728 = \$86.215,51 = CVU

Costos fijos del periodo = \$188.189.184

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PVU} - \text{CVU}}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{188.189.184}{360.969 - 86.215,51} = 684,93$$

El punto de equilibrio de Ecoturismo por Santander se cumple cuando la empresa logre vender 685 servicios día, que corresponden a cinco fines de semana para 12 personas en tour de tres días cada uno.

## **5.4. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS.**

### **5.4.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años.**

## Cuadro 52. Estado de Resultados Projectado

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	623.754.432	654.942.154	687.689.261	722.073.724	758.177.411
MENOS COSTO DE VENTAS	337.164.422	354.022.644	371.723.776	390.309.964	409.825.463
UTILIDAD BRUTA	286.590.010	300.919.510	315.965.486	331.763.760	348.351.948
PROVISION PARA IMPUESTOS	1.719.540	1.805.517	1.895.793	1.990.583	2.090.112
RESEVA LEGAL	28.659.001	28.340.999	0	0	0
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>256.211.469</b>	<b>270.772.994</b>	<b>314.069.693</b>	<b>329.773.177</b>	<b>346.261.836</b>

Fuente. Autor del proyecto

No se proyecta provisión para impuesto de renta, puesto que de acuerdo con la vigencia del estatuto tributario, los servicios de ecoturismo están exentos por veinte (20) años a partir de 2003. Sin embargo se toma como reserva de impuestos una tasa del 6 por mil para impuesto de industria y comercio de la Alcaldía de Barrancabermeja.

La reserva legal se proyecta hasta corresponder al 50 % del valor de los aportes sociales.

### 5.4.2 Flujo de Caja Projectado.

## Cuadro 53. Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos del periodo</b>						
inversión requerida	114.000.000					
Ingresos por ventas del período		623.754.432	654.942.154	687.689.261	722.073.724	758.177.411
saldo efectivo del periodo anterior		114.000.000	358.409.002	655.347.964	967.246.925	1.294.853.884
<b>Total ingresos del periodo</b>	<b>114.000.000</b>	<b>737.754.432</b>	<b>1.013.351.155</b>	<b>1.343.037.226</b>	<b>1.689.320.649</b>	<b>2.053.031.294</b>
<b>Egresos del periodo</b>	<b>0</b>					
Egresos operacionales		274.525.430	356.283.651	373.984.783	392.570.973	412.086.470
Menos inversion		104.820.000	-	-	-	-
Menos pago impuestos			1.719.540	1.805.517	1.895.793	1.990.583
<b>Total egresos del periodo</b>	<b>0</b>	<b>379.345.430</b>	<b>358.003.191</b>	<b>375.790.300</b>	<b>394.466.766</b>	<b>414.077.053</b>
Saldo en caja del período	114.000.000	358.409.002	655.347.964	967.246.925	1.294.853.884	1.638.954.241

### 5.4.5 Balance General proyectado a 5 años.

## Cuadro 54. Balance General

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>						
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA Y BANCOS	114.000.000	358.409.002	655.347.964	967.246.925	1.294.853.884	1.638.954.241
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>114.000.000</b>	<b>358.409.002</b>	<b>655.347.964</b>	<b>967.246.925</b>	<b>1.294.853.884</b>	<b>1.638.954.241</b>
ACTIVO FIJO						
MUEBLES Y ENSERES		1.790.000	1.790.000	1.790.000	1.790.000	1.790.000
MAQUINARIA Y EQUIPO		51.280.000	51.280.000	51.280.000	51.280.000	51.280.000
VEHICULO		35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000
EQUIPO DE COMPUTO		5.850.000	5.850.000	5.850.000	5.850.000	5.850.000
DEPRECIACION ACTIVOS		(8.538.992)	(17.077.984)	(25.616.976)	(34.155.968)	(42.694.960)
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>		<b>85.381.008</b>	<b>76.842.016</b>	<b>68.303.024</b>	<b>59.764.032</b>	<b>51.225.040</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>114.000.000</b>	<b>443.790.010</b>	<b>732.189.980</b>	<b>1.035.549.949</b>	<b>1.354.617.916</b>	<b>1.690.179.281</b>
<b>PASIVO</b>						
PASIVO NO CORRIENTE						
OBLIGACIONES FINANCIERAS		43.200.000	32.400.000	21.600.000	10.800.000	-
IMPUESTOS POR PAGAR		1.719.540	1.805.517	1.895.793	1.990.583	2.090.112
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>		<b>44.919.540</b>	<b>34.205.517</b>	<b>23.495.793</b>	<b>12.790.583</b>	<b>2.090.112</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>44.919.540</b>	<b>34.205.517</b>	<b>23.495.793</b>	<b>12.790.583</b>	<b>2.090.112</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
APORTES SOCIALES	114.000.000	114.000.000	114.000.000	114.000.000	114.000.000	114.000.000
UTILIDAD DEL EJERCICIO		256.211.469	270.772.994	314.069.693	329.773.177	346.261.836
UTILIDAD DE EJERCICIOS ANTERIORES		-	256.211.469	526.984.463	841.054.156	1.170.827.333
RESERVA LEGAL		28.659.001	57.000.000	57.000.000	57.000.000	57.000.000
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>114.000.000</b>	<b>398.870.470</b>	<b>697.984.463</b>	<b>1.012.054.156</b>	<b>1.341.827.333</b>	<b>1.688.089.169</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>114.000.000</b>	<b>443.790.010</b>	<b>732.189.980</b>	<b>1.035.549.949</b>	<b>1.354.617.916</b>	<b>1.690.179.281</b>

## **6. EVALUACION DEL PROYECTO**

### **6.1 IMPACTO SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.**

La puesta en marcha de la empresa de servicios ecoturísticos en Barrancabermeja, ofrece a su comunidad diferentes alternativas y beneficios sociales como la generación de empleo, desarrollo y progreso de la región mejorando significativamente la calidad de vida de los Barramejos.

El progreso de la región contribuye al crecimiento constante del municipio; el desarrollo del turismo y las constantes visitas de viajeros en el sector tendrán un impacto favorable al sentir satisfacción con el excelente servicio y comodidad que ofrece la empresa.

La empresa ofrece en el sector generación de empleo, 5 empleos directos, reduciendo el índice de desempleo actual en el municipio y beneficiando la calidad de vida de los funcionarios y sus familias, destacando una mano de obra especializada en el desarrollo de la misión e Ecoturismo por Santander.

Contribuye a la disminución de niveles de pobreza en la comunidad al existir una fuente generadora de riqueza a través del trabajo organizado. En cuanto a la circulación del capital, también se puede agregar que el proyecto contribuye a la activación del circulante disminuyendo el nivel de liquidez de la comunidad Barrameja.

Así mismo para los inversionistas la posibilidad de incrementar sus ingresos con un proyecto rentable y atractivo. Para la comunidad de Barrancabermeja y principalmente los inversionistas ofrecer un servicio de alta calidad y precios competitivos.

### **6.2 IMPACTO AMBIENTAL.**

Para conseguir un desarrollo sostenible y equilibrado, compatible con la conservación del medio ambiente, es preciso aplicar un conjunto de principios básicos que informan la gestión en materia de protección del medio ambiente.

Es necesario tener en cuenta que se debe tramitar la licencia ambiental ante la Corporación Autónoma de Santander "CAS", Quien es la encargada de realizar la evaluación y descripción de todos los componentes a considerar dentro del área de influencia del proyecto, así como la variable cuantitativa de los impactos ambientales negativos o positivos. Una vez se obtenga un resultado aceptable esta entidad otorga la licencia a través de una resolución para poder empezar a desarrollar las actividades ecoturísticas, teniendo en cuenta que se

deben evitar posibles efectos ambientales mediante la correcta aplicación de las recomendaciones de las autoridades ambientales, tales como:

- Uso del suelo: En los terrenos que se visiten se debe evitar la producción de reasentamientos, así como desplazamiento económico alguno como resultado del proyecto.
- Suministro de agua: Evitar la posible contaminación de los recursos hídricos en cada una de las visitas.
- Manejo de residuos sólidos: los residuos sólidos se recogerán y eliminarán de conformidad con el manual de seguridad industrial al respecto y no se dejarán en los terrenos visitados, se sacarán hasta un lugar de destino transitorio seguro.
- No se utilizarán refrigerantes a base de compuestos cloro-fluorocarbonados, por lo que cumplirán con las pautas internacionales para evitar el agotamiento del ozono.
- En cuanto al ruido emanado durante las excursiones, deberá tener un impacto moderado.

Tras analizar la información disponible acerca de los posibles impactos ambientales y las medidas mitigantes que se han propuesto, se llega a la conclusión que el proyecto propuesto está diseñado para cumplir con las pautas en materia de medio ambiente, salud y seguridad, así como son los requisitos establecidos por las entidades locales y nacionales cuando este entre en su etapa de operación.

### **6.3 IMPACTO FINANCIERO.**

**6.3.1 Valor presente neto.** Al evaluar el proyecto es necesario utilizar criterios útiles para juzgar la viabilidad del mismo, entre estos se cuenta con el valor presente neto que reduce todos los ingresos y egresos a un valor único en el inicio del proyecto.

Atendiendo al hecho de que los ingresos, las inversiones y los costos se efectuarán en diferentes puntos del tiempo, es necesario hacer equivalentes dichos valores, trasladándonos al año cero, utilizando el interés de oportunidad con el fin de determinar en dinero actual, el rendimiento del proyecto.

El Valor Presente Neto se obtuvo hallando la diferencia, entre los ingresos y los egresos del proyecto, expresados en pesos en el periodo cero, habiéndolos trasladado al interés de oportunidad el cual será de un 6 % efectivo anual.

**Cuadro 55. Flujo de Caja para el cálculo del Valor presente Neto**

FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo en caja del período	358.409.002	655.347.964	967.246.925	1.294.853.884	1.638.954.241

Fuente. Autor del proyecto

$$VPN = -114.000.000 + \{358409002 / (1 + 0.03)^1\} + \{655347964 / (1 + 0.03)^2\} + \{967246925 / (1 + 0.03)^3\} + \{1294853884 / (1 + 0.03)^4\} + \{1638954241 / (1 + 0.03)^5\}$$

$$VPN = -114.000.000 + 347.969.904 + 617.728.309 + 885.167.955 + 1.150.460.904 + 1.413.776.325 = 4.301.103.397$$

Que es mayor que cero luego es viable el proyecto

VPN:  $0 > 0$  Favorable

En conclusión el VPN para los primeros cinco años es mayor que cero, lo que indica que el proyecto es viable, y rentable siempre y cuando las utilidades se reinviertan.

**6.3.2 Tasa interna de retorno TIR.** Para determinar la tasa interna de retorno se toma como referencia las inversiones más seguras que aparecen en el mercado desde el punto de vista de rentabilidad y respaldo de la inversión, encontrando la inversión en CDT como la más segura, pero con una rentabilidad muy baja que alcanza solo el 7% anual para certificados abiertos en periodo de 360 días.

La otra posibilidad de inversión se tiene a través de las fiducias de las entidades financieras o en los corredores de bolsa cuya rentabilidad puede alcanzar tasas por encima del 9% anual, pero su estabilidad es muy volátil y oscilante.

Como referencia para este proyecto se toma la tasa máxima ofrecida por los CDT, según consulta efectuada a Bancolombia.

- VF corresponde al valor esperado al tiempo determinado
- VP corresponde al valor de la inversión
- I corresponde a la tasa pactada
- n corresponde al tiempo pactado

n

$$\begin{aligned}
 VF &= VP (1 + i)^n \\
 VP &= 114.000.000 \\
 i &= 7\% \\
 n &= 12 \text{ meses} \\
 VF &= 114.000.000 (1 + 0.0058)^{12} = 122.192.465
 \end{aligned}$$

Si se quiere determinar la tasa interna de retorno del proyecto, se toma el valor presente del flujo de fondos, con el dinero disponible a fin de cada periodo.

PERIODO 1	\$ 347.969.904
PERIODO 2	\$ 617.728.309
PERIODO 3	\$ 885.167.955
PERIODO 4	\$1.150.460.904
PERIODO 5	\$1.413.776.325

$$\begin{aligned}
 TIR &= \frac{VP_1}{(1+i)^1} + \frac{VP_2}{(1+i)^2} + \frac{VP_3}{(1+i)^3} + \frac{VP_4}{(1+i)^4} + \frac{VP_5}{(1+i)^5} \\
 TIR &= \frac{358409002}{(1+i)^1} + \frac{655347964}{(1+i)^2} + \frac{967246925}{(1+i)^3} + \frac{1294853884}{(1+i)^4} + \frac{1638954241}{(1+i)^5}
 \end{aligned}$$

TIR = 383%

Si se tiene en cuenta solo la producción de efectivo como recuperación de la inversión y se dejan los activos fijos como si fuera un gasto y no una inversión el dinero total requerido se recuperaría al primer año de operaciones, sin embargo vale la pena resaltar que los activos fijos son realizables, por lo tanto la recuperación total de la inversión estaría dada en el primer año de labores.

**Cuadro 56. Flujo de caja para calcular la TIR**

FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo en caja del período	-114000000	358.409.002	655.347.964	967.246.925	1.294.853.884	1.638.954.241

Fuente. Autor del proyecto

**6.3.3 Periodo de recuperación.** Si se tiene en cuenta solo la producción de efectivo como recuperación de la inversión y se dejan los activos fijos como si fuera un gasto y no una inversión el dinero total requerido se recuperaría al primer año de operaciones, sin embargo vale la pena resaltar que los activos fijos son realizables, por lo tanto la recuperación total de la inversión estaría dada en el primer año de labores.

**6.3.4 Análisis de las Razones Financieras.** Se analizan a continuación las razones financieras de liquidez y endeudamiento según el Balance General proyectado a cinco años, así:

Dentro de los indicadores financieros que representan con mayor claridad la realidad financiera de la empresa, se tienen los indicadores de liquidez, endeudamiento, actividad y rendimiento, registrando a continuación los más relevantes de cada clasificación:

**6.3.4.1 Indicadores de liquidez**

**Razón corriente:** trata de verificar las disponibilidades de la empresa, a corto plazo, para afrontar sus compromisos, también a corto plazo.

$$\begin{aligned}
 \text{RAZON CORRIENTE} &= \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} \\
 \\ 
 \text{RAZON CORRIENTE} &= \frac{358.409.002}{1.719.540} = 20.84
 \end{aligned}$$

Esta razón indica que por cada peso que la empresa debe en el corto plazo, tiene activos a corto plazo para pagarlos en razón de \$20.84.

**6.3.4.2 Indicadores de endeudamiento**

**Nivel de endeudamiento:** este indicador establece el porcentaje de participación de los acreedores dentro de la empresa, en este caso su único acreedor es el banco con el cual se tramitaría el crédito.

$$\text{NIVEL DE ENDEUDAMIENTO} = \frac{\text{TOTAL PASIVO CON TERCEROS}}{\text{TOTAL ACTIVO}}$$

$$\text{NIVEL DE ENDEUDAMIENTO} = \frac{44.919.540}{358.409.002} = 12.53\%$$

El indicador refleja por cada peso que la empresa tiene invertida en activos, \$0.1253 han sido financiados por los acreedores, en este caso la entidad financiera.

#### 6.3.4.3 Indicadores de actividad

**Rotación de Activos operacionales.** Con este indicador se miden la eficiencia con la cual la empresa utiliza los activos, según la velocidad de rotación de valores aplicados en ellos. Para este proyecto se presupone las ventas de contado, teniendo la velocidad de cartera el mismo tratamiento, por lo tanto solo se tratara la rotación de activos operacionales.

$$\text{ROTACION DE ACTIVOS OPERACIONALES} = \frac{\text{VENTAS}}{\text{ACT. OPERACIONALES}}$$

$$\text{RAO} = \frac{623.754.432}{85.381.008} = 7.30 \text{ VECES}$$

El indicador demuestra que cada peso invertido en activos operacionales, pudo generar \$7.30 de ventas durante el año del ejercicio. Siendo necesario aclarar que solo se tuvo en cuenta los activos utilizados para el desarrollo del objeto social de la empresa, teniendo en cuenta el valor de las depreciaciones.

#### 6.3.4.4 Indicadores de rendimiento.

Se denominan también de rentabilidad, sirven para medir la efectividad de la administración al convertir las ventas o ingresos en utilidades.

$$\text{UTILIDAD OPERACIONAL} = \frac{\text{UTILIDAD OPERACIONAL}}{\text{VENTAS}}$$

$$\text{UTILIDAD OPERACIONAL} = \frac{232.590.024}{623.754.432} = 37.28\%$$

El resultado muestra que cada peso vendido arrojó una utilidad operacional de \$0.3728 de utilidad en la ejecución de este proyecto.

## 7. CONCLUSIONES

A través del estudio de mercado se considera que el proyecto es viable porque actualmente no se está ofreciendo esta modalidad de turismo en Barrancabermeja, además un alto porcentaje de la población del área de influencia deja ver su interés en tener una experiencia de este tipo.

Las características naturales, arriesgadas y aventureras del ecoturismo, hacen que las personas se sientan atraídas por el servicio que se ofrece teniendo el componente ambiental como agregado, comprometiendo al usuario con el medio ambiente y su preservación.

Existen altas probabilidades de desarrollo para la empresa Ecoturismo por Santander de incursionar en el mercado local con los servicios y paquetes ecoturísticos, con proyecciones de rápido crecimiento.

Tomando como base el estudio administrativo de la empresa, se concluye que las oportunidades en una ciudad que crece en torno a la industria petroquímica, también se pueden proyectar con ideas atípicas a su entorno pero de gran interés para sus habitantes, logrando generar otras fuentes de empleo no tradicionales en la ciudad.

La composición o forma de constituir la empresa la hace fácil de dirigir ya que se establecen con claridad las funciones de cada cargo además todas se enfocan en ofrecer un servicio de calidad, garantizando el cumplimiento de todas las actividades descritas dentro de los paquetes que se venderán.

La misión y la visión dejan en claro cuál es la razón de ser de la agencia ya que especifican lo que quieren y la forma en cómo se lograra este objetivo además deja ver la seriedad de la empresa en cuanto a cumplimiento la calidad del servicio.

El enfoque que posee el estudio administrativo es algo coherente con lo que se puede realizar en la práctica, está sujeto a la realidad y no pretende descrestar si no simplemente ofrecer un buen servicio con todos los estándares de calidad que se requieren para ofrecer esta clase de servicio en esta área, que para todos es algo nuevo y por tal motivo se debe realizar siempre buscando la excelencia en las diferentes actividades que se realicen.

El análisis financiero muestra indicadores que se interpretan como positivos para la viabilidad del proyecto, es líquido y puede atender la deuda responsablemente. En el primer año la empresa está en capacidad de cancelar la totalidad de la deuda.

## **8. RECOMENDACIONES**

La viabilidad del proyecto está condicionada a la demanda del servicio; por lo tanto, se hace especial énfasis en el desarrollo de una publicidad masiva y permanente, que permita dar a conocer el servicio que ofrece la empresa, para romper tradiciones en materia del turismo actual.

El servicio al cliente y la atención especializada debe ser la mejor manera de hacer publicidad, por lo tanto es muy posible que el cliente satisfecho regrese con nuevos clientes y continúe utilizando el servicio.

De igual forma se recomienda ampliar los destinos turísticos a otras regiones del país.

Una vez posicionada dentro del mercado la empresa se deben idear nuevos planes turísticos para así poderle brindar mayores opciones al viajero. La innovación debe ser la prioridad de la empresa a la hora de diseñar paquetes turísticos y aún más cuando se esté en el área con los turistas

## BIBLIOGRAFIA

ARBELAEZ DE MOCANELO, Ruby, Metodología de la Investigación, Primera edición, 1999, Bucaramanga, Colombia.

BACA, G. (2001). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill

CAMACHO, Jaime. Costos para la gerencia. Los aspectos administrativos. Instituto de educación a distancia INSED-UIS. Publicaciones UIS. Bucaramanga. 2001. P.146

CAMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA, Informe económico, 2010

CORDOBA PADILLA. Marcial. Formulación y Evaluación de proyectos. Coediciones. 2008

JANY CASTRO, José Nicolás, Investigación integral de mercados, 4 edición editorial Mac Graw Hill.

KLOTTLER Philip y GARY Armstrong. Marketing. Versión para Latinoamérica. Decimoprimer edición. Pearson Educación, México, 2007. 760p.

LOBO GUERRA. Luis. Aspectos doctrinarios de la Gestión Cooperativa. Pontificia universidad Javeriana. Bogotá. 2000. P.198

MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales 4ª. Ed. México: Limusa, 2009. 360p.

MENDEZ, Carlos E, Metodología de la investigación, Mc Graw Hill, 2º Edición, 1999, Bogotá, Colombia.

SAPAG CHAIN, Nassir, Preparación y evaluación de proyectos, Mc Graw Hill, 2º Edición, 1999, Bogotá, Colombia.

SCHROEDER, Roger G. Administración de operaciones conceptos y casos contemporáneos. Editorial Mac Graw Hill.

ZIKMUND, Investigación de mercados, Segunda edición, Prentice Hall, México, 1999.

## WEBGRAFÍA

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA – DANE.  
Disponible en: [www.dane.gov.co/daneweb](http://www.dane.gov.co/daneweb). Fecha de consulta: Septiembre 23 de 2012.

Disponible en: [www.explored.com](http://www.explored.com). Fecha de consulta: Septiembre 30 de 2012.

Disponible en: [www.geocities.com/pulpafruta/naturaleza](http://www.geocities.com/pulpafruta/naturaleza). Fecha de consulta: Octubre 05 de 2012.

Disponible en: [www.invdes.com.mx/suplemento/anteriores/Pascual](http://www.invdes.com.mx/suplemento/anteriores/Pascual). Fecha de consulta: Octubre 12 de 2012.

COLCIENCIAS. Disponible en: [www.colciencias.gov.co/agenda/eventos.co](http://www.colciencias.gov.co/agenda/eventos.co).  
Fecha de consulta: Noviembre 04 de 2012.

Disponible en: [www.sot.org.co](http://www.sot.org.co). [cdpa@uis.edu.co](mailto:cdpa@uis.edu.co). Fecha de consulta: Noviembre 30 de 2012.

## ANEXOS

### ANEXO A. Modelo de encuesta.

#### UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO REGIONAL DE PROYECCIÓN Y EDUCACIÓN A DISTANCIA PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Por favor diligenciar este formato de la manera más objetiva posible, informando de antemano que los datos en ella registrados son de estricta confidencialidad, siendo el encuestador el absoluto responsable de la aplicación de esta encuesta y su trascendencia.

**SEXO:** M\_\_\_\_ F\_\_\_\_

**EDAD:** Entre 15 y 25 \_\_\_\_ Entre 26 y 40 \_\_\_\_ Entre 41 y 60\_\_\_\_

1. ¿Existe alta demanda por parte de la población con respecto a la práctica del ecoturismo?  
SI\_\_\_\_ NO\_\_\_\_ POCO\_\_\_\_
2. ¿Cuáles son los destinos preferidos por el usuario?  
San Gil\_\_\_\_ Barichara\_\_\_\_ Socorro\_\_\_\_ Otros\_\_\_\_
3. ¿Les gusta el contacto con la naturaleza y el medio ambiente en general?  
SI\_\_\_\_ NO\_\_\_\_ POCO\_\_\_\_
4. ¿Qué deporte tiene más demanda?  
Ciclomontañismo\_\_\_\_ Natación\_\_\_\_ Caminata\_\_\_\_
5. ¿De las clases de turismo con cual se siente más identificado el cliente?  
Turismo de descanso\_\_\_\_ Ecoturismo\_\_\_\_  
Turismo agrícola\_\_\_\_ Turismo cultural\_\_\_\_
6. ¿Con que frecuencia toma el cliente servicios turísticos?  
Mensual\_\_\_\_ Semestral\_\_\_\_ Anual\_\_\_\_
7. ¿Quiénes son los mayores consumidores de servicios turísticos?  
Niños\_\_\_\_ Jóvenes\_\_\_\_ Adultos\_\_\_\_ Adultos mayores\_\_\_\_
8. Muestran interés los clientes en comprar los planes eco turísticos que ofrece Ecoturismo por Santander?  
SI\_\_\_\_ NO\_\_\_\_ NO SABE NO RESPONDE\_\_\_\_

9. Estarían dispuestos a viajar a lugares donde predomine la naturaleza y los animales silvestres?  
SI\_\_\_ NO\_\_\_ NO PUEDE\_\_\_\_\_
10. En una agencia de turismo ubicada en Barrancabermeja, le gustaría que dentro de los productos ofrecidos, vendiera servicios eco turísticos?  
SI\_\_\_ NO\_\_\_ EXCLUSIVIDAD\_\_\_\_\_
11. ¿Teniendo en cuenta sus respuestas anteriormente mencionadas, qué probabilidad hay que adquiera el servicio?  
LO ADQUIERO\_\_\_ ESPERO UN TIEMPO\_\_\_  
DUDO EN ADQUIRIRLO\_\_\_ NO LO ADQUIERO\_\_\_