

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TURISMO
ECOLÓGICO EN EL MUNICIPIO DE SUAITA SANTANDER**

MARIELA PORRAS CELIS
GLORIA ISABEL RUIZ PICO

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
SOCORRO
2005

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TURISMO
ECOLÓGICO EN EL MUNICIPIO DE SUAITA SANTANDER**

MARIELA PORRAS CELIS
GLORIA ISABEL RUIZ PICO

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

Directora
SIOMARA HERNÁNDEZ
Ingeniera Industrial

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
SOCORRO
2005

DEDICATORIA

A Dios Todo poderoso, que me permitió escalar un peldaño más en mi profesión. Me sustentó con el talento y la sabiduría para poder realizar este trabajo con excelencia.

A mis hijos, mi madre y mis sobrinos, que Dios los guarde y que su incansable ternura y apoyo sea la luz que me ilumine en el camino de la vida.

MARIELA

Al Todo Poderoso, que me permitió subir este importante peldaño en mi desarrollo personal.

A mi esposo, a mis hijos y a mi madre quienes con su comprensión y amor aportaron para alcanzar este logro. Que Dios los colme de bendiciones.

GLORIA ISABEL

AGRADECIMIENTOS

Las autoras del proyecto agradecen a:

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

A la directora del proyecto, ingeniera Siomara Hernández, quien con sus conocimientos nos guió para su elaboración.

A todas las personas e instituciones que con su apoyo y colaboración hicieron posible la culminación de este Proyecto.

CONTENIDO

	Pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	31
1. <u>GENERALIDADES</u>	33
1.1 <u>ANTECEDENTES</u>	33
1.1.1 Escala global del turismo	33
1.1.2 El turismo en Colombia	35
1.2 <u>DIAGNOSTICO DEL SECTOR</u>	37
1.3 <u>EVOLUCIÓN DEL SECTOR</u>	39
1.4 <u>CONTEXTO GEOGRÁFICO</u>	43
1.5 <u>MARCO DE REFERENCIA LEGAL</u>	46
2. <u>ESTUDIO DE MERCADOS</u>	47
2.1 <u>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</u>	47
2.2 <u>OBJETIVOS</u>	48
2.2.1 General	48
2.2.2 Específicos	48
2.3 <u>DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO</u>	50

2.3.1	Definición, usos y especificaciones del servicio	50
2.3.2	Productos sustitutos	51
2.3.3	Servicios complementarios	52
2.3.4	Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia	52
2.4	<u>MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO</u>	54
2.4.1	Mercado potencial	54
2.4.2	Mercado objetivo	54
2.5	<u>LA DEMANDA</u>	55
2.5.1	Necesidades de Información	55
2.5.2	Ficha Técnica	56
2.5.3	Tabulación y Presentación y Análisis de Resultados	59
2.5.4	Estimación de la Demanda	83
2.5.5	Evolución Histórica de la demanda del servicio	88
2.5.6	Proyección de la Demanda	88
2.6	<u>OFERTA</u>	91
2.6.2	Necesidades de Información	91
2.6.3	Ficha Técnica	92
2.6.3	Tabulación y presentación de resultados	93
2.6.4	Análisis de la Situación Actual de la Competencia	101
2.6.5	Proyección de la Oferta	102
2.7	<u>RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA</u>	103
2.8	<u>CANALES DE COMERCIALIZACIÓN</u>	104
2.8.1	Estructura de los Canales Actuales	104

2.8.2 Ventajas y Desventajas de los Canales Actuales	104
2.8.3 Selección de los Canales de Comercialización	105
2.9 PRECIO	106
2.9.1 Análisis de precios	106
2.9.2 Estrategias de fijación de precios	107
2.10 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	107
2.10.1 Objetivos de la publicidad	108
2.10.2 Logotipo	108
2.10.3 Lema	109
2.10.4 Análisis de medios	109
2.10.5 Selección de medios	110
2.10.6 Estrategias Publicitarias	110
2.10.7 Presupuesto de publicidad y promoción	111
2.11 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	114
3. ESTUDIO TÉCNICO	116
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	116
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	116
3.1.2 Factores que condicionan el tamaño del proyecto	119
3.1.3 Capacidad del Proyecto	122
3.2 LOCALIZACIÓN	126
3.2.1 Macro-localización	127
3.2.2 Micro-localización	127

3.3	<u>INGENIERÍA DEL PROYECTO</u>	123
3.3.1	Ficha técnica del servicio	132
3.3.2	Descripción técnica del proceso	133
3.3.3	Diagrama de procedimiento	136
3.3.4	Control de calidad	141
3.3.5	Recursos	142
3.3.6	Estudio de proveedores	150
3.3.7	Distribución de planta	152
3.3.8	Logística del servicio	154
3.4	<u>CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO</u>	156
4.	<u>ESTUDIO ADMINISTRATIVO</u>	158
4.1	<u>FORMA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA</u>	158
4.1.1	Forma Jurídica	158
4.1.2	Constitución Legal	159
4.2	<u>CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA</u>	166
4.2.1	Visión	166
4.2.2	Misión	166
4.2.3	Objetivos	167
4.2.4	Políticas	168
4.3	<u>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</u>	173
4.3.1	Organigrama	173
4.3.2	Descripción de funciones	174

4.3.3 Asignación salarial	182
4.4 <u>CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO</u>	184
5. <u>ESTUDIO FINANCIERO</u>	185
5.1 <u>INVERSIONES</u>	186
5.1.1 Inversión en activos fijos	186
5.1.2 Inversiones diferidas	189
5.1.3 Inversiones de capital de trabajo	190
5.1.4 Inversión total	201
5.1.5 Fuentes de financiamiento	202
5.2 <u>COSTOS</u>	202
5.2.1 Costos fijos	202
5.2.2 Costos variables	203
5.2.3 Costos totales unitarios	204
5.2.4 Precio del servicio	205
5.3 <u>PRESUPUESTO DE EGRESOS Y INGRESOS</u>	206
5.3.1 Egresos proyectados	206
5.3.2. Ingresos proyectados	207
5.4 <u>PUNTO DE EQUILIBRIO</u>	208
5.5 <u>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</u>	209
5.5.1 Presupuesto de Inversiones	210
5.6 <u>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</u>	211
5.7 <u>BALANCE GENERAL</u>	212
5.7.1 Presupuesto de Caja: Año 2006	212

5.7.2 Presupuesto de caja proyectado	214
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	219
6.1 IMPACTO SOCIAL	219
6.1.1 Contexto local y regional	219
6.1.2 Generación de empleo	220
6.2 IMPACTO AMBIENTAL	222
6.2.1 Estudio Legal	222
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	224
6.3.1 Valor Presente Neto (V.P.N.).	224
6.3.2 Tasa interna de retorno TIR con financiamiento	226
6.3.3 Periodo de recuperación	226
6.3.4 Cálculo de razones financieras	227
CONCLUSIONES GENERALES DEL ESTUDIO	232
RECOMENDACIONES	234
BIBLIOGRAFÍA	
EGRAFÍA	
ANEXOS	

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Interés en la actividad turística ecológica	60
Cuadro 2. Costumbre de visitar el Municipio de Suaita	60
Cuadro 3. Interés de conocer el municipio de Suaita y obtener servicios de ecoturismo cuando lo visite	62
Cuadro 4. Personas en promedio con quien viajaría el turista a Suaita	63
Cuadro 5. Participación en las actividades turísticas con todo el grupo acompañante	64
Cuadro 6. Integrantes del grupo: en las familias que no participarían con todo el grupo acompañante	65
Cuadro 7. Época característica del año para viajar de turismo a Suaita	66
Cuadro 8. Servicios turísticos que el usuario está dispuesto a adquirir	67
Cuadro 9. Servicios complementarios requeridos en la visita turística	68
Cuadro 10. Disposición de pago por persona, por cada actividad	69

Cuadro 11. Fuentes de información utilizada al adquirir los servicios turísticos	70
Cuadro 12. Aspectos agradables al hacer uso de los servicios turísticos	71
Cuadro 13. Aspectos desagradables al hacer uso de los servicios turísticos	72
Cuadro 14. Conocimiento del Municipio de Suaita y sus atractivos turísticos	73
Cuadro 15. Interés por conocer los atractivos turísticos y/o el portafolio de servicios que ofrece una empresa de la Región Comunera	74
Cuadro 16. Servicios de turismo ecológico adquiridos para Suaita y/o sus alrededores	75
Cuadro 17. Época del año apropiada para comercializar los servicios de turismo ecológico	76
Cuadro 19. Servicios que le gustaría adquirir las empresas de ecoturismo	77
Cuadro 20. Servicios en promedio adquiridos mensualmente por las empresas de turismo	78
Cuadro 21. Servicios adicionales que requieren las empresas de turismo ecológico	79
Cuadro 22. Disposición de pago en promedio por paquete de tres días	

y dos noches por persona (servicio de recreación, hotel y restaurante)	81
Cuadro 23. Requisitos exigidos para contratar servicios de turismo ecológico	82
Cuadro 24. Problemas presentados con los proveedores con los cuales ha contratado servicios de turismo	83
Cuadro 25. Cálculo de demanda potencial de familias interesadas en el servicio de ecoturismo	84
Cuadro 26. Cantidad de turistas según los integrantes del grupo	84
Cuadro 27. Servicios de ecoturismo según épocas del año	85
Cuadro 28. Servicios turísticos que la demanda de las colonias estaría dispuesta a adquirir al año por actividad	85
Cuadro 29. Servicios demandados a través de las empresas de turismo	86
Cuadro 30. Total servicios de ecoturismo demandados en el primer año	87
Cuadro 31. Desarrollo del Método de Mínimos Cuadrados	89
Cuadro 32. Cálculo proyectado del índice de crecimiento de agencias de viajes en Colombia	90
Cuadro 33. Proyección de la demanda del servicio	90
Cuadro 34. Servicios turísticos que ofrecen las empresas	93

Cuadro 35. Cantidad de servicios de turismo vendidos mensualmente	95
Cuadro 36. Precio promedio del servicio por persona	96
Cuadro 37. Servicios complementarios ofrecidos por las empresas de turismo	97
Cuadro 38. Épocas del año de mayor actividad turística	98
Cuadro 39. Formas de promoción del servicio preferidas por las empresas eco turísticas	99
Cuadro 40. Grupos potenciales de turistas de acuerdo a la temporada	100
Cuadro 41. Cantidad de servicios prestados por empresas de las provincias Guanentina y Comunera	101
Cuadro 42. Proyección de la oferta del servicio a nivel regional	102
Cuadro 43. Presupuesto para el programa de publicidad y promoción	112
Cuadro 44. Servicios turísticos demandados por las colonias Suaitanas	117
Cuadro 45. Servicios demandados a través de las empresas de turismo	118
Cuadro 46. Capacidad utilizada respecto a la diseñada	126
Cuadro 47. Ponderación de factores críticos	130

Cuadro 48. Recurso humano de la empresa de ecoturismo	143
Cuadro 49. Muebles y enseres de oficina	144
Cuadro 50. Requerimiento de equipo de computo y comunicaciones	144
Cuadro 51. Equipos y herramientas	145
Cuadro 52. Dimensiones de la empresa por áreas	152
Cuadro 53. Descripción de Funciones del Gerente	174
Cuadro 54. Descripción de Funciones del Guía Turístico	179
Cuadro 55. Descripción de Funciones del Auxiliar del Guía Turístico	180
Cuadro 56. Asignación Salarial para la Planta de Personal	183
Cuadro 57. Factor Prestacional a Cargo del Patrono	183
Cuadro 58. Equipo de Operación del Servicio	187
Cuadro 59. Muebles y Enseres de Oficina	187
Cuadro 60. Equipos de Oficina	188
Cuadro 61. Total Inversión Fija	189
Cuadro 62. Inversiones Diferidas	190

Cuadro 63. Insumos Necesarios en la Prestación del Servicio	192
Cuadro 64. Costo Mano de Obra Directa	194
Cuadro 65. Total Costos del Área Operativa del Servicio (primer año)	197
Cuadro 66. Presupuesto de Sueldos Administrativos (primer año)	198
Cuadro 67. Total Gastos Administrativos y de Ventas del Servicio	200
Cuadro 68. Inversión para Capital de Trabajo	201
Cuadro 69. Resumen Inversiones del Proyecto	201
Cuadro 70. Resumen de Costos y Gastos Totales	203
Cuadro 71. Costos Totales Unitarios de lo Servicios	204
Cuadro 72. Costos Totales Unitarios de los Servicios	205
Cuadro 73. Determinación del Precio Promedio por Paquete Ecoturístico	206
Cuadro 74. Presupuesto de Egresos Proyectados (en pesos)	207
Cuadro 75. Ingresos Proyectados (en pesos)	208
Cuadro 76. Parámetros para Determinar el Punto de Equilibrio	208
Cuadro 77. Flujo de Operación de los Servicios (en pesos)	210

Cuadro 78. Estado de Resultados con Inflación y Producción Variada	211
Cuadro 79. Cálculo de obligaciones laborales por pagar a final de 2006	213
Cuadro 80. Presupuesto de Caja para el Primer Año	214
Cuadro 81. Proyección de Obligaciones Laborales por Pagar	214
Cuadro 82. Programa de Amortización de Depreciaciones y Diferidos	215
Cuadro 83. Flujo de Caja Proyectado	216
Cuadro 84. Balance General Proyectado	218

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Interés en la actividad turística ecológica	60
Gráfico 2. Costumbre de visitar el Municipio de Suaita	61
Gráfico 3. Interés de conocer el municipio de Suaita y obtener servicios de ecoturismo cuando lo visite	62
Gráfico 4. Personas en promedio con quien viajaría el turista a Suaita	63
Gráfico 5. Participación en las actividades turísticas con todo el grupo acompañante	64
Gráfico 6. Integrantes del grupo: en las familias que no participarían con todo el grupo acompañante	65
Gráfico 7. Época característica del año para viajar de turismo a Suaita	66
Gráfico 8. Servicios turísticos que el usuario está dispuesto a adquirir	67
Gráfico 9. Servicios complementarios requeridos en la visita turística	68
Gráfico 10. Disposición de pago por persona, por cada actividad	69

Gráfico 11. Fuentes de información utilizada al adquirir los servicios turísticos	70
Gráfico 12. Aspectos agradables al hacer uso de los servicios turísticos	71
Gráfico 13. Aspectos desagradables al hacer uso de los servicios turísticos	72
Gráfico 14. Conocimiento del Municipio de Suaita y sus atractivos turísticos	73
Gráfico 15. Interés por conocer los atractivos turísticos y/o el portafolio de servicios que ofrece una empresa de la Región Comunera	74
Gráfico 16. Servicios de turismo ecológico adquiridos para Suaita y/o sus alrededores	75
Gráfico 17. Época del año apropiada para comercializar los servicios de turismo ecológico	76
Gráfico 19. Servicios que le gustaría adquirir las empresas de ecoturismo	77
Gráfico 20. Servicios en promedio adquiridos mensualmente por las empresas de turismo	79
Gráfico 21. Servicios adicionales que requieren las empresas de turismo ecológico	80
Gráfico 22. Disposición de pago en promedio por paquete de tres días	

y dos noches por persona (servicio de recreación, hotel y restaurante)	81
Gráfico 23. Requisitos exigidos para contratar servicios de turismo ecológico	82
Gráfico 24. Problemas presentados con los proveedores con los cuales ha contratado servicios de turismo	83
Gráfico 25. Servicios turísticos que ofrecen las empresas	94
Gráfico 26. Cantidad de servicios de turismo vendidos mensualmente	95
Gráfico 27. Precio promedio del servicio por persona	96
Gráfico 28. Servicios complementarios ofrecidos por las empresas de turismo	97
Gráfico 29. Épocas del año de mayor actividad turística	98
Gráfico 30. Formas de promoción del servicio preferidas por las empresas eco turísticas	100
Gráfico 31. Grupos potenciales de turistas de acuerdo a la temporada	101
Gráfico 32. Canales de comercialización del servicio	106
Gráfico 33. Logotipo empresa de ecoturismo Jardín del Sol Ltda.	108
Gráfico 34. Macro-localización de la empresa de ecoturismo	127

Gráfico 35. Procedimiento visitas a sitios de interés arqueológico	137
Gráfico 36. Procedimiento Caminatas Ecológicas y Visitas a Fincas Productivas	138
Gráfico 37. Procedimiento Cabalgatas de Integración	139
Gráfico 38. Procedimiento Deportes Extremos	140
Gráfico 39. Distribución de planta	153
Gráfico 40. Diagrama para la Contratación de Personal	170
Gráfico 41. Organigrama de la empresa Jardín del Sol Ltda.	174
Gráfico 42. Punto de Equilibrio para el Primer Año	209
Gráfico 43. Mapa Conceptual de Ecoturismo	222
Gráfico 44. Diagrama de Flujo para la Evaluación Económica con Inflación y con Prestación Variada de Servicios (miles de pesos)	225

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Demanda insatisfecha del servicio	103
Tabla 2. Ventajas y Desventajas de los Canales Actuales	105
Tabla 3. Capacidad total diseñada (servicios /año)	123
Tabla 4. Capacidad instalada de servicios /año	124
Tabla 5. Capacidad utilizada y proyectada del servicio de ecoturismo	125
Tabla 6. Selección y definición de factores	128
Tabla 7. Determinación de la ubicación	132
Tabla 8. Ficha técnica del servicio	132
Tabla 9. Programa de Servicios de Ecoturismo	191
Tabla 10. Materiales Indirectos del Servicio	194
Tabla 11. Depreciación y Amortización de Activo Fijo y Diferido	195

Tabla 12. Costos Generales del Servicio	196
Tabla 13. Presupuesto de Otros Gastos Administrativos y de Ventas	199
Tabla 14. Total Costos y Gastos Fijos del Proyecto	202
Tabla 15. Total Costos y Gastos Variables del Proyecto	203
Tabla 16. Flujo de Inversiones (en pesos)	210
Tabla 17. Flujo Neto de Caja Proyectado (miles de pesos)	211
Tabla 18. Generación de Empleo Directo e Indirecto del Proyecto	221
Tabla 19. Periodo de Recuperación de la Inversión (miles de pesos)	227

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta dirigida a integrantes de las colonias de Suaita, residentes en Bogotá y Bucaramanga	239
Anexo B. Encuesta dirigida a las empresas de turismo ecológico Ubicadas en las ciudades de Bucaramanga y Bogotá	241
Anexo C. Encuesta dirigida e empresas que ofrecen servicio de turismo ecológico en las provincias Guanentina y Comunera	243
Anexo D. Listado de la colonia Suaitana residente en Bucaramanga	245
Anexo E. Listado de la colonia Suaitana residente en Bogotá	249
Anexo F. Listado de empresas de turismo de Bogotá	250
Anexo G. Listado de empresas de turismo de Bucaramanga	255
Anexo H. Empresas de turismo ecológico de las provincias comunera y Guanentina (oferta)	256
Anexo I. Portafolio de servicios de la empresa Jardín del Sol Ltda.	257
Anexo J. Lugares de interés ecológico y cultural del municipio de Suaita	259

GLOSARIO

ARQUEOLOGÍA: ciencia que estudia lo que se refiere a las artes, a los monumentos y a los objetos de la antigüedad, especialmente a través de sus restos.

APERO: conjunto de accesorios que forman el aparejo de las bestias de carga o de montar.

BIODEGRADABLE: Que puede ser degradado por acción biológica.

CASCADA: salto de agua, desnivel pronunciado en la corriente de un río.

CLIMA: conjunto de los distintos estados atmosféricos que suelen producirse a lo largo del año en un territorio y que lo caracterizan

CUEVA: cavidad de desarrollo predominantemente horizontal, de dimensiones variables, originadas por fenómenos naturales.

ECOTURISMO: el Ecoturismo es aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. El Ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos.

ESPELEOLOGÍA: ciencia que estudia la naturaleza, el origen y formación de las cavernas, y su fauna y flora.

FAUNA: conjunto de animales que ocupan una región geográfica concreta.

FLORA: conjunto de las especies vegetales que ocupan un determinado territorio.

MIRADOR: sitio elevado en un lugar natural privilegiado, desde el que se puede contemplar un paisaje.

MONTURA: cabalgadura (bestia en que se puede cabalgar).

PAQUETE TURÍSTICO: conjunto de servicios de turismo que se ofrecen o de requisitos que se exigen.

PARAJE: zona, lugar alejado.

PIQUETE: merienda campestre.

PLANICIE: llanura extensa.

RAPPEL: técnica de descenso en cuerdas a través de formaciones rocosas.

SEMOVIENTE: Animal de granja. Entre los semovientes, se encuentran las mulas, caballos, vacas y ovejas.

SOSTENIBLE: Dicho de un proceso: Que puede mantenerse por sí mismo, como lo hace, p. ej., un desarrollo económico sin ayuda exterior ni merma de los recursos existentes.

TORRENTISMO: técnica de descenso en cuerdas en presencia de una caída de agua ó cascada

TURISMO: conjunto de acciones y relaciones que se originan cuando se efectúa el

desplazamiento de personas fuera de los confines de su residencia habitual, con fines de ocio, negocio, aventura, personales, religiosos, de salud, placer, profesionales, etc.

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TURISMO ECOLÓGICO EN EL MUNICIPIO DE SUAITA SANTANDER*

AUTORES: MARIELA PORRAS CELIS Y GLORIA ISABEL RUIZ PICO**

PALABRAS CLAVES: ecoturismo, actividades ecoturísticas, turismo ecológico, recreación

El presente estudio tiene como objeto determinar la viabilidad de crear una empresa de ecoturismo en el municipio de Suaita Santander que satisfaga las necesidades y expectativas de los usuarios que buscan recreación, esparcimiento y educación en los atractivos naturales locales, a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos.

Su metodología descriptiva está orientada a verificar la existencia de una demanda potencial insatisfecha de personas que gustan del turismo ecológico dentro de las colonias Suaitanas residentes en Bogotá y Bucaramanga, así como de empresas de ecoturismo que funcionan en estas ciudades; verificando la posibilidad técnica para la prestación del servicio, descartando inconvenientes a nivel de recursos, requisitos administrativos y legales de constitución, y finalmente demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo su realización.

La demanda insatisfecha del servicio fue determinada con base al total de la demanda potencial establecida en el estudio de mercados en razón a la ausencia de oferta de servicios ecoturísticos a nivel del área de estudio, la cual equivale a 95% por parte de las colonias Suaitanas y del 28% para empresas de ecoturismo de Bogotá y Bucaramanga; por otra parte, se demostró que se domina la logística del servicio, funcionamiento y operatividad del proyecto, y la evaluación financiera resultó atractiva con un V.P.N. de \$2.888.428 y T.I.R de 22,5%, augurando su éxito desde el comienzo de actividades y originando un impacto social positivo sobre el sector turístico, hotelero y población en general involucrada en el mismo; por lo cual se recomienda llevar a cabo su realización.

* Proyecto de grado.

** Instituto de Educación a Distancia, Gestión Empresarial, Ingeniera Siomara Hernández.

SUMMARY

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF AN OF ECOLOGICAL TOURISM COMPANY IN SUAITA SANTANDER*

AUTHORS: MARIELA PORRAS CELIS AND GLORIA ISABEL RUIZ PICO**

KEY WORDS: ecoturismo, ecoturística activities, ecological tourism, recreation

The present research has like object to determine the viability of creating a company in “ecoturismo” in Suaita Santander that satisfies the necessities and expectations of the users which look for recreation, amusement and education in the local and natural attractions, through the observation, study of the natural values and cultural aspects related with them.

The descriptive methodology is guided to verify the existence of an unsatisfied potential demand of people which like the ecological tourism inside the Suaitanas colonies residents in Bogotá and Bucaramanga, as well as ecoturismo companies that work in these cities; verifying the technical possibility for the benefit of the service, discarding obstacles at level of resources, administrative and legal requirements of constitution, and demonstrate that it is profitable to carry out its realization.

The unsatisfied demand of the service was determined with base to the total of the potential demand settled down in the study of markets and the absence of offert in ecoturística services at level of the study area, which is equal to 95% about the Suaitanas colonies 28% for ecoturismo companies. From Bogotá and Bucaramanga; on the other hand, it was demonstrated that restrains the logistics of the service, operation and operability of the project, and the financial evaluation was attractive with a V.P.N. of \$2.888.428 and T.I.R of 22,5%, opening its success from the beginning of activities and originating a positive and social impact on the tourist, hotel sector and involved population in it which is requirement to do it.

* Proyecto de grado

** Instituto de Educación a Distancia, Gestión Empresarial, Ingeniera Siomara Hernández.

INTRODUCCIÓN

[Regresar](#)

El turismo ecológico o ecoturismo se define como aquella forma de turismo especializado y dirigido, que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. El Ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos, que produce un impacto mínimo sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza.

Para el gobierno nacional el ecoturismo tiene un significado importante. Lo entiende como un instrumento de protección y cuidado de las áreas con esta vocación y como la gran oportunidad de crecimiento de la conciencia del país hacia una sostenibilidad en el uso de los recursos naturales, así como la apertura de nuevas posibilidades económicas que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida.

El objetivo general del presente estudio consiste en determinar la factibilidad de la creación de una Empresa de Turismo Ecológico en el Municipio de Suaita, con miras a buscar el desarrollo del Municipio de Suaita, generando empleo y mejorando las fuentes de ingresos propios y de la comunidad; de manera que permita despertar el interés de propios y extraños por conocer y aprovechar los recursos naturales y la riqueza productiva de esta región Santandereana.

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

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

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

La importancia del presente proyecto está relacionado directamente con el desarrollo económico y social del municipio y la región, teniendo en cuenta la relevancia que ha alcanzado la actividad ecoturística en Colombia en los últimos años, en paralelo con el gran potencial de atractivos turísticos que ofrece el municipio y la disponibilidad de infraestructura física óptima para atender a la población local, colonias residentes en otras ciudades del país y agencias de viajes de ecoturismo.

1. GENERALIDADES

1.1 ANTECEDENTES

[Regresar](#)

1.1.1 Escala global del turismo¹. En 1994 la OMT estimó la existencia de 528,4 millones de turistas que generaban 321.466 millones de dólares en ingresos. Para los países desarrollados y en vías de desarrollo es una fuente importante de ganancia de divisas, una fuente de ingresos personales, un generador de empleo y un contribuyente a los ingresos del estado. El volumen de la actividad turística en una base global no está distribuido uniformemente; la OMT estimó en 1992 que el 62% de las actividades turísticas se producían entre países desarrollados. Esta estadística ilustra el hecho de que el turismo es disfrutado sobre todo por residentes de países desarrollados que poseen los ingresos necesarios, el tiempo libre suficiente y la motivación para viajar.

Además del turismo por vacaciones hay también un importante mercado de turismo de negocios. Los viajeros por negocios utilizan el transporte, el alojamiento y los servicios en forma similar a los viajeros que van de vacaciones. Sin embargo, como sus gastos son más de negocios que personales, aunque su estancia sea más corta en general, tienden a efectuar muchos más desembolsos por visita que los viajeros vacacionales. En la actualidad se ha desarrollado un sub-mercado especialista, el sector de reuniones, incentivos, convenciones y exposiciones,

¹ BIBLIOTECA DE CONSULTA. Microsoft Encarta, 2004.

representado en muchos países del mundo. En casi todas las ciudades importantes pueden encontrarse centros cualificados de convenciones y exposiciones. En 1994 se estimó que este mercado generó 97.000 millones de dólares en ingresos globales.

El rápido crecimiento del turismo internacional se ve reflejado en el incremento de los miembros de la OMT, que en 1995 contaba con 125 países miembros y 250 miembros afiliados. Con algunas excepciones, la mayoría de los países han establecido una Organización Nacional del Turismo (ONT), generalmente promovida por el Estado. Estas organizaciones son el foco de la actividad del gobierno y el sector privado para representar en el extranjero las ventajas turísticas del país. El apoyo gubernamental a las ONT se basa en la necesidad de asegurar los beneficios económicos derivados del turismo. La importancia del turismo como entrada de moneda extranjera se ve con claridad en países como la India y Tailandia, donde el turismo es la primera fuente de ingresos de divisas. España, donde el turismo tiene una importancia económica de primera magnitud, recibió en 1995 la visita de 51 millones de turistas.

En los últimos años, las ventajas económicas ya no son el único criterio para apoyar el desarrollo del turismo; éste está cada vez más unido al concepto de sostenibilidad. Un turismo sostenible puede definirse como "un proceso que permite que se produzca el desarrollo sin degradar o agotar los recursos que posibilitan ese desarrollo". La sostenibilidad en el turismo, como concepto, se define como 'eco-turismo', 'turismo verde', o 'turismo responsable'. Cualquiera que sea su descripción, se considera como un medio de reconocer que la Tierra posee recursos limitados y que el turismo, como en otros sectores, tiene límites para el desarrollo, sobre todo en lugares específicos. Hoy preocupa mucho el uso turístico de los parques de animales de Kenia, el deterioro de la Gran Barrera de Arrecifes de Australia y el daño causado por los montañeros o alpinistas irresponsables en las áreas montañosas del Nepal. La interdependencia del turismo, la cultura y el

medio ambiente se ha convertido en una consideración crítica al formular las políticas turísticas. La sostenibilidad no sólo se aplica a los proyectos turísticos a pequeña escala; es igualmente importante, si no más, en zonas donde existe un gran volumen de turistas, como en los países de la cuenca del Mediterráneo, donde la contaminación medioambiental es de la mayor importancia.

No hay ninguna razón para creer que el turismo declinará como actividad internacional en el futuro. Todo se inclina a suponer que aumentará para convertirse en un aspecto significativo del desarrollo económico y social en muchos países.

1.1.2 El turismo en Colombia. En Colombia en el año de 1931, durante el Gobierno del Doctor Enrique Olaya Herrera, puede decirse que es cuando comienza la historia del turismo en Colombia, ya que en este año se promulga la ley 86, destinada al fomento del turismo.

A partir de 1957 se crea la Empresa Colombiana de Turismo S.A., por decreto de Octubre 29 del mismo año. A partir de ese año la industria del turismo toma forma con la creación de la Empresa colombiana de Turismo S.A., que da paso a un organismo netamente oficial con todas las facultades y prerrogativas indispensables para llevar a cabo el tan anhelado desarrollo turístico colombiano. Como antecesor de la Corporación Nacional de Turismo.

Características turísticas- Aspectos generales

Número de turistas internacionales: 530.000 (OMT, 2.000)

Llegadas de turistas por recreo, ocio y vacaciones. 135.000 (OMT, 99).

Llegadas de turistas por negocios. 441.000 (OMT, 99).

Número de habitaciones en hoteles. 54.242 (OMT, 99).

Número de plazas-cama en hoteles. 103.060 (OMT, 99).

Ingresos en divisas por turismo. 1.028 mil US\$ (OMT, 2.000).

Gasto medio por turista. US\$ 800.

Número de Agencias de Viaje: En enero 1998 estaban operando en Colombia 904 Agencias de Viaje, 355 con licencia IATA y 458 asociadas a la Asociación Nacional de Agencias de Viajes, ANATO. Las más importantes son Aviatur, T.M.A., Sergar, Viajar Ltda. y Viajes Calitour.

Un crecimiento del 7% en la tasa de ocupación hotelera y un incremento del 21.15% en la participación de restaurantes y hoteles en el PIB durante 2.003, en relación con 2.002, constituyen los síntomas más claros de la recuperación que viene mostrando el sector turístico colombiano, según cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo².

El primer semestre del año 2.004, fue calificado por el sector turístico colombiano, como uno de los mejores de los últimos años. Las cifras así lo indican: las ventas de las agencias de viajes aumentaron 6%, las de los hoteles el 10% y las de tiquetes en cruceros en un 48%.

Hacia el interior del país el balance es positivo, ya que el número de turistas que visitó los parques nacionales, creció 18% y el transporte aéreo internacional aumento 11.5%. Entre enero y junio del 2.004 las ventas registraron un incremento del 6.27% con \$496.785 millones.

² www.anato.com.co

La ocupación hotelera también creció positivamente. Las caravanas turísticas han sido parte de este logro siendo las ciudades de Bogotá, Cartagena, Medellín, Cali y Barranquilla, las de niveles más altos en porcentajes de ocupación.

El número de visitantes a los principales parques nacionales, también registró cifras positivas en el primer semestre de 2004, frente al mismo período de 2003. En 18.2% creció la movilización de turistas hacia esos complejos.

“El buen balance que registró el sector en los primeros seis meses de este año, también se debe al mejoramiento de la economía. El PIB aumentó 4.5% en el segundo trimestre de este año”, expresó el presidente de ANATO.³

1.2 DIAGNOSTICO DEL SECTOR

[Regresar](#)

“El turismo es una actividad que por sus características genera grandes transformaciones en el entorno de la comunidad receptora. Es quizá uno de los campos de actividad humana en el que se involucran todos los actores de una comunidad quienes de alguna manera se van a ver afectados positiva o negativamente” .⁴

El mercado del ecoturismo se presenta como una alternativa de ingresos autosostenibles y de utilización de recursos ambientales de forma amigable.

Colombia cuenta con cuatro regiones con potencial para el mercado de inversión, como la Costa Pacífica, el Amazonas, la Zona Cafetera y la Costa Atlántica, y una de las posibilidades más claras de ecoturismo en Colombia se encuentra en los Parques Nacionales Naturales. El desarrollo del sector para convertirse en un

³ www.elpaís.com.co

⁴ BIBLIOTECA DE CONSULTA. Microsoft Encarta, 2004.

mercado de gran potencial, dependerá en buena medida de la solución de los problemas de orden público.

El Municipio de Suaita, se ha visto enfrentado a una serie de situaciones que han ido deteriorando fuertemente su economía, debido a que tanto los pocos hoteles como los restaurantes se han ido quedando sin clientes y los comerciantes y productores cada vez tienen menos demanda de sus productos, razón por la cual el nivel de vida del Suaitano es cada vez más precario, quedando atrás ese panorama floreciente del municipio cuando contaba con la Fábrica de Hilados y Tejidos de San José de Suaita, que lo constituía en la cuna de la industrialización de Santander, y con algunas otras entidades como La empresa de transportes Trans Suaita, El Banco de Colombia, INCORA, el ICA, La Secretaría de Agricultura y La Caja de Crédito Agrario.

La indiferencia y la falta de sentido de pertenencia, ha ocasionado pérdida de la cultura del municipio, poca concurrencia de visitantes, emigración de sus habitantes hacia otras localidades en búsqueda de mayores oportunidades para sacar adelante a sus familias, situación a la que si no se le busca una solución, ocasionará la pérdida de categoría del municipio.

Al tiempo que el habitante Suaitano va emigrando hacia otros lugares en búsqueda de mejores oportunidades de supervivencia, los que quedan, y aquellos que de vez en cuando vienen a visitar a sus familias, no encuentran qué hacer en sus días de descanso, aparte de visitar la recién construida piscina municipal, el Alto de la Cruz y La Cascada de los caballeros, desconociendo lugares como las Cuevas del Nitro, el Hoyo Soplador, la Cuevas de Gualí, entre otros sitios. Situación que ha creado desánimo en sus habitantes, incitándolos a vicios que han ido deteriorando el nivel de vida de los habitantes del municipio.

La creación de una Empresa de Turismo Ecológico en el Municipio de Suaita, que

atraiga la atención de propios y extraños, a su riqueza natural y a sus zonas productivas, constituirá una solución para la reactivación de la economía en aras de buscar el desarrollo del municipio y el mejoramiento de las condiciones de vida de sus habitantes.

1.3 EVOLUCIÓN DEL SECTOR

[Regresar](#)

En Colombia ha evolucionado una clara conciencia de sus riquezas naturales y el potencial irremplazable que estas realizan para el desarrollo. Ha crecido tanto el deseo de sus habitantes por conocer y disfrutar de las fuentes de biodiversidad del país como el interés de las comunidades representativas que las alojan, quienes ven en ellas amplias posibilidades de aprovechamiento. Se proyecta que el renglón del turismo genera el 10% del PIB mundial, el 10,6 % en empleo productivo, 8% de los ingresos de las exportaciones y el 10,7% en inversiones mundiales de capital.

El desarrollo turístico genera transformaciones tanto en el entorno como en la comunidad misma, involucrándola por una parte inevitablemente en los posibles efectos de la actividad y por otra responsabilizándola por su compromiso y participación activa en el desarrollo municipal. Es aquí donde se señala además, la participación de la comunidad como un componente decisivo en la planeación del desarrollo turístico local y precisa su papel para el mejoramiento de la calidad de vida, protección del entorno y reconocimiento de los valores naturales, sociales y culturales del lugar acorde al compendio hecho sobre el papel de la comunidad y el valor de su intervención en el desarrollo turístico local.

El Ecoturismo es aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible.

El Ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio y la admiración de los valores naturales y de los espacios culturales relacionados con ellos. Por lo tanto, el ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia y beneficios destinados al apoyo y fomento de la conservación de las áreas naturales en las que se realiza y a las comunidades aledañas".

Consientes de la necesidad de crear una cultura de la planeación como instrumento orientador que trascienda gobiernos y personas, para tal fin se formula el **PLAN ESTRATEGICO DE ECOTURISMO** en el ámbito nacional, que identifica unas áreas temáticas prioritarias aplicables en nuestro país y establece los lineamientos preliminares para un trabajo conjunto de planificación y desarrollo regional y local.

La puesta en marcha de muchas de estas acciones es impensable sin la activa participación, o incluso el protagonismo exclusivo de diversas instituciones publicas y privadas y de la sociedad en general. En este sentido, el Sistema de Parques Nacionales Naturales tiene una especial responsabilidad, al recaer sobre ellas competencias en cuyo ámbito se enmarcan estas medidas.

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 el ecoturismo está inmerso en un mercado variado de servicios, 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 convierta en una actividad continua que promueva la riqueza del país.

En Colombia hay 10 mil destinos ecoturísticos, pero la mayoría de sus habitantes no tiene la posibilidad de recorrerlos. Para un país que tiene el honor de ser el segundo en biodiversidad en el mundo, que cuenta con dos océanos y todas las posibilidades naturales, su clarísima fuente de riqueza futura está en el turismo ecológico. Por supuesto, si hay paz.

Colombia cuenta con cuatro regiones con potencial para el mercado de inversión, como la Costa Pacífica, el Amazonas, la Zona Cafetera y la Costa Atlántica, y una de las posibilidades más claras de ecoturismo en Colombia se encuentra en los Parques Nacionales Naturales. El desarrollo del sector para convertirse en un mercado de gran potencial, dependerá en buena medida de la solución de los problemas de orden público.

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.

Son muchos los beneficios que se desprenden de un programa de cultura turística, dado que más allá de los intereses turísticos, contar con una comunidad que conozca en sus valores la localidad, es contar con un ambiente propicio para toda opción de desarrollo.

Colombia es un país de grandes riquezas naturales y culturales susceptibles de convertirse en atractivos turísticos, y se estima que este sector, que representa un 2% de su PIB podría crecer hasta un 9% si mejorara la situación del país.

Son pocos los países que ostentan tanta variedad de recursos naturales como Colombia; playas de arena blanca, montañas, cumbres nevadas, llanuras interminables, selvas, vegetación exótica, zonas arqueológicas, ciudades modernas y pueblos apacibles de sabor colonial que parece haberse quedado suspendidos en el tiempo. Y está desde luego su gente, amable y acogedora.⁵

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes del país y en especial de la región Santandereana, que no solo impacta el sector económico sino además influye fuertemente en los resultados de otros sectores, en un aumento en la calidad de vida de sus habitantes y en conservación de los atractivos naturales y del medio ambiente.

El estudio de factibilidad para la creación de una Empresa de Turismo Ecológico en el Municipio de Suaita, conlleva a aplicar las nociones adquiridas en el desarrollo de la carrera de gestión empresarial, y permite tener las bases para dar a conocer las ventajas agro-climáticas, la producción, procesos y los recursos

⁵ www.turismoencolombia.com.co

naturales con los cuales cuenta la zona en aras de halonar la economía local. Así mismo, se plantea que inversionistas y turistas reactiven la creación de hoteles, restaurantes y el rescate de productos típicos para su comercialización; y la concientización en sus habitantes de su rico entorno y las formas de conservarlo, para contribuir a la solución de una de las causas de mayor emigración del municipio, como es la falta de oportunidades de trabajo, en búsqueda de la recuperación cultural y al desarrollo del municipio.

1.4 CONTEXTO GEOGRÁFICO

[Regresar](#)

El Departamento de Santander situado en la región andina colombiana, tierra de aventura, cuya capital Bucaramanga, la ciudad Bonita o también la Ciudad de los parques, está dividido en las siguientes provincias:

- Provincia de García Rovira
- Provincia de mares
- Provincia de Soto
- Provincia Guanentina
- Provincia de Vélez
- Provincia Comunera

A continuación se señalan algunos aspectos importantes de las provincias que conforman el área de influencia del proyecto:

- ❖ **Provincia Guanentina:** su capital es la Ciudad de San Gil este rincón de Santander posee sitios de gran interés turístico, como el Municipio de Barichara (Monumento Nacional), los municipios de San Gil, Valle de San José y el Páramo cuya actividad turística principal está enfocada en los deportes

extremos como el canotaje y el parapente y el rappel. El Páramo es una Población de gran afluencia turística por el Santuario que existe allí a la Virgen de la Salud su fiesta se celebra el 2 de Febrero, Charalá, considerado la despensa agrícola más grande del departamento, es importante por que allí se encuentra el parque santuario de Virolín, una reserva natural que en estos momentos de la historia es habitado por la comunidad de los TAO.

- ❖ **Provincia de Vélez:** cuya capital es Vélez, la ciudad dulce allí se destaca el festival de la Guabina, del Torbellino y del bocadillo. La feria de Vélez es un acontecimiento importante en la región y se celebra del 5 al 7 de Agosto y cierra estas festividades con su tradicional desfile de las flores.

- ❖ **Provincia Comunera:** su capital es la Ciudad del Socorro, lugar de gran importancia en la historia por la revolución de los comuneros. Esta provincia está conformada diez y seis municipios entre los que se destacan Socorro, Simacota, Chima, Oiba. Guadalupe y **SUAITA**, que es un municipio de fácil acceso, con un clima acogedor, recursos hídricos invaluable y panorámica espectacular.

El municipio de Suaita, se ubica sobre la cordillera oriental, al sureste del departamento de Santander, en los límites entre los departamentos de Santander y Boyacá, en un área de 280 kilómetros cuadrados, con pisos térmicos templado y frío dado que se localiza desde 1.100 metros hasta 2.400 metros sobre el nivel del mar (promedio 1.250 metros sobre el nivel del mar).

Su extensión territorial se distribuye en cuatro centros poblados, 18 veredas y la cabecera municipal, localizada a 06 ° 06´ 12” de latitud norte y 73 ° 26´ 45” de longitud oeste². Dista de Bucaramanga 190 kilómetros y 254 Km. de Bogotá.

Limita por el norte con Guadalupe y Oiba, por el este con Charalá, por el sur con Gámbita y el departamento de Boyacá (Santana y Chitaraque) y por el oeste con San Benito.

Las cotas sobre el nivel del mar en que se ubica el municipio (desde 1100 hasta 2400 metros) ofrecen los pisos térmicos templado y frío y, con ello, amplia variedad de flora desde el moral de los climas cálidos hasta el frailejón de los fríos. El Municipio de Suaita, cuenta con un conjunto excepcional de condiciones para su desarrollo por su agradable clima, calidad en sus tierras, fauna y flora abundante, y la belleza natural de sus paisajes. Recursos que le permiten poseer zonas excelentes para diversos cultivos entre los que se destacan el cultivo de Caña de Azúcar, Café, Cítricos etc. y el desarrollo de la ganadería. En la parte turística posee variados sitios de interés arqueológico, que en la actualidad son de conocimiento solo de aquellas pocas personas curiosas que los buscan por deporte y esparcimiento particular.

Suaita posee recursos turísticos de carácter natural por su belleza paisajística, reservas naturales y edificaciones con valor arquitectónico e histórico.

Entre los eventos más importantes que se desarrollan en Suaita, se da especial relevancia a su feria que se celebra a partir del 2 de Febrero en honor a La Virgen de la Candelaria patrona de Municipio, Dentro del certamen ferial la exposición equina se ha caracterizado como una de las mejores de la región por la calidad de los ejemplares que presentan. Suaita ha desconocido esas ventajas que podrían convertirse en motor de desarrollo para el municipio, dejando en el papel el Acuerdo del Concejo Municipal No. 028 de Diciembre 2 de 1996, por el cual se crea la oficina de Cultura, Turismo y Recreación del Municipio de Suaita, con la misión de ser un lugar para planear, coordinar, organizar y controlar las actividades relacionadas con el turismo y la recreación. Oficina que no está en funcionamiento; hasta ahora solo está en el papel y el estudio realizado por un

grupo de alumnos de la UDES, acerca del rescate de los sitios turísticos de Suaita, el cual reposa como una reliquia en la Casa de la Cultura del Maestro Luís Alberto Acuña, de este Municipio.

1.5 MARCO DE REFERENCIA LEGAL

[Regresar](#)

El sector turístico colombiano encuentra su principal reglamentación en la ley 300 de 1996, “**Ley General de Turismo**”, la cual ha sido reglamentada por varios decretos, entre los que se destacan:

- Decreto 503 de 1997 por el cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de guías de turismo de que trata el artículo 94 de la Ley 300 de 1996.
- Decreto 504 de 1997 por el cual se reglamenta el registro nacional de turismo de que trata el artículo 61 62 de la ley 300 de 1997 (Registro Nacional de Turismo).
- Decreto 505 de 1997 por el cual se reglamenta parcialmente la l3 y 300 de 1996. (Fondo de Promoción turística).
- Decreto 1075 de 1997 por el cual se señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos.
- Decreto 1076 de 1997 por el cual se reglamenta el sistema de tiempo compartido turístico.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

[Regresar](#)

Al pasar de los años, especialmente a partir de 1.980, cuando se acabó La Fábrica de Hilados y Tejidos de San José de Suaita, el municipio de Suaita, se ha enfrentado a la emigración permanente de sus hijos en búsqueda de mejores oportunidades, debido a que tras la desaparición de la fábrica, poco a poco han ido levantando las pocas fuentes de empleo que quedaban como eran las entidades gubernamentales como La secretaría de Agricultura, el ICA, la Caja de Crédito Agrario y otras particulares como la empresa Transuaita y algunas empresas manufactureras. Además la caída del puente de Mamaruca en el año 1989, que comunicaba con los municipios de La Paz, la Aguada y San Benito, ocasionó el desplazamiento del comercio hacía el Municipio de Barbosa por la facilidad del transporte y la diversidad de mercado, afectando de esta manera toda la economía municipal.

Por lo anterior, y en búsqueda de generar mayor bienestar al habitante Suaitano y la recuperación del panorama floreciente que tuvo en antaño, aprovechando la variedad geográfica con la que cuenta el municipio, se plantea el estudio de una serie de condiciones que podrían constituir una oportunidad para impulsar la economía hacia la Actividad Turística, como motor de desarrollo económico y cultural, así:

Marcado interés del ciudadano por conocer y disfrutar de los recursos naturales y costumbres de una región.

Promoción de los principios de las organizaciones internacionales de desarrollo sostenible, que buscan fomentar la protección ambiental y el uso sustentable de los recursos naturales e involucrar a la ciudadanía en la gestión ambiental.

Solicitud ante el Sena, por parte de las autoridades educativas de implantar la modalidad de turismo ecológico, adicional a la agropecuaria que es la actual en el colegio Lucas Caballero.

Variedad productiva, lugares naturales de gran atractivo, patrimonio histórico y cultural; condiciones de sana convivencia y orden público, que deben ser fomentadas y desarrolladas.

Todos estos aspectos, muestran una situación interesante para desarrollar un estudio y medir las diferentes variables que determinen la demanda de este tipo de servicio y de esta manera conocer la factibilidad del mercado de una empresa de turismo ecológico en Suaita.

2.2 OBJETIVOS

[Regresar](#)

2.2.1 General. Realizar un estudio para conocer las características de la demanda y oferta de servicios de turismo ecológico en el municipio de Suaita Santander, desarrollando para tal fin un paquete integral de servicios que despierten el interés de las empresas turísticas regionales y las colonias Suaitanas residentes en Bogotá y Bucaramanga.

2.2.2 Específicos

➤ De la demanda

- ✓ Cuantificar e identificar grupos interesados en participar en actividades de ecoturismo.
- ✓ Investigar que empresas ofrecen servicio de turismo ecológico hacia el interior del país y cuantas estarían interesadas en realizar intercambio de paquetes.
- ✓ Determinar las necesidades y características del ecoturista.
- ✓ Conocer los servicios que ofrecen las empresas de turismo ecológico y los servicios que más tienen demanda.
- ✓ Determinar el presupuesto que manejan los turistas para actividades ecológicas y de recreación sana.
- ✓ Conocer las tarifas manejadas por las empresas de turismo ecológico.

➤ De la oferta

- ✓ Determinar la existencia de empresas ubicadas en la región Comunera y Guanentina, que ofrezcan servicios de turismo ecológico.
- ✓ Consultar los servicios ofrecidos y las tarifas de los mismos.

- ✓ Establecer la frecuencia y épocas de mayor demanda de servicios de turismo ecológico

- ✓ Analizar las formas de promoción utilizada

- ✓ Identificar los grupos potenciales demandantes de servicios de turismo ecológico

2.3 DESCRIPCION DEL SERVICIO

[Regresar](#)

2.3.1 Definición, usos y especificaciones del servicio

➤ **Definición.** El turismo ecológico o ecoturismo se define como aquella forma de turismo especializado y dirigido, que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible.

Se constituirá legalmente una empresa de Turismo Ecológico en el municipio de Suaita Santander, cuyo objeto social será el de brindar recreación, esparcimiento y educación al habitante Suaitano y al turista, a través de la observación, la práctica de deportes, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos.

Las actividades a desarrollar por la empresa están diseñadas para que el turista pueda disfrutar de los atractivos naturales, culturales y productivos con los que cuenta el municipio, promoviendo el sentido de pertenencia y convivencia armónica con el medio ambiente y con un impacto mínimo sobre los ecosistemas naturales.

Los servicios principales a atender son los siguientes:

- Caminatas ecológicas
- Cabalgatas de integración
- Expediciones a sitios de interés arqueológico y/o naturales
- Visitas a fincas con el fin de dar a conocer sus procesos productivos
- Deportes Extremos (Rappel – Torrentismo)

➤ **Usos y especificaciones del servicio.** El servicio se hará con guías turísticos especializados que mostrarán las bondades de cada sitio en particular y que estarán en capacidad de prestar su ayuda profesional ante cualquier requerimiento o eventualidad que pueda presentarse. El servicio tendrá las siguientes características:

Estará dirigido a grupos, a las cuales se les brindará planes turísticos o paquetes conformados por cinco (05) actividades de ecoturismo, hospedaje y alimentación. Estos dos últimos serán contratados a través de terceros.

El servicio podrá ser prestado en cualquier época del año, sin embargo, se dará especial importancia a los puentes festivos, semana santa, vacaciones y fin de año.

El paquete de ecoturismo tendrá una duración de 17 horas y estará compuesto por los cinco servicios principales descritos anteriormente, los cuales podrán ser tomados sin incluir servicios complementarios de alimentación y hospedaje, los cuales serán prestados por terceros.

2.3.2 Productos sustitutos. A pesar de estar creada la Oficina de turismo y Recreación del Municipio de Suaita, por Acuerdo del Concejo Municipal, no existe instalación alguna de la misma, ya que ésta no fue puesta en funcionamiento en ningún momento.

Anualmente en cada municipio y corregimientos de la zona, se realizan ferias y fiestas que reúne gran parte de sus colonias y visitantes para disfrutar de corridas de toros, exposición equina, encuentros culturales y verbenas populares. En los últimos dos años, el corregimiento de San José de Suaita, para recuperar el atractivo turístico que representa la Cascada de los Caballero, en el segundo día de su certamen ferial, ha organizado el festival de la Tanga, el cual ha sido de gran acogida.

En la región existen algunas empresas que ofrecen paquetes turísticos, con destino a lugares fuera del departamento de Santander como la Costa, al interior del País y a los Llanos Orientales, entre otros, aunque en el último año, se ha desarrollado una gran actividad turística en la región Guanentina, especialmente en los municipios de San Gil y Barichara, donde se han creado algunas empresas que ofrecen servicios de espeleología, rappel, torrentismo, parapente y caminatas ecológicas, entre las que se destacan:

San Gil: Agencia de Viajes Sol y Luna, Agencia de Viajes Universal de Turismo Ltda., Canotaje Rafting Club Brújula Promotora y Planeta Azul EU.

Socorro: Operador Turístico Vértigo Total Socorro, Ocio y Cultura y las Cajas de Compensación familiar COMFENALCO Y CAJASAN.

2.3.3 Servicios complementarios. Se considera servicios complementarios de la actividad ecoturística los siguientes:

- Servicio de Transporte
- Servicio de Alimentación
- Servicio de Hospedaje

2.3.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia.

a- Innovación constante: la empresa tendrá su atención centrada en las necesidades cambiantes de los turistas, el estudio del entorno y el profesionalismo de su recurso humano, desarrollando en ellos un sentido creativo e innovador que permita la satisfacción plena del cliente y lo incite a tomar nuevamente los servicios de la empresa en un futuro próximo.

b- servicio preferencial: los servicios se promocionarán de acuerdo al grupo a que vaya dirigido. A los jóvenes se les encaminará el servicio hacia los deportes extremos y visita a sitios de interés arqueológico. A grupos de Adulto mayor, a caminatas ecológicas y fincas productivas. A grupos familiares a cabalgatas y caminatas ecológicas. Todo con la consulta previa del grupo interesado para conocer sus gustos y necesidades, en cada etapa del servicio.

c- Mejoramiento continuo: concientes de la fuerza que ha desarrollado la actividad ecoturística en los últimos años en beneficio de la economía regional, y con la visión de posicionarse como una de las mejores empresas turísticas, la nueva empresa hará énfasis en la capacitación del personal y la implementación de indicadores de desempeño que le permitan aprovechar las fortalezas y superar las debilidades internas de la empresa.

d- Sentido de conservación del medio ambiente: el ecoturismo tiene su razón de ser en el disfrute de la naturaleza bajo un concepto de armonía y respeto. En consecuencia, se realizará sensibilización en el personal de la empresa, turista y población en general de la importancia, cuidado y conservación del medio ambiente como requisito para satisfacer las necesidades humanas del presente

sin comprometer los requerimientos de las futuras generaciones, a través de campañas y el asesoramiento de entes especializados.

f- Atención personalizada: la empresa conservará una base actualizada de sus usuarios y posibles clientes para mantener contacto permanente con los mismos, con el ánimo de conocer sus expectativas, escuchar sus opiniones acerca del servicio para poder ofrecer un servicio agradable de acuerdo a cada grupo en particular.

2.4 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

[Regresar](#)

2.4.1 Mercado potencial. El mercado potencial lo conforma por una parte las familias pertenecientes a las colonias Suaitanas residentes en Bogotá y Bucaramanga, y por otra parte, las empresas que ofrecen servicios de turismo ecológico en estas ciudades. Así mismo, las colonias Suaitanas y empresas de turismo ecológico ubicadas en el área de influencia como son las capitales de departamento de la zona andina.

2.4.2 Mercado objetivo

➤ **De la demanda:** Para efecto del presente estudio, se considera como mercado objetivo del servicio ecoturístico, las 200 familias Suaitanas residentes en las ciudades de Bucaramanga y Bogotá, y a las 240 empresas que ofrecen los servicios de turismo ecológico en estas mismas ciudades.

Según datos obtenidos a través de los representantes de las colonias en estudio, residen 36 familias Suaitanas en Bogotá y 164 familias en Bucaramanga. Así

mismo, a través de los directorios telefónicos se determinó la existencia de 200 empresas de ecoturismo que tienen presencia en Bogotá y 40 empresas en Bucaramanga. Ver anexos D, E, F y G.

➤ **De la oferta:** en el área de estudio comprendida por el municipio de Suaita no existen empresas dedicadas a la actividad ecoturística, por lo tanto, las características de los servicios prestados por la competencia serán medidos a través de seis (6) empresas dedicadas a esta actividad en las provincias Comunera y Guanentina. Ver anexo H.

2.5 LA DEMANDA

[Regresar](#)

2.5.1 Necesidades de Información. Las necesidades de información provienen de fuentes primarias y secundarias.

Las primeras están relacionadas con el comportamiento y características de la demanda del servicio y serán alcanzados a través del estudio de campo que se practicará a la muestra representativa de la población en estudio.

Están relacionados con los siguientes aspectos:

- ✓ Conocimiento del grado de interés en la actividad turística, para establecer los posibles usuarios para adquirir los servicios de la empresa, que permita cuantificar la demanda.
- ✓ Épocas de mayor afluencia al municipio y la densidad de la misma para determinar la infraestructura necesaria.

- ✓ Servicios de mayor demanda y expectativas en cuanto al precio pagado por los mismos que oriente la política de precios a establecer.
- ✓ Servicios adicionales necesarios, para desarrollar un buen servicio.
- ✓ Factores positivos y negativos existentes en las empresas que actualmente prestan el servicio.
- ✓ Precios manejados por las empresas de turismo ecológico.
- ✓ Medio publicitario más usado y de mayor acogida en el sector.

2.5.3 Ficha Técnica

<p>Tipo de Investigación</p>	<p>Exploratoria. A través de información preliminar por observaciones e indagaciones de las autoras del proyecto.</p> <p>Concluyente. En el desarrollo de la investigación se emplea encuesta previamente estructurada, con la cual se busca conocer conductas, actitudes y características de la población objetivo frente al proyecto de la empresa de turismo.</p>
<p>Método de Investigación</p>	<p>Inductivo. Permite un análisis partiendo de lo particular a lo general, así los resultados obtenidos constituirán la base de mercado, sobre lo cual se formularán las especificaciones del servicio a prestar.</p>
<p>Fuentes de Información</p>	<p>Primarias. Integrantes de las colonias del municipio de Suaita, ubicadas en las ciudades de Bucaramanga y Bogotá y Asesores Comerciales de las empresas de turismo ecológico de las mismas ciudades.</p>

	Secundarias: Bibliotecas, Internet, Directorios, Cámaras de Comercio, Cajas de Compensación, listados de colonias Suaitanas ubicadas en las ciudades de Bucaramanga y Bogotá.
Técnicas recolección de información	Encuesta.
Instrumento	Cuestionario Estructurado. Ver anexo A y B
Modo de Aplicación	Directo
Definición de la Población	Elemento muestral: personas cabezas de hogar de las familias que integran las colonias Suaitanas y los asesores comerciales de las empresas de ecoturismo ubicadas en las ciudades de Bucaramanga y Bogotá.
Proceso de Muestreo*	Aleatorio simple al azar
Marco Muestral	Listado de las 26 familias que integran la colonia Suaitana ubicada en la ciudad de Bogotá y las 164 familias de la colonia Suaitana en Bucaramanga. Así mismo, el listado de las 200 empresas de ecoturismo ubicadas en la ciudad de Bogotá y las 40 empresas de ecoturismo de Bucaramanga, según datos del directorio telefónico de TELECOM. Ver anexos: D, E, F y G.
Alcance	Ciudades de Bucaramanga y Bogotá
Tiempo de Aplicación	Realizando las encuestas 15 días. Recopilación, tabulación, análisis y presentación de resultados, mes de marzo de 2005.

***Proceso de muestreo.** El tamaño de la muestra estimado para proporciones poblacionales tendrá un margen de error (e) de 5%, donde la probabilidad de éxito (p) será del 50% y la probabilidad de fracaso (q) será del 50%, así como un porcentaje de confiabilidad del 95% ($Z=1.96$).

Datos de la población de las colonias Suaitanas residentes en las ciudades de Bogotá y Bucaramanga:

Población Universo (N)	200 Familias	
Nivel de confianza (Z)	95%	Z = 1,96
Probabilidad de éxito (p)	0.50	
Probabilidad de fracaso (q)	0.50	
Margen de error (e)	5%	
Muestra (n)	?	

$$n = \frac{Z^2 (p*q)N}{e^2 (N-1) + Z^2 (p*q)}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5*0.5*200}{0.05^2 * (200-1) + 1.96^2 * 0.5*0.5}$$

n = 132 Familias integrantes de las colonias Suaitanas residentes en las ciudades de Bogotá y Bucaramanga.

Datos de la población de las empresas de turismo ecológico ubicadas en las ciudades de Bogotá y Bucaramanga

Población Universo (N)	240 Empresas	
Nivel de confianza (Z)	95%	Z = 1,96
Probabilidad de éxito (p)	0.50	
Probabilidad de fracaso (q)	0.50	
Margen de error (e)	5%	
Muestra (n)	?	

$$n = \frac{Z^2 (p*q)N}{e^2 (N-1) + Z^2 (p*q)}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5*0.5*240}{0.05^2 * (240-1) + 1.96^2 * 0.5*0.5}$$

n = 148 Empresas de Turismo de las ciudades de Bucaramanga y Bogotá.

2.5.4 Tabulación y Presentación y Análisis de Resultados. El siguiente es el análisis de los resultados correspondientes a la encuesta aplicada a los jefes de las familias de las colonias de Suaita, ubicadas en las ciudades de Bucaramanga y Bogotá.

Se aclara que para las preguntas de respuesta múltiple, los porcentajes calculados son el resultado de dividir cada una de las respuestas de la pregunta entre el número de encuestados. Así mismo, no se coloca un total debido a que las respuestas superan la población encuestada (un solo encuestado puede escoger varias opciones) y los porcentajes superan el 100%.

Interés en la actividad turística ecológica

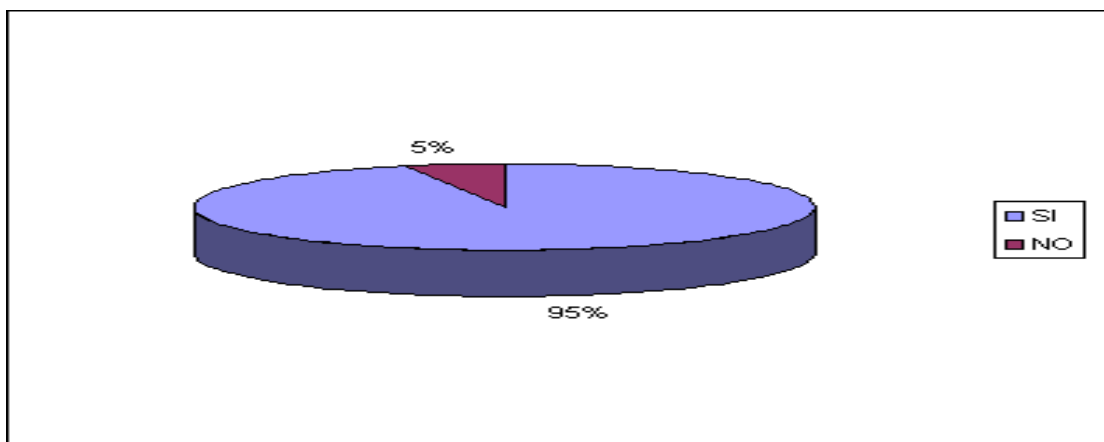
El estudio permite destacar el alto interés de la población por el turismo ecológico con un porcentaje del 95%. Dicha fracción equivale a **190 familias** a nivel poblacional que gustan de la actividad turística ecológica, (200 familias x 0,95).

Por otra parte, la base para la toma de la información en lo sucesivo de la encuesta deberá ser las 125 familias que gustan del ecoturismo.

Cuadro 1. Interés en la actividad turística ecológica

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	125	95%
NO	7	5%
TOTAL	132	100%

Gráfico 1. Interés en la actividad turística ecológica.



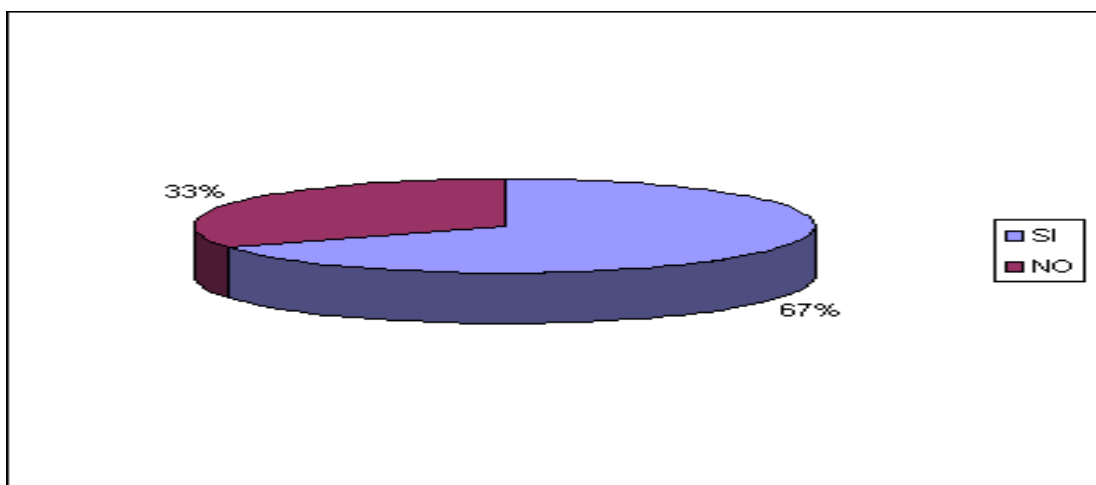
✚ Costumbre de visitar el Municipio de Suaita

El 67% de la población ha visitado el Municipio de Suaita y el 33% de la misma no lo conoce. Lo anterior representa un reto para la nueva empresa en el desarrollo de paquetes ecoturísticos que despierten interés por visitarlo.

Cuadro 2. Costumbre de visitar el Municipio de Suaita

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	84	67%
NO	41	33%
TOTAL	125	100%

Gráfico 2. Costumbre de visitar el Municipio de Suaita



🚩 Interés de conocer el municipio de Suaita y obtener servicios de ecoturismo cuando lo visite

Se observa que el 91% de familias Suaitanas residentes en Bogotá y Bucaramanga están interesadas en conocer más su municipio natal y obtener un paquete turístico cuando lo visite y para el 9% de familias no les interesa los atractivos turísticos del municipio.

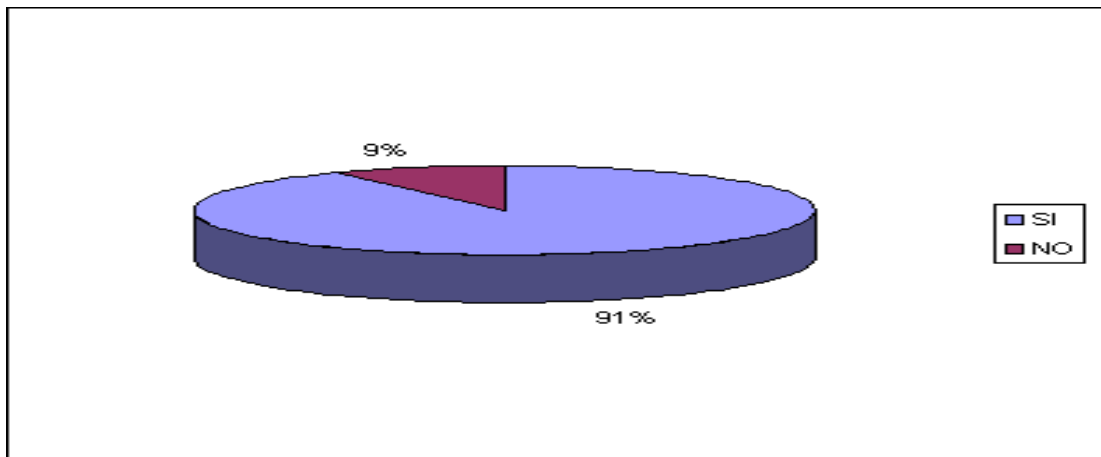
El anterior parámetro permite determinar la cantidad de familias que además de estar interesadas en el ecoturismo, desean disfrutar de dicha actividad en los atractivos del Municipio de Suaita.

Por lo tanto, de las 190 familias que están interesadas en la actividad de ecoturismo, el 91% están dispuestas a realizarlo en el municipio de Suaita, equivalente a **173 familias**.

Cuadro 3. Interés de conocer el municipio de Suaita y obtener servicios de ecoturismo cuando lo visite

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	114	91%
NO	11	9%
TOTAL	125	100%

Gráfico 3. Interés de conocer el municipio de Suaita y obtener servicios de ecoturismo cuando lo visite



Nota: La encuesta continúa con base a 114 familias que gustan de actividades ecoturísticas y además desean disfrutarlas en el municipio de Suaita.

✚ **Personas en promedio con quien viajaría el turista a Suaita**

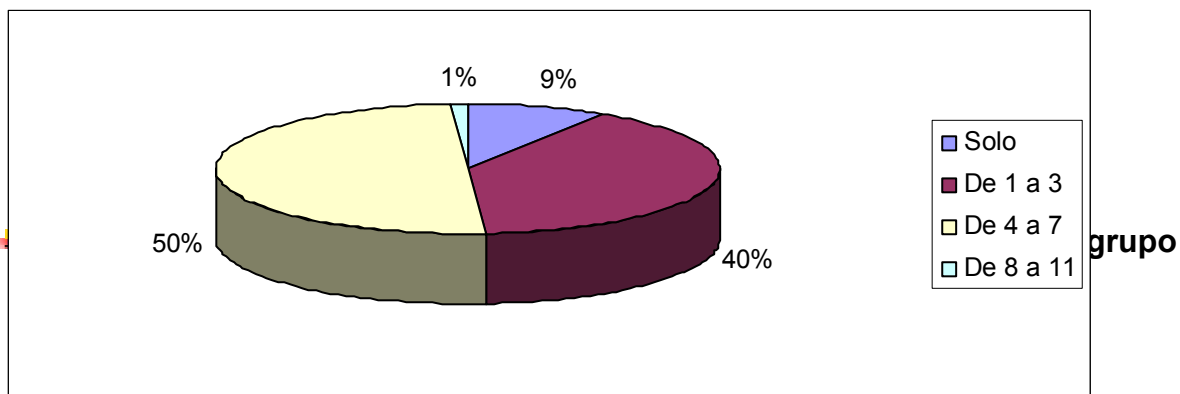
Los resultados obtenidos demuestran que el 50% de los visitantes al municipio estarían acompañados por un grupo de entre 4 a 7 personas, el 39% por un grupo de entre 1 a 3 personas y el 9% no llevaría acompañantes.

Dicho resultado es básico para calcular el porcentaje de cada rango correspondiente a los integrantes de los grupos. Por lo tanto, los grupos de dos (2) personas equivales a 44%, los grupos de cinco (5) personas equivalen a 55%, y de nueve (9) personas el 1%.

Cuadro 4. Personas en promedio con quien viajaría el turista a Suaita

INTEGRANTES	FRECUENCIA	% DE FAMILIAS	% DE GRUPOS
Solo	10	9%	
De 1 a 3	46	40%	44%
De 4 a 7	57	50%	55%
De 8 a 11	1	1%	1%
TOTAL	114	100%	100%

Gráfico 4. Personas en promedio con quien viajaría el turista a Suaita



El 82% de la población participaría en las actividades ecoturísticas con todo su grupo acompañante, y el 18% lo haría solo. Por lo tanto, de las 173 familias que demandan los servicios de ecoturismo en la población, 142 de ellas lo harían con

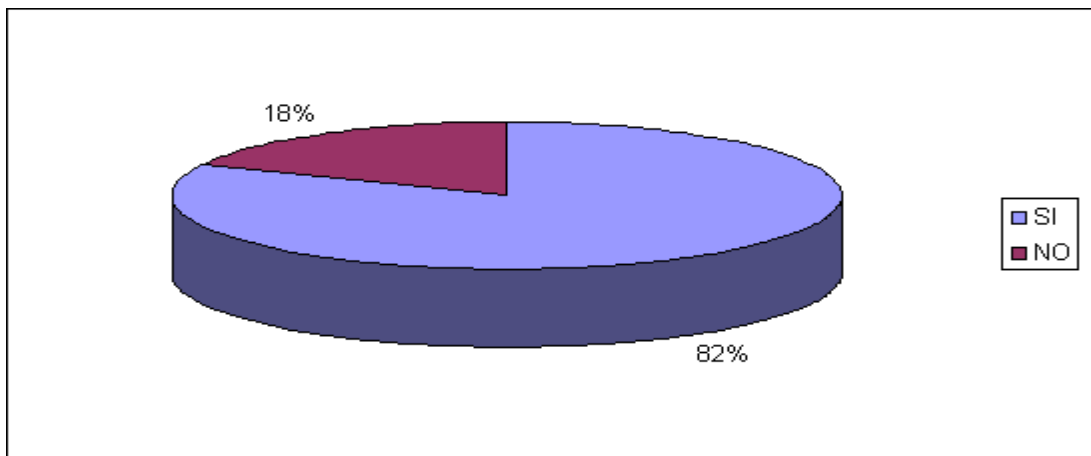
todo el grupo acompañante (173 familias x 0,82) y 31 familias participarían con parte de su grupo acompañante (173 familias x 0,18)

Este parámetro será de gran utilidad para la determinación potencial de la demanda, teniendo en cuenta el promedio de los rangos de cada grupo acompañante.

Cuadro 5. Participación en las actividades turísticas con todo el grupo acompañante

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	93	82%
NO	21	18%
TOTAL	114	100%

Gráfico 5. Participación en las actividades turísticas con todo el grupo acompañante



✚ **Integrantes del grupo: en las familias que no participarían con todo el grupo acompañante**

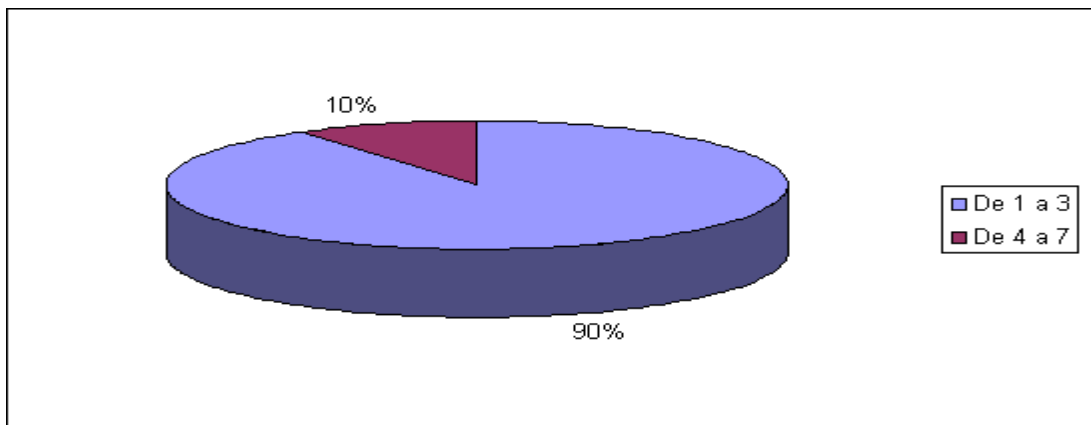
Los resultados del estudio determinaron que del 18% de los visitantes que no participan en las actividades turísticas con todo su grupo acompañante, el 90% lo realizan con un promedio de 2 personas y el 10% con un promedio de 5 personas.

El anterior análisis permite cuantificar acertadamente los integrantes del grupo en familias que viajan al municipio pero que por diversas causas no pueden participar de manera conjunta en las actividades ecoturísticas.

Cuadro 6. Integrantes del grupo: en las familias que no participarían con todo el grupo acompañante

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 3	19	90%
De 4 a 7	2	10%
Total	21	100%

Gráfico 6. Integrantes del grupo: en las familias que no participarían con todo el grupo acompañante



El resultado permite observar que las épocas del año de mayor afluencia turística al Municipio son: fin de año para el 48% de la población, seguida por vacaciones de mitad de año con 34% y puentes festivos con 33%.

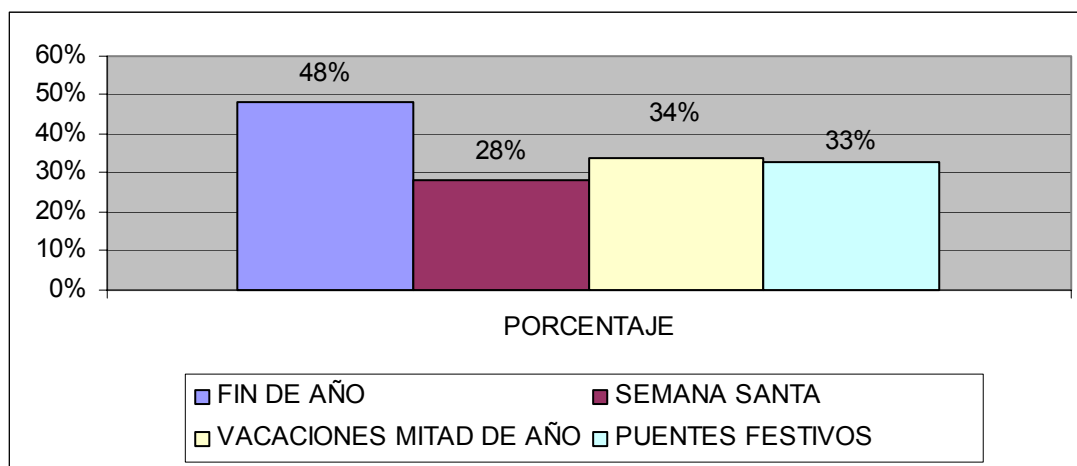
Los resultados porcentuales permiten cuantificar el total de familias que viajarían al municipio de Suaita anualmente a disfrutar de las actividades de ecoturismo en cada una de las épocas del año. Ver cuadro 7.

Cuadro 7. Época característica del año para viajar de turismo a Suaita

EPOCAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FIN DE AÑO	55	48%*
SEMANA SANTA	32	28%
VACACIONES MITAD DE AÑO	39	34%
PUENTES FESTIVOS	38	33%

* 55 respuestas /114 familias que gustarían realizar ecoturismo en Suaita = 48%

Gráfico 7. Época característica del año para viajar de turismo a Suaita



🚦 Servicios turísticos que el usuario está dispuesto a adquirir

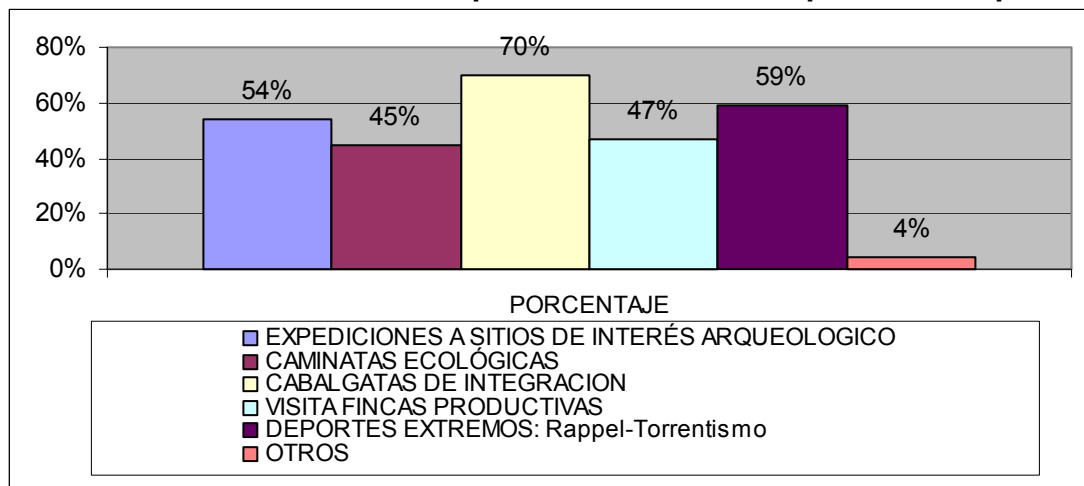
Al indagar sobre las preferencias de la población en participar en los servicios, se observa que los servicios de mayor demanda con un 70% serían las cabalgatas de integración, seguido de los deportes extremos y las expediciones a sitios de interés arqueológico con un 59% y 54% respectivamente. Análisis que permite una estimar las preferencias de la población objetivo respecto a cada una de las actividades a desarrollar.

Cuadro 8. Servicios turísticos que el usuario está dispuesto a adquirir

SERVICIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXPEDICIONES A SITIOS DE INTERÉS ARQUEOLOGICO	62	54%*
CAMINATAS ECOLÓGICAS	51	45%
CABALGATAS DE INTEGRACION	80	70%
VISITA FINCAS PRODUCTIVAS	54	47%
DEPORTES EXTREMOS: Rappel-Torrentismo	67	59%
OTROS	5	4%

* 62 respuestas /114 familias que gustarían realizar ecoturismo en Suaita = 54%

Gráfico 8. Servicios turísticos que el usuario está dispuesto a adquirir



🚩 Servicios complementarios requeridos en la visita turística

El estudio determinó que el 64% de la población requiere servicios de hotel, el 80% requiere servicio de restaurante y 76% servicio de transporte. Por lo tanto, teniendo en cuenta que el número probable de turistas al año es de 802 (ver cuadro 27), los servicios complementarios que serán requeridos por el turista corresponden a 513 servicios de hotel, 642 servicios de restaurante y 610 servicios de transporte.

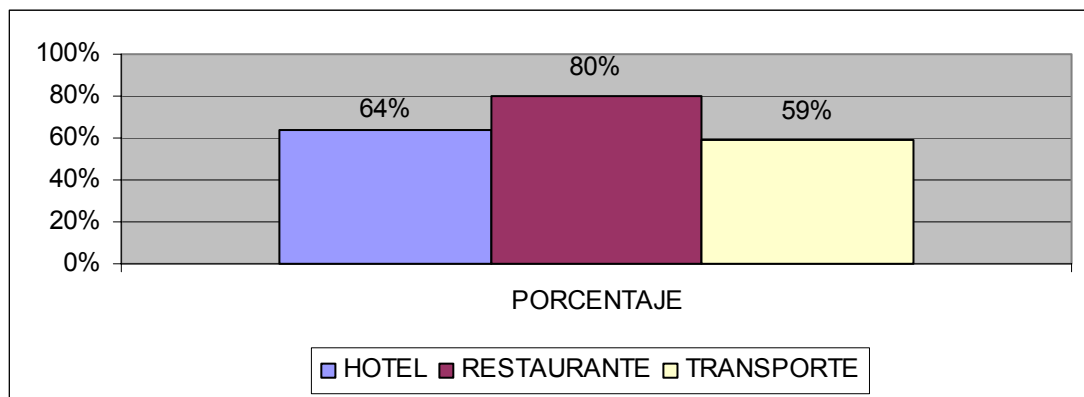
Estadísticas fundamentales para la programar la logística del servicio, así como la disposición de la infraestructura adecuada a través de alianzas estratégicas con cada sector de los servicios.

Cuadro 9. Servicios complementarios requeridos en la visita turística

SERVICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HOTEL	73	64%*
RESTAURANTE	91	80%
TRANSPORTE	67	59%

* 73 respuestas / 114 familias que gustarían realizar ecoturismo en Suaita = 64%

Gráfico 9. Servicios complementarios requeridos en la visita turística



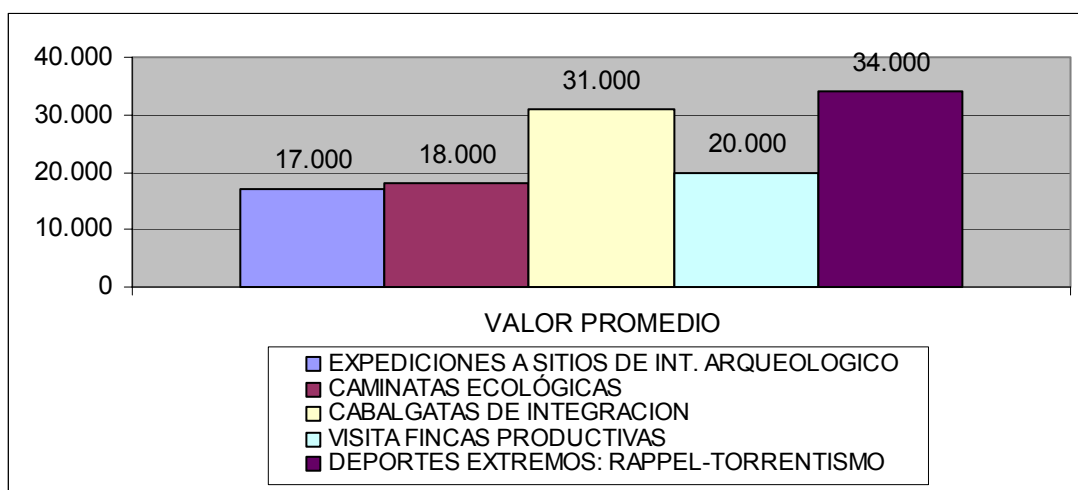
Disposición de pago por persona, por cada actividad

Los resultados permiten promediar el valor que los turistas estarían dispuestos a pagar por cada servicio, distinguiéndose las cabalgatas de integración y los deportes extremos en los que se invertirían más recursos de recreación, fundamentales para proyectar el precio de los mismos.

Cuadro 10. Disposición de pago por persona, por cada actividad

SERVICIO	VALOR PROMEDIO
EXPEDICIONES A SITIOS DE INT. ARQUEOLOGICO	17.000
CAMINATAS ECOLÓGICAS	18.000
CABALGATAS DE INTEGRACION	31.000
VISITA FINCAS PRODUCTIVAS	20.000
DEPORTES EXTREMOS: RAPPEL-TORRENTISMO	34.000
TOTAL	120.000

Gráfico 10. Disposición de pago por persona, por cada actividad



 Fuentes de información utilizada al adquirir los servicios turísticos

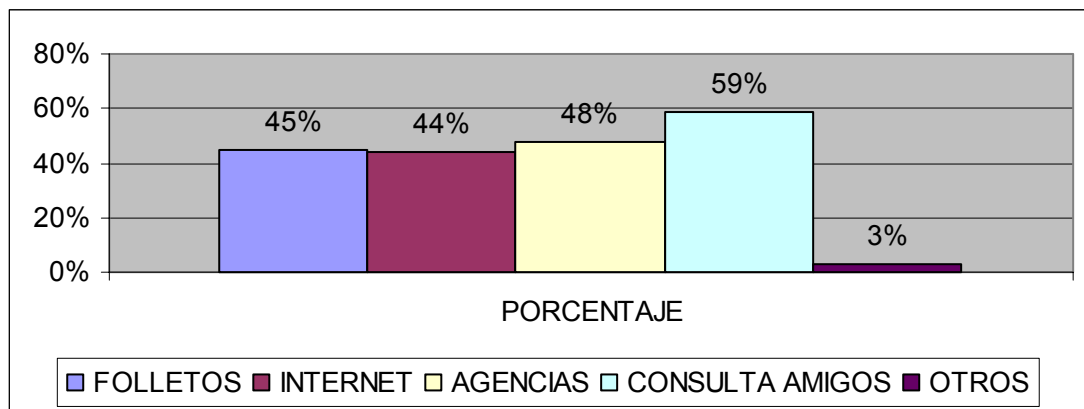
Los resultados obtenidos muestran que el 59% de familias consultan la opinión de los amigos cuando va a adquirir servicios de turismo; el 48% visita agencias, el 45% consulta folletos varios y el 44% lo hace en las páginas Web de Internet. Esta característica del usuario conducirá a determinar la mezcla promocional más adecuada para la empresa de ecoturismo.

Cuadro 11. Fuentes de información utilizada al adquirir los servicios turísticos

FORMAS PROMOCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FOLLETOS	56	45%*
INTERNET	55	44%
AGENCIAS	60	48%
CONSULTA AMIGOS	74	59%
OTROS	4	3%

* 56 respuestas / 125 familias que gustan realizar actividades de ecoturismo = 45%

Gráfico 11. Fuentes de información utilizada al adquirir los servicios turísticos



Aspectos agradables al hacer uso de los servicios turísticos

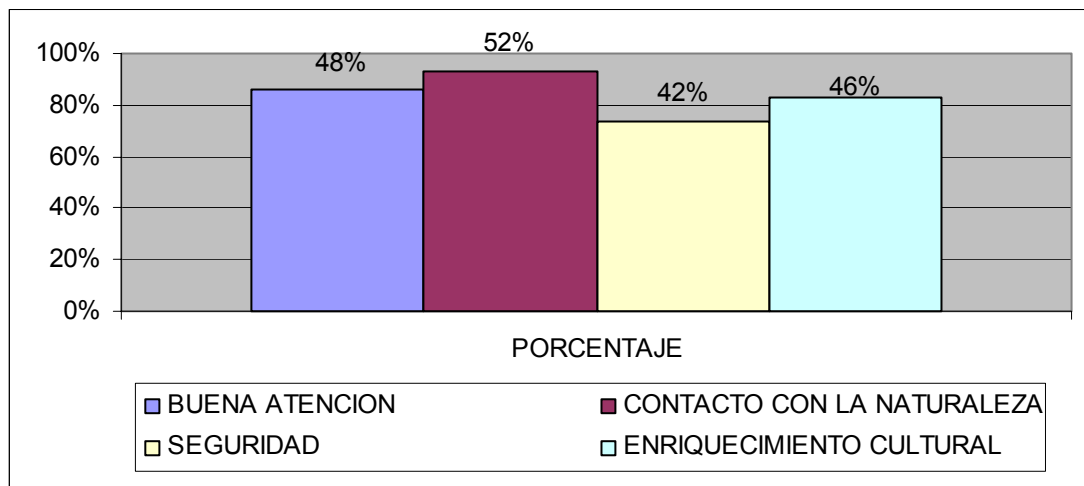
Se observa que el 52% de la población encontró como aspecto agradable del servicio prestado actualmente el contacto con la naturaleza; el 48% la buena atención, el 46% el enriquecimiento cultural y el 42% la seguridad. Se trata de aspectos inherentes al servicio muy importantes para el cliente, en los cuales la empresa de ecoturismo debe sustentar su razón de ser como valor agregado implícito del servicio.

Cuadro 12. Aspectos agradables al hacer uso de los servicios turísticos

ASPECTO AGRADABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENA ATENCIÓN	60	48%*
CONTACTO CON LA NATURALEZA	65	52%
SEGURIDAD	52	42%
ENRIQUECIMIENTO CULTURAL	58	46%

* 60 respuestas /125 familias que gustan realizar actividades de ecoturismo = 48%

Gráfico 12. Aspectos agradables al hacer uso de los servicios turísticos



✚ Aspectos desagradables al hacer uso de los servicios turísticos

Dentro de los aspectos desagradables, se encontró que el 36% de la población no está de acuerdo con los costos. El 32% la desorganización, el 28% incumplimiento y el 12% la inseguridad.

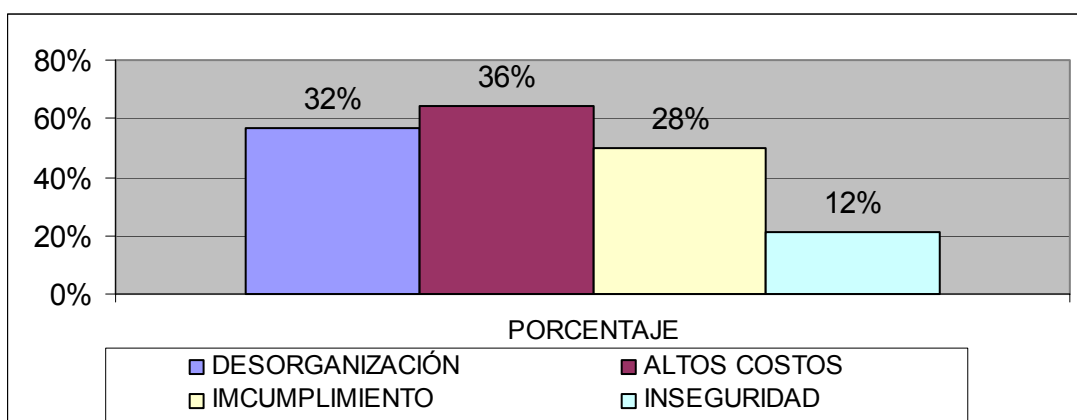
Estos resultados son fundamentales para la planeación del servicio permitiendo superar las debilidades encontradas e implementando dentro de sus políticas el mejoramiento continuo en todos sus niveles.

Cuadro 13. Aspectos desagradables al hacer uso de los servicios turísticos

ASPECTO DESAGRADABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DESORGANIZACIÓN	40	32%*
ALTOS COSTOS	45	36%
INCUMPLIMIENTO	35	28%
INSEGURIDAD	15	12%

* 40 respuestas /125 familias que gustan realizar actividades de ecoturismo = 32%

Gráfico 13. Aspectos desagradables al hacer uso de los servicios turísticos



❖ *Tabulación y presentación de resultados de las encuestas dirigidas a las empresas de turismo ecológico, de las ciudades de Bogotá y Bucaramanga.*

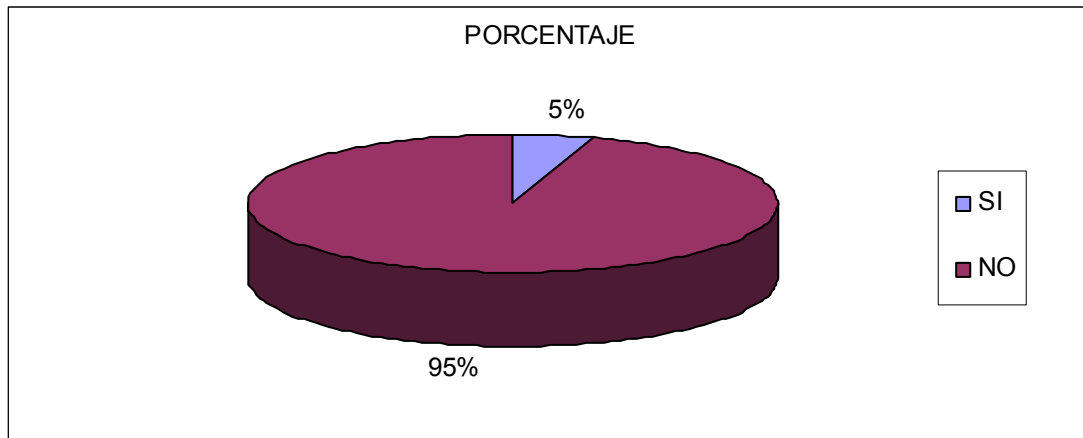
✚ **Conocimiento del Municipio de Suaita y sus atractivos turísticos**

Se observa que el 95% de las empresas desconocen el municipio de Suaita, lo que constituye un reto para la nueva empresa, especialmente en cuanto al mercadeo del servicio y el diseño de un buen portafolio de servicios para comercializarlo con las mismas.

Cuadro 14. Conocimiento del Municipio de Suaita y sus atractivos turísticos

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	5%
NO	140	95%
TOTAL	148	100%

Gráfico 14. Conocimiento del Municipio de Suaita y sus atractivos turísticos



✚ **Interés por conocer los atractivos turísticos y/o el portafolio de servicios que ofrece una empresa de la Región Comunera**

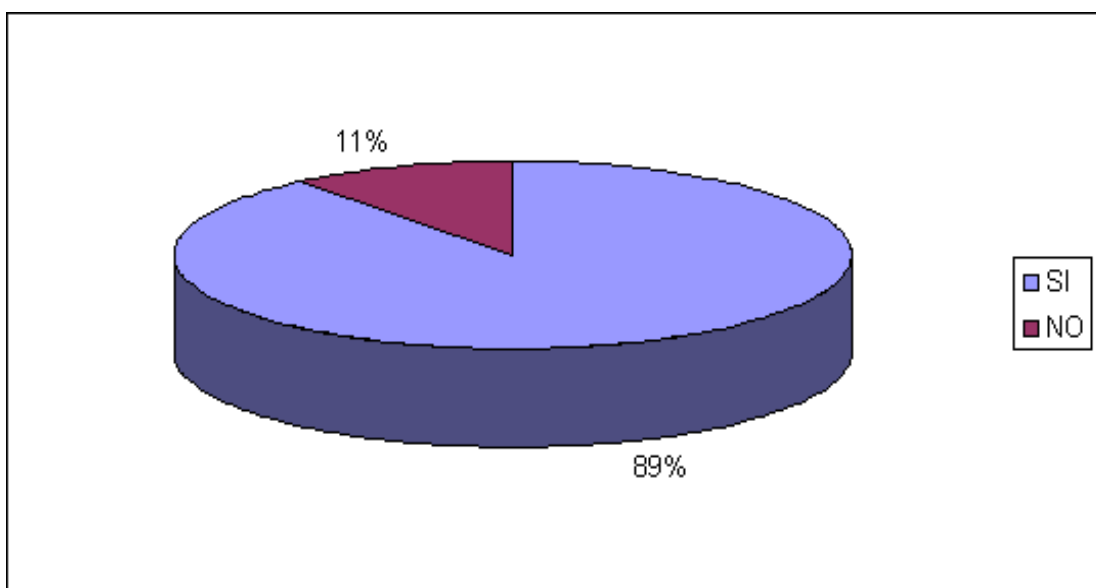
El 89% de las empresas estarían interesadas en conocer el Municipio de Suaita, sus atractivos turísticos y el portafolio de servicios que ofrecería la empresa, razón de más que impulsa la creación de la misma teniendo en cuenta el gran auge por el que atraviesa el turismo ecológico.

Teniendo en cuenta el parámetro de aceptación de la empresa de ecoturismo a nivel de la región, la población de empresas que demandaría el servicio se reduce a 132 empresas, es decir, un “N” de 213 empresas.

Cuadro 15. Interés por conocer los atractivos turísticos y/o el portafolio de servicios que ofrece una empresa de la Región Comunera

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	132	89%
NO	16	11%
TOTAL	148	100%

Gráfico 15. Interés por conocer los atractivos turísticos y/o el portafolio de servicios que ofrece una empresa de la Región Comunera



🚩 Servicios de turismo ecológico adquiridos para Suaita o sus alrededores

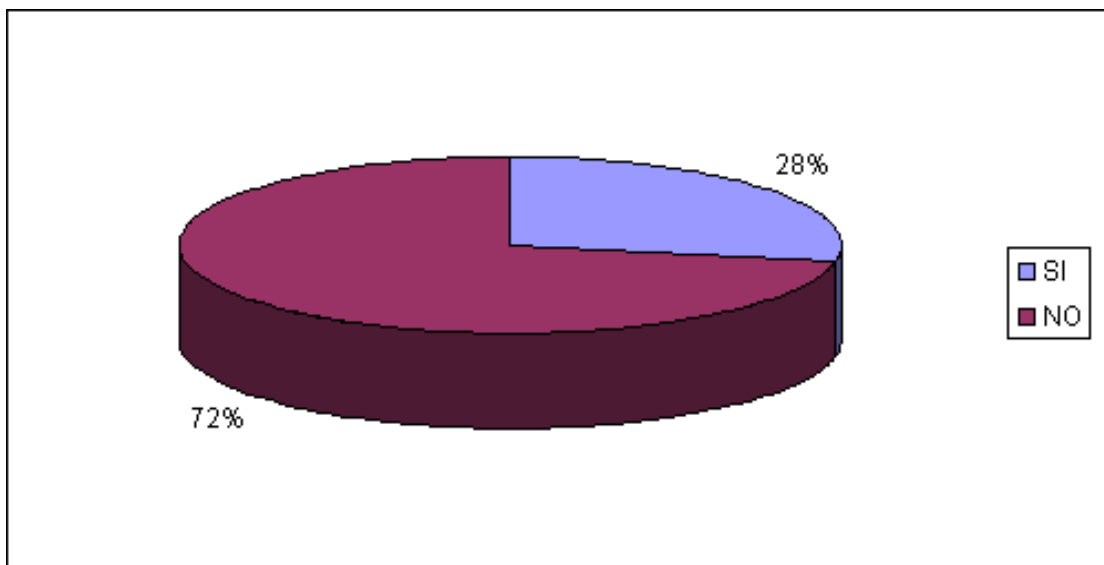
El 28% de la población interesada en utilizar el servicio, ha adquirido paquetes de turismo ecológico para la región Guanentina especialmente para San Gil, y el 72% no han adquirido servicio de turismo ecológico para la región.

Dicho análisis suministra un parámetro importante respecto a la demanda de empresas que ofrecen y promocionan los servicios de ecoturismo para la región Comunera y Guanentina, cuantificada en **60 empresas** ($213 * 0.28$).

Cuadro 16. Servicios de turismo ecológico adquiridos para Suaita y/o sus alrededores

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	37	28%
NO	95	72%
TOTAL	132	100%

Gráfico 16. Servicios de turismo ecológico adquiridos para Suaita y/o sus alrededores



✚ Época del año apropiada para comercializar los servicios de turismo ecológico

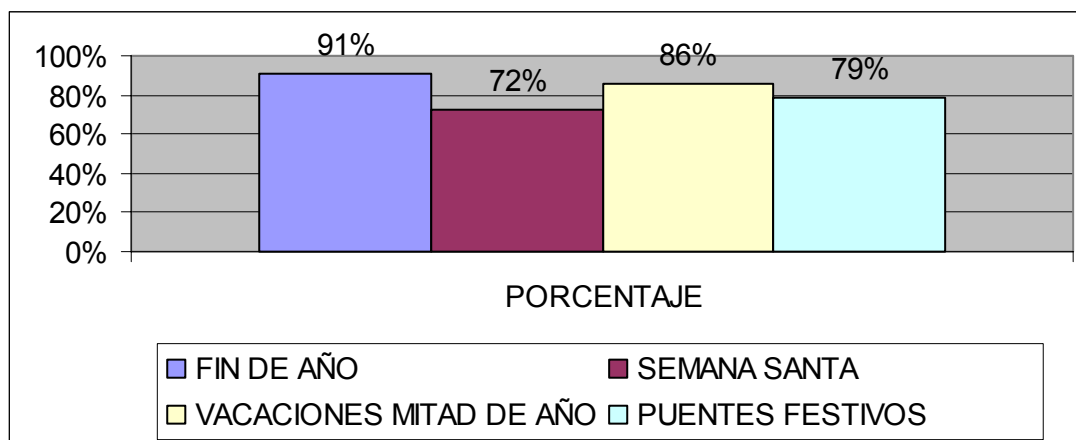
El 91% de la población de empresas interesada en el portafolio de servicios que ofrece la empresa de turismo ecológico lo comercializaría en el fin de año, seguido con un 86% en vacaciones de mitad de año, 79% en los puentes festivos y el 72% en semana santa; estadísticas que permiten proyectar los servicios en cuanto a duración, logística e infraestructura.

Cuadro 17. Época del año apropiada para comercializar los servicios de turismo ecológico

EPOCAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FIN DE AÑO	120	91%*
SEMANA SANTA	95	72%
VACACIONES MITAD DE AÑO	114	86%
PUENTES FESTIVOS	104	79%

*120 respuestas / 132 empresas con interés de conocer atractivos de Suaita = 91%

Gráfico 17. Época del año apropiada para comercializar los servicios de turismo ecológico



🚩 Servicios de interés que le gustaría adquirir las empresas de ecoturismo

Se observa interés de la población objetivo en todos los servicios que la empresa proyecta ofrecer. Las expediciones a sitios de interés arqueológico serían las de mayor demanda con un 95%, seguidas de caminatas ecológicas por un 89%, visitas a fincas productivas 81%, cabalgatas de integración 80% y deportes extremos 77%.

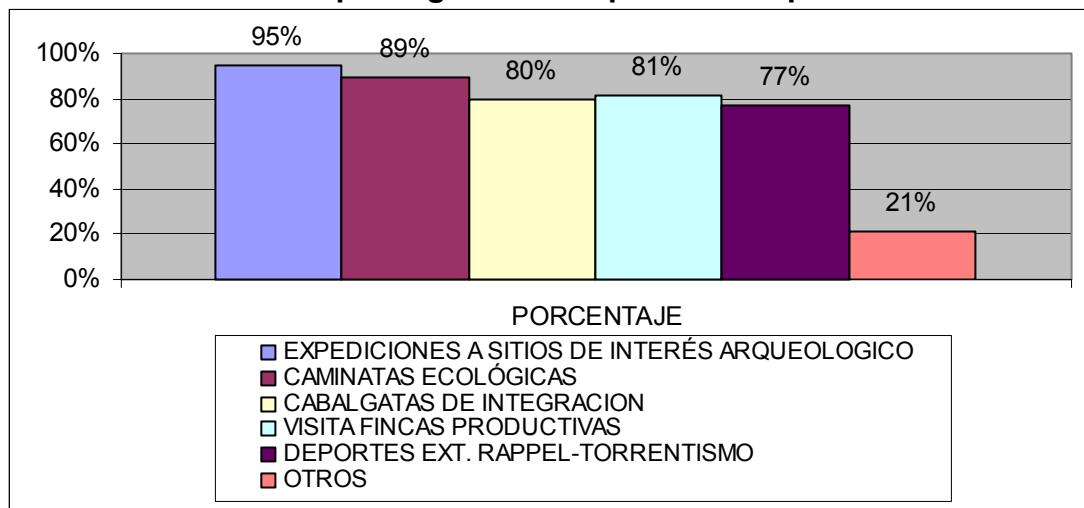
El 21% de las empresas estarían interesadas en otros servicios relacionados con la modalidad como es el parapente. Dicha información es de gran importancia para determinar la demanda de cada uno de los servicios y la adecuación de los sitios a visitar.

Cuadro 19. Servicios que le gustaría adquirir las empresas de ecoturismo

SERVICIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXPEDICIONES A SITIOS DE INTERÉS ARQUEOLOGICO	126	95%*
CAMINATAS ECOLÓGICAS	118	89%
CABALGATAS DE INTEGRACION	105	80%
VISITA FINCAS PRODUCTIVAS	107	81%
DEPORTES EXT. RAPPEL-TORRENTISMO	102	77%
OTROS	28	21%

* 126 respuestas / 132 empresas con interés de conocer atractivos de Suaita = 95%

Gráfico 19. Servicios que le gustaría adquirir las empresas de ecoturismo



+ Servicios en promedio adquiridos mensualmente por las empresas de turismo

Se concluye que las caminatas ecológicas y los deportes extremos tienen una participación similar de 72%, las expediciones a sitios de interés arqueológico un 68%, las cabalgatas de integración un 67% y un 65% para visitas a fincas productivas; datos básicos para la planeación de la infraestructura y el servicio adecuado a la demanda.

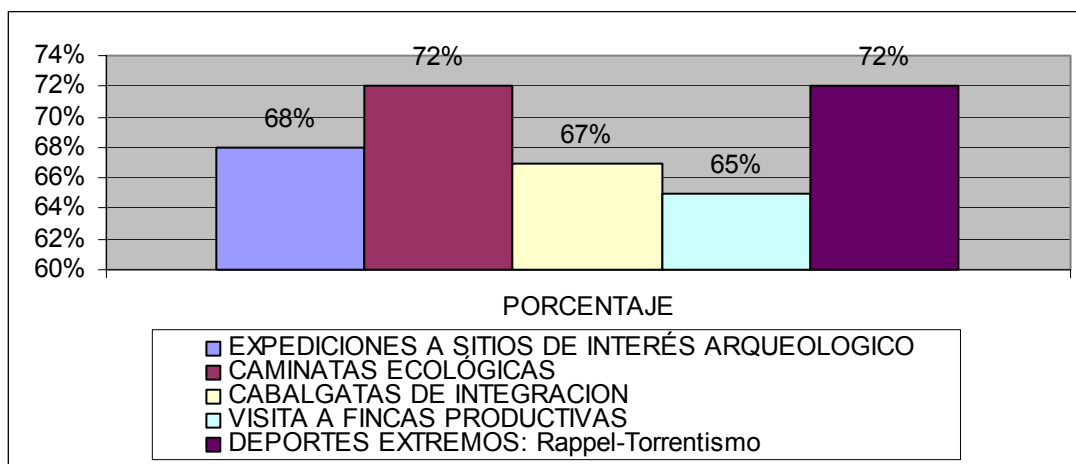
Con base al cálculo de empresas que están interesadas en conocer el Municipio de Suaita, sus atractivos turísticos y el portafolio de servicios (89% según cuadro 15), se cuantifican 454 servicios mensuales en la muestra, es decir, 733 servicios mensuales en el total de la población (213 x 454 /132) ó 8.796 servicios anuales.

El porcentaje relativo hallado mediante división entre la frecuencia de cada actividad y el total muestral, sirve para calcular la participación por actividad.

Cuadro 20. Servicios en promedio adquiridos mensualmente por las empresas de turismo

SERVICIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% RELATIVO
EXPEDICIONES A SITIOS DE INTERÉS ARQUEOLOGICO	90	68%	20%
CAMINATAS ECOLÓGICAS	95	72%	21%
CABALGATAS DE INTEGRACION	88	67%	19%
VISITA A FINCAS PRODUCTIVAS	86	65%	19%
DEPORTES EXTREMOS: Rappel-Torrentismo	95	72%	21%
TOTAL	454		100%

Gráfico 20. Servicios en promedio adquiridos mensualmente por las empresas de turismo



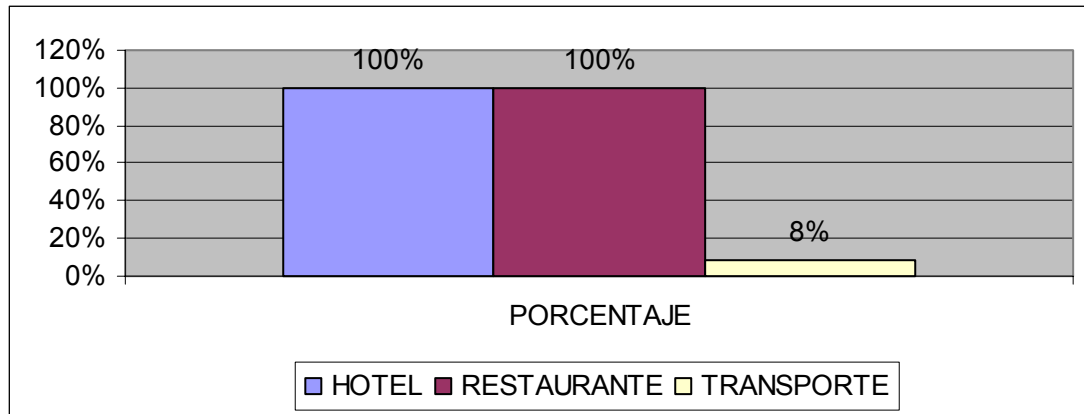
🚩 Servicios adicionales que requieren las empresas de ecoturismo

Se observa que el 100% de la población requerirá servicio de hotel y restaurante. Solo el 8% requeriría servicio de transporte. Este análisis es fundamental para la proyección de los medios requeridos para poder prestar un servicio que cumpla con las expectativas de los clientes.

Cuadro 21. Servicios adicionales que requieren las empresas de turismo ecológico

SERVICIO ADICIONAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HOTEL	132	100%
RESTAURANTE	132	100%
TRANSPORTE	10	8%

Gráfico 21. Servicios adicionales que requieren las empresas de turismo ecológico



Disposición de pago en promedio por paquete de tres días-dos noches por persona (servicio de recreación, hotel y restaurante)

Los resultados del estudio muestran que el 58% de las empresas estarían dispuestas a pagar un valor promedio de \$275.000 paquete por persona, el 29% estaría dispuesto a pagar un promedio de \$325.000 y el 17% estaría dispuesto a pagar un promedio de \$225.000.

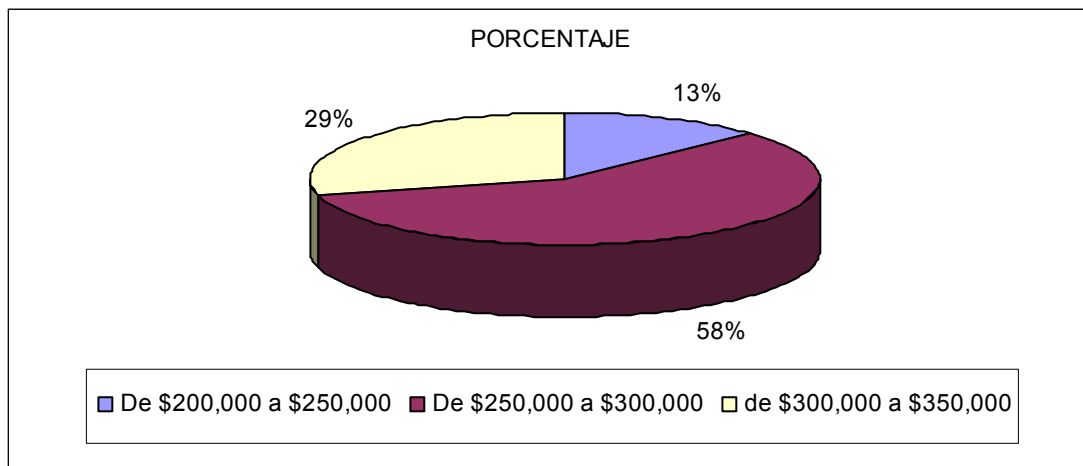
Los anteriores valores permiten presupuestar los posibles ingresos indirectos en la prestación del servicio, teniendo en cuenta que el servicio de hotel y restaurante serán contratados directamente por la nueva empresa, de tal forma que el turista obtenga un servicio completo.

Cabe anotar que la empresa de ecoturismo tiene la posibilidad de pactar una comisión por cada turista que utilice los servicios de hotel y/o restaurante, previo acuerdo suscrito entre las partes, lo cual le permitiría a la empresa obtener ingresos extras a los de los servicios principales del proyecto.

Cuadro 22. Disposición de pago en promedio por paquete de tres días-dos noches por persona (servicio de recreación, hotel y restaurante)

COSTO POR PAQUETE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$200,000 a \$250,000	17	13%
De \$250,000 a \$300,000	77	58%
de \$300,000 a \$350,000	38	29%
TOTAL	132	100%

Gráfico 22. Disposición de pago en promedio por paquete de tres días-dos noches por persona (servicio de recreación, hotel y restaurante)



🚩 Requisitos exigidos para contratar servicios de turismo ecológico

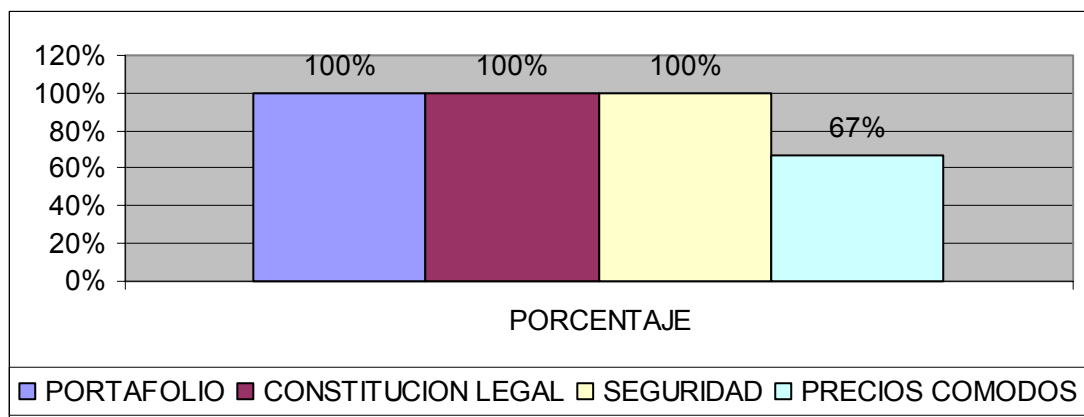
Se determinó que el 100% de las empresas exigen para contratar servicios de turismo que la empresa esté constituida legalmente, conocer el portafolio de servicios y seguridad en la zona. Los precios cómodos fueron exigidos por el 67% de la población empresarial.

El anterior parámetro es fundamental para la logística del servicio, así como el diseño de un portafolio innovador y creativo

Cuadro 23. Requisitos exigidos para contratar servicios de turismo ecológico

REQUISITOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PORTAFOLIO	132	100%
CONSTITUCION LEGAL	132	100%
SEGURIDAD	132	100%
PRECIOS COMODOS	89	67%

Gráfico 23. Requisitos exigidos para contratar servicios de turismo ecológico



✚ Problemas presentados con los proveedores con los cuales ha contratado servicios de turismo

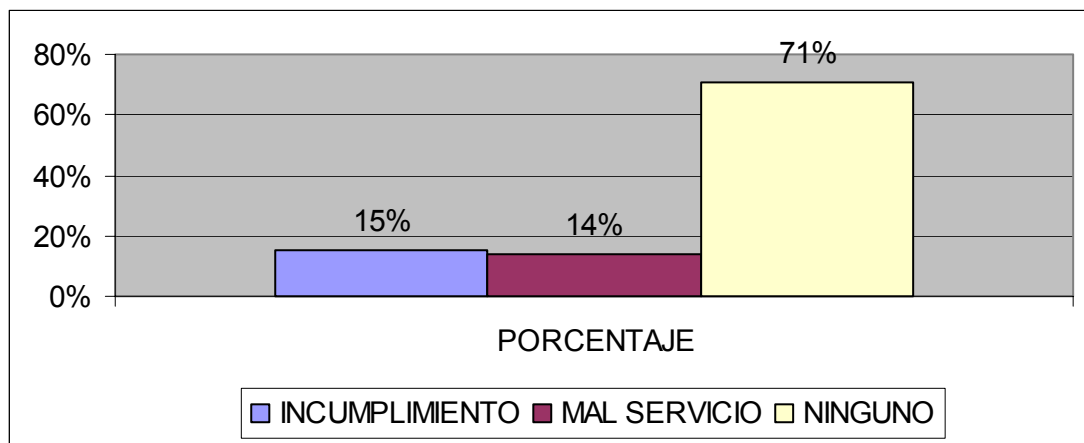
El 71% de la población manifiesta no haber tenido problemas de ninguna índole con sus proveedores de servicios. El 15% manifestó haber tenido problemas de incumplimiento con lo ofertado y el 14% se quejaron del mal servicio. Análisis que

sirve para la planeación de un buen servicio y el establecimiento de unas políticas que eviten una mala imagen de la empresa.

Cuadro 24. Problemas presentados con los proveedores con los cuales ha contratado servicios de turismo

PROBLEMAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INCUMPLIMIENTO	20	15%*
MAL SERVICIO	18	14%
NINGUNO	94	71%
TOTAL	132	100%

Gráfico 24. Problemas presentados con los proveedores con los cuales ha contratado servicios de turismo



2.5.4 Estimación de la Demanda. La demanda potencial de servicios de ecoturismo en el municipio, está conformada por los servicios demandados por parte de los integrantes de las colonias Suaitanas y empresas de turismo ecológico situadas en las ciudades de Bogotá y Bucaramanga, cuya cuantificación depende por una parte de los integrantes de las familia Suaitanas, y por otra parte del número de turistas foráneos.

La estimación de la demanda de servicios correspondiente a las colonias suaitanas, se calculó en primera instancia teniendo en cuenta el interés del grupo familiar por el ecoturismo, encontrando respuesta positiva en el 95% de la población, es decir 190 familias.

Sin embargo de las 190 familias, solo el 91% tiene interés en conocer el municipio y obtener servicios turísticos, es decir, que la demanda potencial de usuarios se reduce a 173 familias.

Cuadro 25. Cálculo de demanda potencial de familias interesadas en el servicio de ecoturismo

Concepto	Familias que gustan del Ecoturismo	Familias interesadas en realizar ecoturismo en Suaita
Familias	$200 \times 0.95 = 190$	$190 \times 0.91 = 173$

Así mismo, las 173 familias que representan el potencial de usuarios, participan en la actividad turística con un grupo acompañante, dando como resultado un total de **561 usuarios** que demandarían los servicios en la nueva empresa. Ver cuadro 26.

Ahora, las 561 personas que demandan los servicios lo adquieren en varias épocas del año, por lo tanto, el calculo de visitantes al municipio para disfrutar de la actividad eco turística es de 802 turistas al año, cálculo realizado en el cuadro 26.

Cuadro 26. Cantidad de turistas según los integrantes del grupo

Participación en ecoturismo	Promedio del grupo	Clasificación de los grupos	Cálculo según Grupos*	Cantidad de turistas
Solo	Una persona	$173 \times 0.09 = 16$		16
Familias con todo el grupo acompañante	2 personas	$173 \times 0.91 = 157$	$129 \times 2 \times 0.44$	114
	5 personas		$129 \times 5 \times 0.55$	355
	9 personas		$129 \times 9 \times 0.01$	12
Familias sin todo el grupo	2 personas	$157 \times 0.18 = 28$	$28 \times 2 \times 0.90$	50
	5 personas		$28 \times 5 \times 0.10$	14
TOTAL				561

* Grupos x integrantes por grupo x porcentaje del rango

Cuadro 27. Servicios de ecoturismo según épocas del año

Época del año	Turistas x % de servicios por época	Número de turistas /año
Fin de año	$561 * 0.48$	269
Semana santa	$561 * 0.28$	157
Vacaciones	$561 * 0.34$	191
Puentes festivos	$561 * 0.33$	185
TOTAL VISITAS DE TURISTAS		802

Finalmente se calcularon los servicios a prestar para cada una de las actividades en el cual se desempeña la empresa. Ver cuadro 28.

Cuadro 28. Servicios turísticos que la demanda de las colonias estaría dispuesta a adquirir al año por actividad

Actividades	N. de turistas x % de cada actividad	N. de servicios
Expediciones a sitios de interés arqueológico	802 * 0.54	433
Caminatas ecológicas	802 * 0.45	361
Cabalgatas de integración	802 * 0.70	561
visita fincas productivas	802 * 0.47	377
deportes extremos: rappel-torrentismo	802 * 0.59	473
TOTAL SERVICIOS A COLONIAS		2.205

Así mismo, la demanda de paquetes turísticos por parte de las empresas interesadas en el ecoturismo corresponde a 213 empresas, de las cuales el 28% han adquirido alguna vez servicios con destino a las provincias Comunera y Guanentina.

El total de servicios cuantificado como demanda potencial por parte de las empresas de ecoturismo equivale a 733 servicios **mensuales** (213 x 454 /132), es decir, una demanda **anual** de 8.796 servicios de ecoturismo.

Ahora, teniendo en cuenta que el 28% de empresas han adquirido servicios de ecoturismo con destino a las provincias Comunera y Guanentina, se asume que el municipio de Suaita entra a participar con dicho porcentaje equivalente a 2.463 servicios anuales. Lo anterior se sustenta en el hecho de que las empresas venden a sus clientes paquetes de turismo completo en el cual figuran actividades en varios municipios de la región. Ver cuadro 29.

Cuadro 29. Servicios demandados a través de las empresas de turismo

SERVICIO	% RELATIVO	TOTAL SERVICIOS	PARTICIPACION PROVINCIA: 28%
EXPEDICIONES A SITIOS DE INTERÉS ARQUEOLOGICO	20%	1.759	493
CAMINATAS ECOLÓGICAS	21%	1.847	517
CABALGATAS DE INTEGRACION	19%	1.671	468
VISITA A FINCAS PRODUCTIVAS	19%	1.671	468
DEPORTES EXTREMOS: Rappel	21%	1.847	517
TOTAL	100%	8.796	2.463

Finalmente se consolidaron los servicios totales a prestar a las familias Suaitanas residentes en Bogotá y Bucaramanga, y los adquiridos por las empresas de ecoturismo, discriminados de acuerdo a la actividad específica demandada por los potenciales turistas. Ver cuadro 30.

Cuadro 30. Total servicios de ecoturismo demandados en el primer año

ACTIVIDADES	Servicios turísticos a Colonias Suaitanas	Servicios turísticos al resto del país	Total servicios turísticos
Expediciones a sitios de interés arqueológico	433	493	926
Caminatas ecológicas	361	517	878
Cabalgatas de integración	561	468	1.029
Visita a fincas productivas	377	468	845
Deportes extremos:	473	517	990

Rappel-Torrentismo			
TOTAL SERVICIOS	2.205	2.463	4.668
PORCENTAJE	47%	53%	100%

2.5.5 Evolución Histórica de la demanda del servicio. En Turismo, la cobertura hotelera pasó del 44% en el 2001 al 69.34% a septiembre de 2003. Los servicios en deportes de aventura se incrementaron: canotaje 22.5% pasando de 12.615 a 15.463 servicios, rappel 97.8% de 4.415 a 8.736, espeleología 73% de 6.707 a 11.604 del 2001 a septiembre de 2003; mientras que parapente se disminuyó un 36.8% pasando de 1.900 a 1.200.⁶

Según el DANE en su encuesta anual de servicios, el resumen de las principales variables de servicios de agencias de viaje en Colombia según escala de personal entre 1999 y 2002 son las siguientes:

Año	1999	2000	2001	2002
Empresas	108	112	121	118

2.5.6 Proyección de la Demanda. Para determinar la proyección de la demanda de servicios de turismo ecológico se tendrá en cuenta las cifras de crecimiento del sector, relacionado con los servicios de agencia de viajes.

Para conocer la demanda estimada para los años: 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 y 2009 y 2010 que corresponden a la vida del proyecto (cinco años de 2006 a 2010), se utilizó el Método de los Mínimos Cuadrados, usando como base de aplicación para la variable independiente equis (x) un valor progresivo de dos en dos. Ver cuadro 31.

⁶ Corporación mixta de turismo

Cuadro 31. Desarrollo del Método de Mínimos Cuadrados

Año	X	Y	X ²	XY	Y ²
1999	-3	108	9	-324	11.664
2000	-1	112	1	-112	12.544
2001	1	121	1	121	14.641
2002	3	118	9	354	13.924
Σ	0	459	20	39	52.773

$$Y = mx + b$$

$$Y = 1,95(X) + 114,75$$

$$m = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \cdot \sum y}{n}}{\sum(x)^2 - \frac{[\sum x]^2}{n}}$$

$$m = 1,95$$

$$b = \frac{\sum y - m\sum x}{n}$$

$$b = 114,75$$

$$\text{Coeficiente de Relación: } R = \frac{m \cdot S_x}{S_y} = 0,86$$

$$S_x = \sqrt{\frac{\sum(x^2)}{n} - (x)^2} = 1,95$$

$$S_y = \sqrt{\frac{\sum(y^2)}{n} - (y)^2} = 114,75$$

Cuadro 32. Cálculo proyectado del índice de crecimiento de agencias de viajes en Colombia

Año	Cálculo $Y = m x + b$	N. de empresas	%de crecimiento
2003	1,95 (5) + 114,75	124	
2004	1,95 (7) + 114,75	128	3,22%
2005	1,95 (9) + 114,75	132	3,12%
2006	1,95 (11) + 114,75	136	3,03%
2007	1,95 (13) + 114,75	140	2,94%
2008	1,95 (15) + 114,75	144	2,86%
2009	1,95 (17) + 114,75	148	2,77%
2010	1,95 (19) + 114,75	152	2,70%

Teniendo en cuenta el índice de crecimiento de servicios de agencias de viajes en Colombia, se procede a realizar la respectiva proyección del servicio en los cinco años del proyecto: (2006, 2007, 2008, 2009 y 2010). Véase cuadro 33.

Cuadro 33. Proyección de la demanda del servicio

ACTIVIDADES	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		3,03%	2,94%	2,86%	2,77%	2,70%
Expediciones a sitios de interés arqueológico	926	954	982	1010	1038	1066
Caminatas ecológicas	878	905	931	958	984	1011
Cabalgatas de integración	1.029	1060	1091	1123	1154	1185
Visita a fincas productivas	845	871	896	922	947	973
Deportes extremos: Rappel-Torrentismo	990	1020	1050	1080	1110	1140
TOTAL SERVICIOS	4.668	4809	4951	5092	5233	5375

2.6 OFERTA

[Regresar](#)

2.6.1 Necesidades de Información. Las necesidades de información corresponden a fuentes primarias de acuerdo a los siguientes temas de interés para el estudio:

- ✓ Servicios ofrecidos por las Empresas de turismo de la Provincia Guanentina y Comunera.
- ✓ Servicios de mayor acogida por parte del turista.
- ✓ Precios promedio de los servicios por persona
- ✓ Cantidad de servicios vendidos promedio mensual
- ✓ Servicios complementarios
- ✓ Épocas de mayor actividad turística en el año
- ✓ Formas de promoción turística
- ✓ Grupos potenciales para la actividad turística de acuerdo a la temporada

2.6.4 Ficha Técnica

<p>Tipo de Investigación</p>	<p>Exploratoria. Correspondiente a indagaciones preliminares realizadas en el área de estudio como es la cuantificación de Empresas prestadoras de servicios de turismo ecológico.</p> <p>Concluyente. Realización del estudio de campo a través de un censo previamente estructurado para conocer las características de las empresas prestadoras de servicios de turismo ecológico.</p>
<p>Método de Investigación</p>	<p>Inductivo. Permite un análisis del problema mostrando de lo particular a lo general; así los resultados obtenidos son la base teórica, sobre la cual se formulará las características del servicio de la Empresa de Turismo ecológico</p>
<p>Fuentes de Información</p>	<p>Fuentes primarias. Censo a las empresas que prestan servicio de turismo ecológico en las provincias Comunera y Guanentima.</p> <p>Fuentes Secundarias. Directorios, páginas Web, oficinas de turismo municipales, cámaras de comercio y folletos de promoción turística.</p>
<p>Técnicas recolección de Información</p>	<p>Encuesta</p>
<p>Instrumento</p>	<p>Cuestionario estructurado. Ver anexo C.</p>
<p>Modo de aplicación</p>	<p>Directo</p>
<p>Definición de la Población</p>	<p>Población de estudio. Las seis (6) empresas prestadoras de servicios de ecoturismo en las provincias Comunera y Guanentina. Ver anexo H.</p> <p>Elemento muestral. Gerentes de las empresas de ecoturismo de las provincias Comunera y Guanentina</p>
<p>Proceso de muestreo</p>	<p>Censo</p>
<p>Alcance</p>	<p>Ciudades de San Gil y Socorro</p>
<p>Tiempo de aplicación</p>	<p>Realización de encuestas. Dos días. Recopilación, análisis, tabulación y presentación de resultados Marzo de 2005.</p>

2.6.3 Tabulación y presentación de resultados. El siguiente es el análisis de los resultados correspondientes a la encuesta aplicada a las seis (6) empresas de turismo ecológico existentes en las Provincias Comunera y Guanentina del Departamento de Santander.

Al igual que en la información de la demanda, en este estudio existen preguntas de respuesta múltiple, cuyos porcentajes calculados son el resultado de dividir cada una de las respuestas de la pregunta entre el número de encuestados.

Así mismo, no se coloca un total por cuadro debido a que al obtener más de una respuesta por encuestado, las respuestas superan el número poblacional y la suma de los porcentajes relativos superan el 100%.

Servicios turísticos que ofrecen las empresas

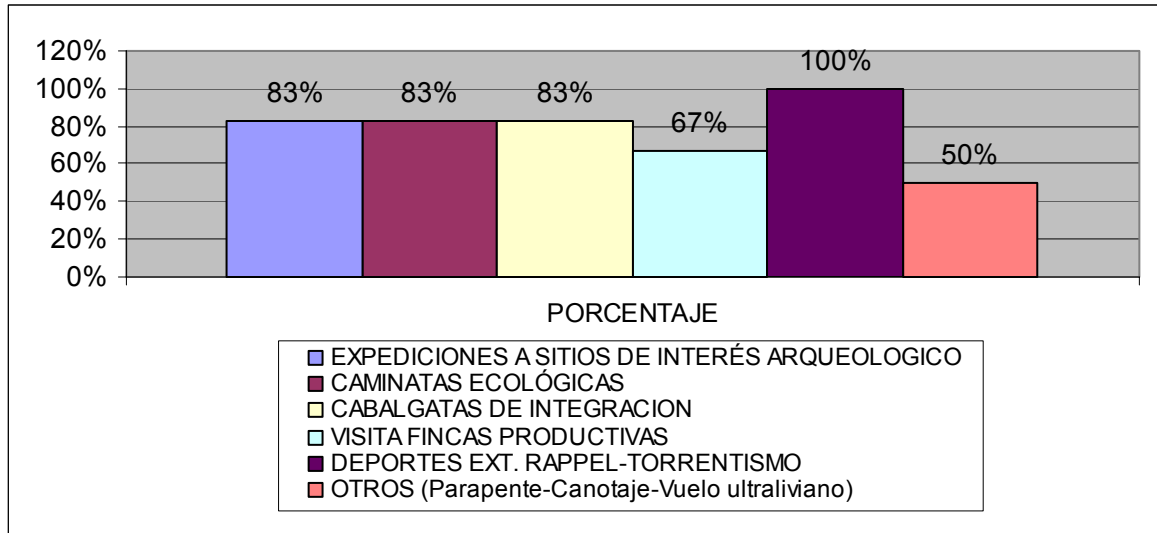
El estudio permite observar que el 100% de las empresas de la región ofrecen servicios de deportes extremos: Rappel y Torrentismo. El 83% ofrecen expediciones a sitios de interés arqueológico, caminatas ecológicas y cabalgatas de integración. El 67% ofrecen visitas a fincas productivas y el 50% dentro de otros ofrecen otras modalidades de deportes extremos como son el parapente, canotaje y vuelo en ultraliviano.

Dichos resultados además de verificar la buena aceptación de cada uno de los servicios, ofrece a la nueva empresa un panorama de preferencia de cada actividad eco turística.

Cuadro 34. Servicios turísticos que ofrecen las empresas

SERVICIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXPEDICIONES A SITIOS DE INTERÉS ARQUEOLOGICO	5	83%
CAMINATAS ECOLÓGICAS	5	83%
CABALGATAS DE INTEGRACION	5	83%
VISITA FINCAS PRODUCTIVAS	4	67%
DEPORTES EXT. RAPPEL-TORRENTISMO	6	100%
OTROS (Parapente-Canotaje-Vuelo ultraliviano)	3	50%

Gráfico 25. Servicios turísticos que ofrecen las empresas



✚ Cantidad de servicios de turismo vendidos mensualmente

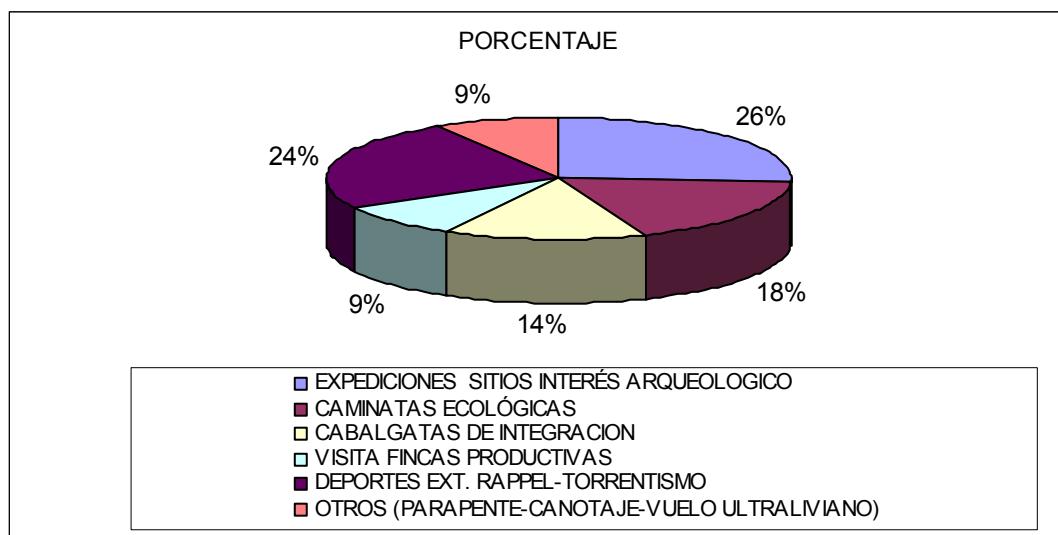
De acuerdo al estudio, de un total de 284 servicios promedio que las empresas venden **en el mes**, el 26% corresponden a expediciones a sitios de interés arqueológico, el 24% a deportes extremos: rappel-torrentismo, el 18% a caminatas ecológicas, el 14% a cabalgatas de integración y el 9% a visita a fincas productivas y otros: parapente, canotaje y vuelo en ultraliviano.

Los anteriores resultados son un parámetro importante para estimar la oferta del servicio a nivel de las provincias Comunera y Guanentina, sin embargo no se puede tomar como competencia directa, en razón a que en el área de estudio no existen empresas similares a la del proyecto.

Cuadro 35. Cantidad de servicios de turismo vendidos mensualmente

SERVICIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXPEDICIONES SITIOS INTERÉS ARQUEOLOGICO	73	26%
CAMINATAS ECOLÓGICAS	51	18%
CABALGATAS DE INTEGRACION	39	14%
VISITA FINCAS PRODUCTIVAS	26	9%
DEPORTES EXT. RAPPEL-TORRENTISMO	69	24%
OTROS (PARAPENTE-CANOTAJE-VUELO ULTRALIVIANO)	26	9%
TOTAL	284	100%

Gráfico 26. Cantidad de servicios de turismo vendidos mensualmente



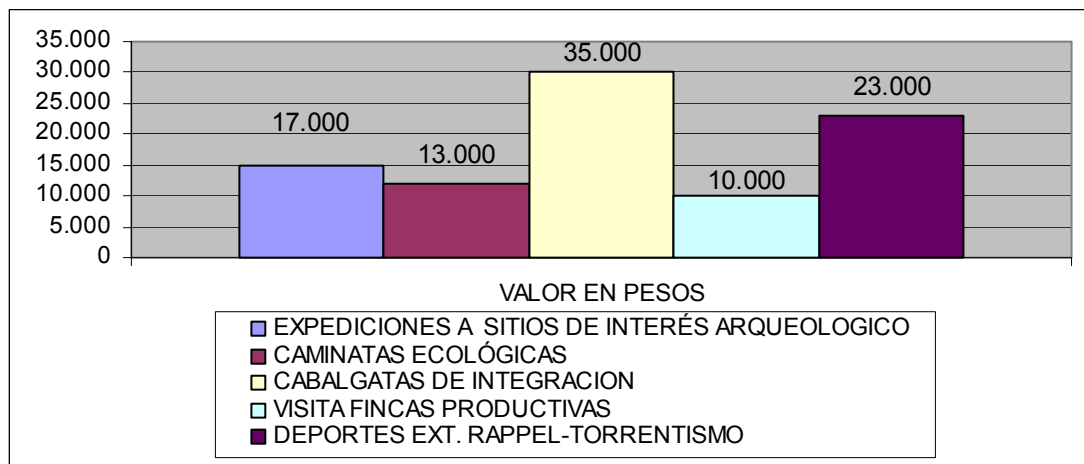
✚ Precio promedio del servicio por persona

Los precios manejados en la región están acordes con las manejadas en el medio turístico, así: Cabalgatas de Integración \$35.000.00, deportes extremos: rappel-torrentismo \$23.000, expediciones a sitios de interés arqueológico \$17.000, caminatas ecológicas \$13.000 y visitas fincas productivas \$10.000; cifras de gran utilidad para la implementación del precio de los servicios en la nueva empresa.

Cuadro 36. Precio promedio del servicio por persona

SERVICIO	VALOR
EXPEDICIONES A SITIOS DE INTERÉS ARQUEOLOGICO	17.000
CAMINATAS ECOLÓGICAS	13.000
CABALGATAS DE INTEGRACION	35.000
VISITA FINCAS PRODUCTIVAS	10.000
DEPORTES EXT. RAPPEL-TORRENTISMO	23.000
TOTAL	98.000

Gráfico 27. Precio promedio del servicio por persona



✚ Servicios complementarios ofrecidos por las empresas de turismo

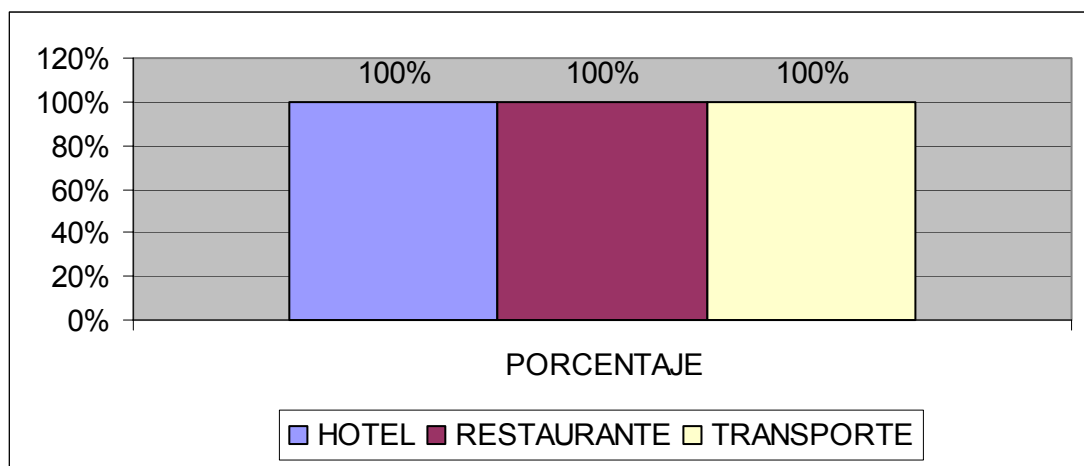
La totalidad de las empresas que ofrecen turismo ecológico en las provincias Comunera y Guanentina ofrecen los servicios complementarios de hotel, restaurante y transporte.

Dicho servicio sería ofrecido a través de convenios institucionales programados previamente entre la empresa de turismo y los hoteles y restaurantes de la región.

Cuadro 37. Servicios complementarios ofrecidos por las empresas de turismo

SERVICIO COMPLEMENTARIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HOTEL	6	100%
RESTAURANTE	6	100%
TRANSPORTE	6	100%

Gráfico 28. Servicios complementarios ofrecidos por las empresas de turismo



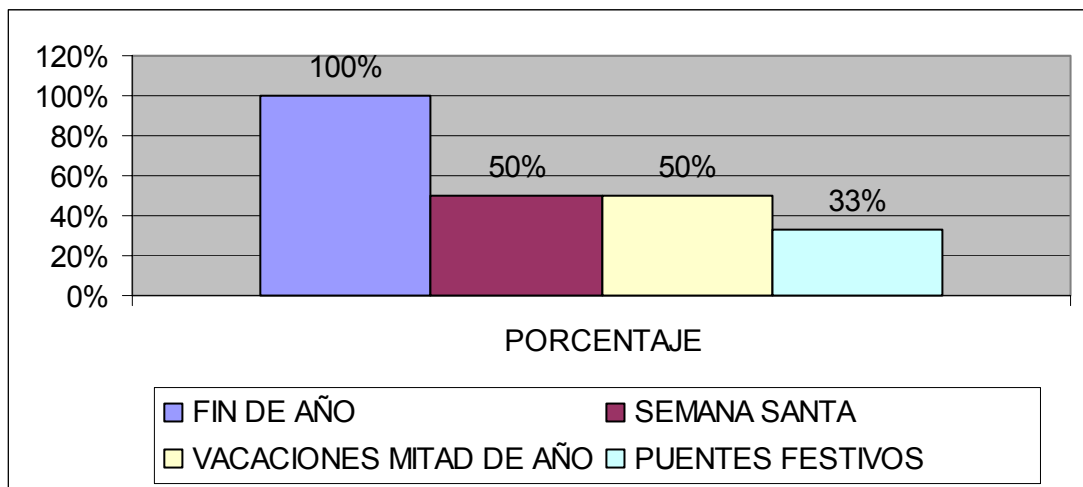
✚ Épocas del año de mayor actividad turística

El 100% de las empresas reportan como época de mayor actividad turística el fin de año. Semana Santa y vacaciones de mitad de año, presenta un 50% de actividad turística y los puentes festivos un 33%. Las épocas mencionadas ofrecen un panorama de una posible demanda de servicios, fundamental para la planeación de los mismos.

Cuadro 38. Épocas del año de mayor actividad turística

EPOCAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FIN DE AÑO	6	100%
SEMANA SANTA	3	50%
VACACIONES MITAD DE AÑO	3	50%
PUENTES FESTIVOS	2	33%

Gráfico 29. Épocas del año de mayor actividad turística



✚ Formas de promoción del servicio preferidas por las empresas eco turísticas

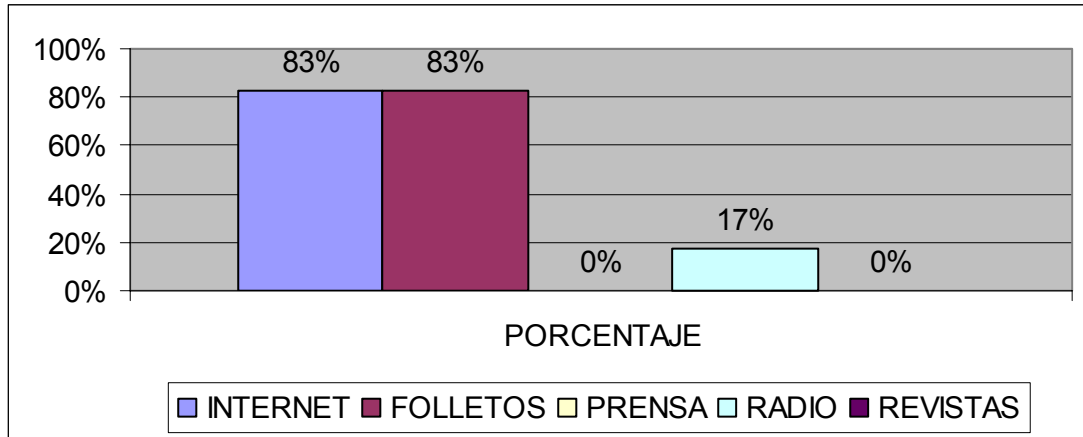
El 83% de las empresas utilizan como mayor fuente de promoción el Internet y los folletos. El radio es utilizado por el 17% de las empresas. La prensa y las revistas no son utilizadas por las empresas de la región Comunera y Guanentina para promocionar sus servicios.

Dichos resultados permiten observar la relación entre los medios utilizados por las empresas de la región y las empresas ubicadas en las ciudades de Bucaramanga y Bogotá, fundamental para la toma de decisiones en cuanto a actividades de promoción se refiere.

Cuadro 39. Formas de promoción del servicio preferidas por las empresas eco turísticas

FORMAS DE PROMOCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INTERNET	5	83%
FOLLETOS	5	83%
PRENSA	0	0%
RADIO	1	17%
REVISTAS	0	0%

Gráfico 30. Formas de promoción del servicio preferidas por las empresas eco turísticas



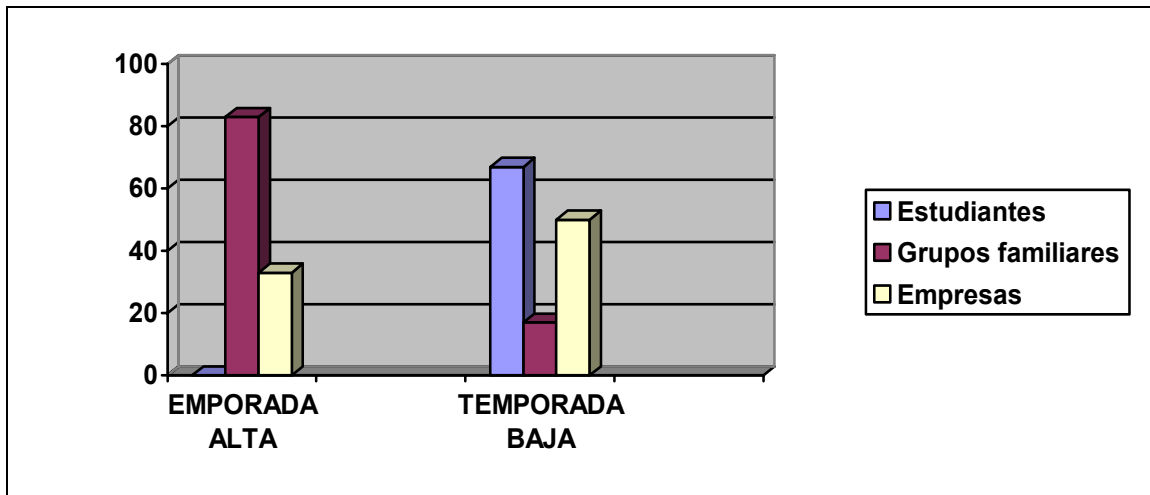
Grupos potenciales de turistas de acuerdo a la temporada

El estudio permite observar que para las empresas que prestan servicio de turismo ecológico en las Provincias Comunerías y Guanentina, el grupo potencial para la temporada alta con un 83% son los grupos familiares y para la temporada baja los estudiantes con un 67%, seguido de las empresas con un 50%. Datos que orientan a la empresa para la realización de actividades comerciales en cada temporada del año.

Cuadro 40. Grupos potenciales de turistas de acuerdo a la temporada

TEMPORADA	GRUPOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTA	Estudiantes	0	0%
	Grupos Familiares	5	83%
	Empresas	2	33%
BAJA	Estudiantes	4	67%
	Grupos Familiares	1	17%
	Empresas	3	50%

Gráfico 31. Grupos potenciales de turistas de acuerdo a la temporada



2.6.4 Análisis de la Situación Actual de la Competencia. A través de estudio exploratorio se pudo determinar que el área de estudio (municipio de Suaita) no existe una empresa cuya objeto social sea el de prestar servicios de turismo ecológico, por lo tanto, para el estudio de la oferta se tuvo en cuenta las empresas dedicadas al ecoturismo ubicadas en las provincias Comunera y Guanentina de Santander.

A continuación se muestra la cantidad de servicios de ecoturismo prestadas por las seis empresas que funcionan en las provincias Guanentina y Comunera de Santander, sin que esto represente una cuantificación de la oferta de ecoturismo en el municipio de Suaita . Ver cuadro 41.

La cantidad de servicios prestados mensualmente fueron determinados previamente en el estudio (ver cuadro 35), luego fueron cuantificados anualmente multiplicando la oferta de cada servicio por los doce meses del año.

Cuadro 41. Cantidad de servicios prestados por empresas de las provincias Guanentina y Comunera

Servicio	Cantidad mensual	Cantidad anual
EXPEDICIONES SITIOS INTERÉS ARQUEOLOGICO	73	876
CAMINATAS ECOLÓGICAS	51	612
CABALGATAS DE INTEGRACION	39	468
VISITA FINCAS PRODUCTIVAS	26	312
DEPORTES EXT. Rappel-Torrentismo	69	828
OTROS: Parapente-canotaje- ultraliviano	26	312
TOTAL	284	3.408

2.6.5 Proyección de la Oferta. Para realizar la proyección de oferta de servicios de turismo ecológico, se toma como referencia el crecimiento del sector de agencias de viajes, calculado previamente en la proyección de la demanda. Ver cuadro 42.

Cuadro 42. Proyección de la oferta del servicio a nivel regional

SERVICIOS	Año 0	Año 1 3,03%	Año 2 2,94%	Año 3 2,86%	Año 4 2,77%	Año 5 2,70
Expediciones a sitios de interés arqueológico	876	903	929	956	982	1.009
Caminatas ecológicas	612	631	650	668	687	705
Cabalgatas de integración	468	482	496	511	525	539
Visita a fincas productivas	312	321	331	340	350	359
Deportes extremos: Rappel-Torrentismo	828	853	878	903	928	953
Otros: Parapente, canotaje	312	321	331	340	350	359
TOTAL SERVICIOS	3.408	3.511	3.615	3.718	3.822	3.924

2.7 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

[Regresar](#)

Como ya se había aclarado anteriormente no existe oferta de los servicios de ecoturismo en la zona de estudio (municipio de Suaita), por lo tanto, la demanda potencial de servicios cuantificada en el estudio de campo es equivalente a la demanda insatisfecha del servicio.

Entonces, se presenta una situación bastante favorable para la introducción de los servicios en el mercado, sustentado obviamente en un efectivo programa promocional y publicitario que le permita a la nueva empresa trascender a nivel regional y nacional.

Tabla 1. Demanda insatisfecha del servicio en el municipio de Suaita

ACTIVIDADES	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		3,03%	2,94%	2,86%	2,77%	2,70%
Expediciones a sitios de interés arqueológico	926	954	982	1.010	1.038	1.066
Caminatas ecológicas	878	905	931	958	984	1.011
Cabalgatas de integración	1.029	1.060	1.091	1.123	1.154	1.185
Visita a fincas productivas	845	871	896	922	947	973
Deportes extremos: Rappel-Torrentismo	990	1.020	1.050	1.080	1.110	1.140
TOTAL SERVICIOS	4.668	4.809	4.951	5.092	5.233	5.375

2.8 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

[Regresar](#)

2.8.1 Estructura de los Canales Actuales. Las características propias del servicio, requiere dos tipos de canales de comercialización:

Directo: empresa prestadora del Servicio – Usuario Final.

Indirecto: empresa prestadora del servicio — Intermediario — Usuario Final.

La contratación del servicio generalmente se realiza en forma directa con el grupo interesado, aunque en ocasiones se presentan subcontrataciones con algún intermediario o con otra empresa. La mayoría de las empresas cuentan con transporte propio, aunque también existen subcontrataciones dependiendo del lugar a visitar.


Así mismo, el servicio de hotel y restaurante generalmente es subcontratado con las personas cercanas a los sitios turísticos.

2.8.2 Ventajas y Desventajas de los Canales Actuales. Por las características del servicio ofrecido en la región, las ventajas y desventajas deben ser enfocados a partir de los dos canales de comercialización presentes en el sector. Ver cuadro 44.

Tabla 2. Ventajas y Desventajas de los Canales Actuales

Ventajas	Desventajas
- Se minimizan costos por el no pago de comisión a intermediarios	- La prestación del servicio se limita a la capacidad de la empresa
- Servicio personalizado con los cual se tiene un mayor control de los objetivos y políticas fijadas	- Incremento en los costos por publicidad y mercadeo
- Canal Indirecto	- Poca interacción con el turista
- Posibilidad de captar mayor número de usuarios	- Disminución del margen de utilidad
- Interacción de servicios entre empresas del ramo	

2.8.3 Selección de los Canales de Comercialización. La empresa de Turismo Ecológico del Municipio de Suaita, conservará la estructura actual de comercialización, así:

 **Canal Directo:** promocionando el servicio en empresas y centros educativos de la región dando a conocer el portafolio de servicios de la empresa, ofreciendo planes especiales para estudiantes y grupos de empleados. Así mismo, se divulgará el servicio ecoturístico en las colonias suaitanas residentes en Bogotá y Bucaramanga a través de sus representantes.


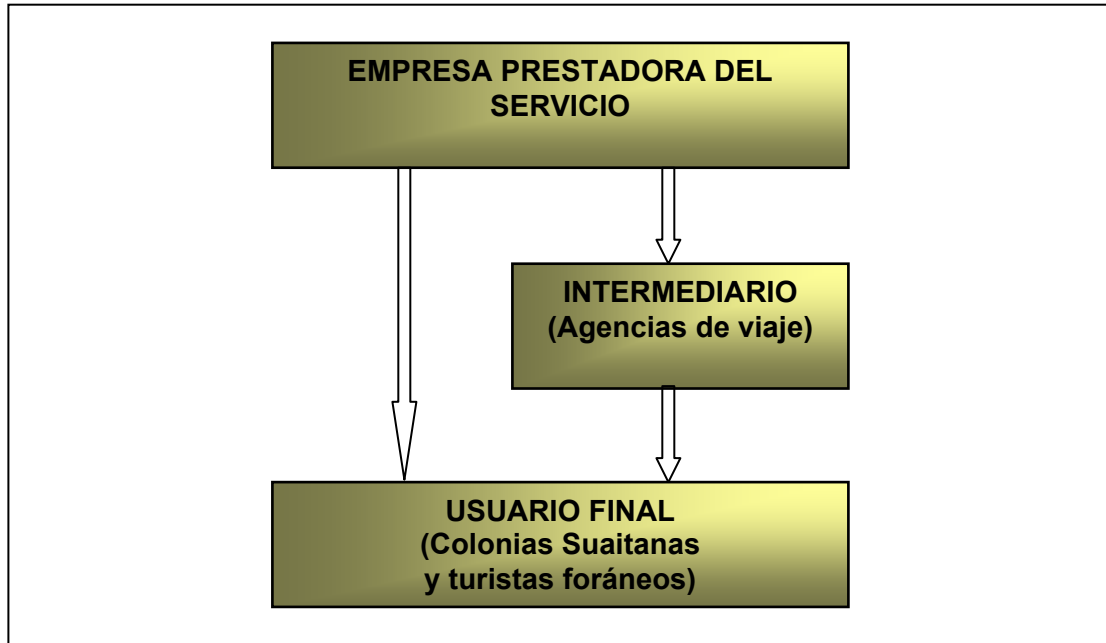
 **Canal Indirecto:** realizando gestión promocional a través de las empresas de turismo ecológico de Bogotá y Bucaramanga con el fin de presentar el portafolio de servicios en búsqueda de realizar convenios.

Gráfico 32. Canales de comercialización del servicio



2.9 PRECIO

[Regresar](#)

La determinación del precio de los servicios a ofrecer es un factor muy importante, pues servirá de base para el cálculo de los ingresos del proyecto. Así mismo, deberá representar un nivel de retribución en el servicio esperado por el cliente.

2.9.1 Análisis de precios. Se tendrá en cuenta la repercusión de los siguientes factores:

- *Expectativas de los usuarios:* según los resultados obtenidos en el estudio de mercados, la disposición de pago por los cinco servicios que conforman el paquete es de \$120.000 por persona (ver cuadro 10).

- *Precio existente en el mercado:* se tendrá en cuenta las tarifas existentes en el mercado, con el fin de establecer una sana competencia respecto a precios. Por lo tanto, de acuerdo a esta variable, el paquete completo correspondiente a los cinco servicios ofrecidos tendría un valor de \$98.000 (ver cuadro 36).
- *Aplicación de combinación:* entre el precio existente en el mercado y al margen de contribución. Esta mezcla se realizará con el propósito de ser competitivos y cubrir los costos totales.

2.9.2 Estrategias de fijación de precios. La fijación de los precios del servicio debe estar acorde con unas estrategias que faciliten su comercialización, así como en el desarrollo de la mezcla promocional. Para fijar el precio de los servicios ofrecidos por la empresa de turismo, se tendrá en cuenta:

- Precios para nuevos servicios: a pesar de que se trata de un servicio novedoso en el mercado local, no es conveniente manejar una política de precios distinta a los de la competencia regional. Por lo tanto, el precio del servicio, será referenciado por los de la competencia.
- Aplicación de Tarifas Especiales: los precios para grupos con condiciones socioeconómicas menores, serán de especial estudio con el fin de brindar más oportunidades para su acceso, buscando que el porcentaje no cubierto con la tarifa normal, sea cubierto con una mayor demanda.

2.10 PUBLICIDAD Y PROMOCION

[Regresar](#)

Publicidad entendida como cualquier forma pagada de presentación y programación impersonal de ideas, bienes o servicios con un patrocinador identificado, con un propósito comercial.

Para todos los efectos legales, la institución se denominará **JARDIN DEL SOL ECOTURISMO LTDA.**

2.10.1 Objetivos de la publicidad. El programa publicitario para la empresa de Turismo Ecológico del Municipio de Suaita, estará dirigido tanto a los posibles usuarios del servicio como a la comunidad del municipio, en búsqueda de crear una actitud favorable y solidaria para la prestación de un servicio excelente. Se enfocará a los siguientes objetivos:

- Dar a conocer la existencia y localización de la empresa
- Ofrecer los diferentes servicios prestados por la misma.
- Captar el interés de la demanda potencial de la región y las ciudades de Bucaramanga y Bogotá
- Recordar periódicamente el portafolio de servicios de la empresa.
- Resaltar los atributos diferenciadores del servicio

2.10.2 Logotipo. Estará enfocado a transmitir un mensaje de conservación del medio ambiente, disfrute de la naturaleza, expectativas de servicio y paz interior. Ver gráfico 33.

Gráfico 33. Logotipo empresa de ecoturismo Jardín del Sol Ltda.



2.10.3 Lema. Constituye una invitación a volver la mirada hacia el campo, como patrimonio natural, que espera ser explorado, disfrutado y conservado en beneficio de la actual humanidad como de las futuras generaciones.

“ VIVE UN ENCUENTRO CON LA NATURALEZA ”

2.10.4 Análisis de medios. De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercados, los medios de mayor éxito para publicitar los servicios de la empresa, son en su orden: Internet, Folletos y Radio. Igualmente se le dará

especial atención a las visitas personalizadas a centros educativos y gremios en general.

2.10.5 Selección de medios. Tendiendo en cuenta los anteriores parámetros, la selección de medios corresponderá a:

Electrónicos: Radio e Internet

Directos: Folletos

2.10.6 Estrategias Publicitarias. Para captar la atención de un mercado cada vez más exigente las estrategias deben ser creativas, innovadoras y atrevidas, que logren convencer a los potenciales usuarios de adquirir el servicio.

Las relaciones públicas estarán en cabeza del representante legal, en equipo con todo el grupo que conformará la empresa.

La empresa realizará los programas publicitarios en las siguientes direcciones estratégicas:

- **Eventos Especiales.** La empresa estará al tanto de eventos especiales organizados en la región con el fin participar y dar a conocer el portafolio e impulsar sus servicios.
- **Precios Especiales:** La empresa ofrecerá tarifas especiales para algunos grupos teniendo en cuenta sus condiciones socioeconómicas.
- **Publicidad.** La publicidad será una herramienta especial de posicionamiento, a la cual se le asignará un presupuesto a partir del segundo año del 0.5% con base en el presupuesto anual de ventas.

2.10.7 Presupuesto de publicidad y promoción. Las acciones a desarrollar en el plan estratégico de publicidad y promoción y los recursos asignados serán, así:

❖ **Publicidad de Lanzamiento**

- **Portafolio de servicios.** Se diseñará un portafolio de servicios en el cual se identifique la empresa, sus servicios y fortalezas y a la vez de una idea de su infraestructura (véase el anexo I). El diseño y reproducción de 200 unidades se calcula en \$300.000.
- **Elaboración de tarjetas personales.** Se enviará a realizar tarjetas de presentación con los datos básicos de la empresa y los servicios, cuyo costo asciende a \$100.000.
- **Lanzamiento de la Empresa.** Para el lanzamiento de la empresa se organizará un cocktail de inauguración en las instalaciones de la Piscina Municipal, con la presencia de invitados especiales como representantes de algunas agencias de turismo ecológico de las ciudades de Bucaramanga y Bogotá, de las colonias, de los gremios existentes en la Región, Autoridades Departamentales y Municipales donde se dará a conocer el portafolio de servicios de la empresa y se proyectará un video con los atractivos turísticos del Municipio.

El presupuesto asignado para esta actividad será de \$1.400.000, gasto que será patrocinado en un 50% por el gremio de comerciantes del municipio de Suaita, por lo tanto, la empresa asumirá únicamente un valor de \$700.000.

- **Mensajes publicitarios.** Utilización de medios publicitarios de mayor éxito en este tipo de servicios como folletos y radio. Esta acción se desarrollará durante los quince días antes de que la empresa inicie sus actividades y tendrá un costo, así: cuñas radiales en la emisora local y regional \$250.000 y el diseño, reproducción y entrega de 100 folletos \$100.000.

Así mismo, será creada una página en Internet, en la cual se publicitará los aspectos más importantes del servicio, e imágenes de los lugares turísticos del municipio. Su costo fue determinado en \$800.000.

❖ **Publicidad de Operación**

Gestión gubernamental. Se visitarán los diferentes entes gubernamentales como Alcaldías, Gobernación de Santander, Corporación Regional de Turismo, El Sena, con el fin de dar a conocer la empresa, su portafolio, promover los diferentes servicios, solicitar capacitación y aportes que fortalezcan la empresa. El presupuesto calculado anualmente para transporte y viáticos es de \$400.000.

Medios publicitarios. Se hará uso de los medios publicitarios de mayor éxito para este tipo de servicios como son los folletos, visitas personalizadas y radio. Esta acción se desarrollará principalmente en el primer año del proyecto, aunque con menor escala en los años subsiguientes.

El presupuesto calculado para publicidad radial es de \$750.000 y \$200.000 para elaboración de folletos promocionales. Ver cuadro 45.

Cuadro 43. Presupuesto para el programa de publicidad y promoción

Etapa	CONCEPTO	ACCIONES	CANTIDAD	VALOR
ETAPA DE LANZAMIENTO	Portafolio de servicios	Diseño y reproducción	200	300.000
	Tarjetas personales	Diseño y reproducción	500	100.000
	Lanzamiento de la empresa	Realización de un cóctel y eventos culturales	1	700.000
	Mensajes publicitarios	Emisión de cuñas radiales	50	250.000
		Elaboración de folletos	100	100.000
	Página en Internet	1	800.000	
Subtotal				2.250.000
ETAPA DE OPERACION	Gestión gubernamental	Visita a los diferentes entes gubernamentales		400.000
	Mensajes publicitarios	Emisión de cuñas radiales de recordación	150	750.000
		Elaboración de folletos	200	200.000
Subtotal				1.350.000
TOTAL				3.600.000

2.11 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

A través del estudio de mercados, se verificó la existencia de una demanda insatisfecha adecuada y creciente que favorece las expectativas en cuanto a mercado de servicios eco turísticos en el municipio.

Una vez analizadas las condiciones del mercado y de acuerdo a los resultados obtenidos se pudo determinar que el proyecto es viable desde el punto de vista de demanda, en razón a que el 95% de la población de familias Suaitanas residentes en Bogotá y Bucaramanga están interesadas en disfrutar del ecoturismo y el 28% de empresas de turismo de dichas ciudades hacen turismo en las provincias Guantánamo y Comunera.

Los datos obtenidos a través del estudio de la oferta del servicio a nivel regional, solo servirán de referencia respecto a las características del servicio ofrecido, más el número de servicios no serán tomados como oferta real, en razón a que ninguna de dichas empresas funcionan dentro de la zona de estudio. Por lo tanto, la demanda insatisfecha del servicio equivale a la totalidad de la demanda potencial.

De igual manera, se pudo verificar a través del estudio de mercados que prevalecen los aspectos agradables del servicio por encima de los desagradables como el alto costo, desorganización e incumplimiento.

Un aspecto muy importante de tener en cuenta por la nueva empresa es hacer la diferencia superando las debilidades del sector y creando fortaleza interna mediante la prestación de un servicio de calidad donde el usuario se sienta retribuido por el valor agregado del servicio.

En términos generales si existe un mercado viable para el funcionamiento y desarrollo de la empresa eco turística, mediante la implementación de un óptimo programa de publicidad y promoción y aprovechando la ventaja de ser la única empresa de este tipo a nivel del área de estudio.

Por lo tanto, las posibilidades del proyecto están dadas, ya que las gestoras del proyecto son conocedoras de los factores socioeconómicos que afectan el municipio, así como del potencial turístico con que cuenta.

3. ESTUDIO TÉCNICO

[Regresar](#)

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

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

[Regresar](#)

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de prestación de cada uno de los servicios de ecoturismo durante la vigencia del proyecto.

Para determinar el tamaño del proyecto, se analizarán los siguientes factores:

- Descripción del tamaño del proyecto
- Factores que determinan el tamaño de un proyecto y
- Capacidad del proyecto

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. La cantidad de servicios que se desea prestar anualmente, se determinarán de acuerdo a un porcentaje de la

demanda insatisfecha calculada en el estudio de mercados para cada uno de los servicios que conforman el paquete.

Teniendo en cuenta que en área de estudio no existe una empresa dedicada a actividades de ecoturismo, y que las familias Suaitanas residentes en Bogotá y Bucaramanga tienen la decisión de adquirir servicios turísticos en el municipio de Suaita y no en otra parte, la nueva empresa tiene la posibilidad de competir eficientemente en este segmento.

Por lo tanto, de los 2.205 servicios de demanda insatisfecha correspondiente a colonias Suaitanas, la empresa de ecoturismo Jardín del Sol Ltda. participará en el mercado con el 50%, equivalente a 1.102 servicios anuales (2.205×0.50). Ver cuadro 44.

Por otra parte, la demanda de servicios a través de las empresas de ecoturismo corresponde a 2.463 servicios, de los cuales la empresa podrá participar en 25% que equivalen a 615 servicios al año. Dicho porcentaje fue determinado de manera conservadora teniendo en cuenta la participación de la empresa más representativa de la competencia. Ver cuadro 45.

Cuadro 44. Servicios turísticos demandados por las colonias Suaitanas

Actividades	Total demanda de servicios	Participación en la demanda: 50%
EXPEDICIONES A SITIOS DE INTERÉS ARQUEOLÓGICO	433	216
CAMINATAS ECOLÓGICAS	361	180
CABALGATAS DE INTEGRACIÓN	561	280
VISITA FINCAS PRODUCTIVAS	377	188
DEPORTES EXTREMOS:		

Rappel y/o Torrentismo	473	236
TOTAL SERVICIOS A COLONIAS	2.205	1.102

Cuadro 45. Servicios demandados a través de las empresas de turismo

Actividades	Demanda por actividad	Participación en la demanda: 25%
EXPEDICIONES A SITIOS DE INTERÉS ARQUEOLOGICO	493	123
CAMINATAS ECOLÓGICAS	517	129
CABALGATAS DE INTEGRACION	468	117
VISITA A FINCAS PRODUCTIVAS	468	117
DEPORTES EXTREMOS: Rappel y/o torrentismo	517	129
TOTAL	2.463	615

En consecuencia, la cantidad de servicios a prestar por la nueva empresa corresponde a 1.717, es decir, un promedio de 343 paquetes turísticos (1.717 servicios / 5 actividades), que equivalen al 36,8% de la demanda total insatisfecha.

Por otra parte, haciendo referencia al número de servicios ofertados por las seis (6) empresas que cubren el mercado en el área de influencia (San Gil y Socorro) éstos se cuantificaron en 3.408 servicios similares al año (véase cuadro 35), es decir, 682 paquetes ecoturísticos. Por lo tanto, se concluye que la nueva empresa prestará servicios equivalentes al 50% de los prestados por la competencia indirecta que hace presencia en las provincias Comunera y Guanentina.

Dicha participación en el mercado está condicionada a la implementación de una mezcla promocional estratégica que le permita a la nueva empresa generar competencia procurando sus propias fortalezas.

3.1.2 Factores que condicionan el tamaño del proyecto. A continuación se describen los factores limitantes para la puesta en marcha de la empresa de Ecoturismo como son: la demanda, los insumos, la tecnología y equipos, la localización y el financiamiento.

❖ **El tamaño del proyecto y la demanda.** Para el servicio de ecoturismo, la demanda es el factor que condiciona el proyecto en mayor grado debido a la característica cíclica del mercado, es decir, una demanda del servicio afectada por épocas de vacaciones o descansos determinados.

En este sentido, según los resultados obtenidos en el estudio de mercados, el tamaño del proyecto podría comprender una cantidad de 4.668 servicios para el primer año, que equivale a la demanda insatisfecha; esto teniendo en cuenta que no se presta ni comercializa servicios similares en el mercado local.

Sin embargo, por tratarse de un servicio nuevo y que está necesariamente afectado por el mercado regional de servicios de ecoturismo, se plantea un cubrimiento conservador pero ascendente en los cinco años del proyecto.

La participación en la demanda del servicio por parte de la nueva empresa se calculó en 36,8% teniendo en cuenta factores de competencia a nivel de las provincias Comunera y Guanentina, así como un índice precavido de usuarios correspondiente a las colonias Suaitanas. Sin embargo se plantea un incremento de 2,5% anual a partir del segundo año del proyecto como índice de crecimiento empresarial.

Cabe aclarar que la demanda insatisfecha ya se encuentra proyectada con el crecimiento empresarial del sector, por lo tanto, el 2,5% adicional corresponde a un índice de crecimiento en el mercado, generado por los esfuerzos publicitarios y de promoción implementado por la empresa, así como un mayor cubrimiento del mercado y consolidación de la empresa.

❖ **El tamaño del proyecto y los suministros e insumos.** El requerimiento de insumos necesarios para el desarrollo de las actividades de ecoturismo, se centran básicamente en materiales de protección y seguridad personal como: arnés, cuerdas, cascos, chalecos, linternas y demás elementos de uso específico en cada actividad. Dichos insumos no presentan restricción alguna para su consecución en ciudades intermedias y ciudades capitales cercanas al área de influencia del servicio.

Por otra parte, en el área administrativa del servicio se hace necesario la compra de muebles y enseres de oficina, y equipos de computo y comunicaciones, los cuales poseen excelente oferta en el mercado local y nacional a precios competitivos y en variadas marcas y niveles tecnológicos, lo cual hace posible que la empresa de ecoturismo tenga la elección en cuanto a calidad y características de los mismos.

Parte fundamental del servicio es el recurso humano, como factor irrelevante para el cumplimiento de los objetivos de la empresa. Por tratarse de una empresa de servicios, los parámetros de calidad y satisfacción del cliente se concentran en el personal que labora en los diversos frentes de servicio, tanto en el área administrativa como en el área operativa.

❖ **El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos.** La tecnología requerida para el presente proyecto consiste en conseguir recursos informáticos básicos que faciliten una gestión adecuada y competitiva en el área administrativa.

Los recursos tecnológicos corresponde especialmente los equipos de oficina, equipos de comunicación y software, las cuales no existe restricción alguna, ya que a nivel del municipio de Barbosa y en las principales ciudades del país es posible conseguir excelente oferta de elementos y equipos necesarios en el objeto social de la empresa.

❖ **El tamaño del proyecto y la localización.** La localización no representa limitante para los objetivos de la empresa, en razón a que la infraestructura física de la empresa está destinada básicamente para el área administrativa, la cual puede ser adquirida en arriendo sin inconveniente alguno, ya sea en el área rural o urbano del municipio.

En el municipio de Suaita existe un entorno favorable en cuanto a la disposición de local o vivienda para los objetivos del proyecto. Este factor permite a la empresa contar con varias alternativas de ubicación de acuerdo a los factores de fortaleza que favorezcan la logística del servicio.

❖ **El tamaño del proyecto y el financiamiento.** Por tratarse de un proyecto de servicios en el cual se aprovecha sanamente la naturaleza, éste no requiere una inversión relativamente alta, teniendo en cuenta que no comprará terrenos y edificios para el desarrollo de sus actividades administrativas.

Las autoras del proyecto como socias fundadores de la empresa, están en capacidad de aportar hasta \$10.500.000.00, por lo tanto, no es necesario acudir a

terceros para financiar el proyecto. Este aspecto será analizado con más detenimiento en el estudio financiero.

Por otra parte, si fuese necesario recurrir a crédito, cabe anotar que las tasas de interés para el público según los expertos, se mantendrán bajas en el mediano plazo. El DTF, que es la tasa representativa del mercado financiero, se situó en 7,58% E.A. para la semana del 11 al 17 de abril de 2005.

3.1.3 Capacidad del Proyecto. En el análisis de la capacidad del proyecto se tendrán en cuenta los siguientes factores:

- Capacidad total diseñada
- Capacidad instalada
- Capacidad utilizada

❖ **Capacidad total diseñada.** La capacidad total diseñada corresponde a la máxima capacidad de prestación de servicios según las necesidades reales de la demanda.

Su cálculo está directamente relacionado con la proporción de la demanda insatisfecha que la empresa de ecoturismo tiene planeado prestar en el transcurso de los cinco años del proyecto, teniendo presente que el servicio será prestado durante tres meses al año, que corresponde a la suma de los períodos de mayor demanda del servicio según el estudio de mercados.

El número de servicios a prestar anualmente se determinó de acuerdo al promedio de horas que dura cada paquete en algunas empresas de ecoturismo de la región así: 3 horas para espeleología, caminatas ecológicas y visitas a fincas productivas

y 4 horas para cabalgatas y deportes extremos, para un total de **17 horas para el paquete de servicios**.

La máxima capacidad del servicio se alcanza en el quinto año del proyecto cuando se producen 437 paquetes turísticos, los cuales serán prestados en grupos de 8 integrantes, equivalente a **55 grupos de turistas al año**.

En este sentido, la prestación del servicio a los 55 grupos tiene una duración de 935 horas al año (55 grupos x 17 horas de duración el paquete), por lo tanto, la demanda puede ser cubierta a través de dos (2) guías turísticos.

Por otra parte, la capacidad diseñada del servicio equivale a 720 horas /año (10 horas días x 24 días mes x 3 meses año), es decir, 1.440 horas año para los dos guías turísticos.

En consecuencia, en las 1.440 horas año, se alcanzará una capacidad diseñada de servicios para 85 grupos de turistas (1.440 horas año / 17 horas el paquete), es decir 680 paquetes turísticos teniendo en cuenta que cada grupo se compone de ocho integrantes (85 grupos x 8 turistas). Ver tabla 3.

Se aclara que el servicio será prestado por paquetes turísticos, los cuales se componen por cinco (5) actividades, por lo tanto, no es necesario especificar la participación por cada una es estas.

Tabla 3. Capacidad diseñada de servicios /año (paquetes de turismo)

CONCEPTO	Número de grupos	Integrantes por grupo	Paquetes de turismo /año
SERVICIOS	85	8	680

❖ **Capacidad Instalada.** Se tiene en cuenta el tiempo real de prestación del servicio, según la jornada laboral y número de empleados.

Por lo tanto, la capacidad instalada comprende el número de servicios que la empresa ofrecerá en el mercado, condicionado por las horas reales de trabajo de los dos (2) guías turísticos, trabajando 8 horas /día y ocupando dos horas para almorzar y descansar.

Entonces, se dispone de 8 horas /día trabajando tres meses al año equivalente a 576 horas año (8 horas día x 24 días mes x 3 meses año), es decir, 1.152 horas año para los dos guías turísticos.

Con base a las 1.152 horas año de capacidad instalada, se alcanzará una prestación de servicios para 68 grupos de turistas (1.152 horas año / 17 horas el paquete).

Los 68 grupos de turistas al año de capacidad instalada se multiplican por el número de integrantes del grupo (8 personas), dando como resultado 544 paquetes turísticos que la empresa podría atender al año. Ver tabla 4.

Tabla 4. Capacidad instalada de servicios /año (paquetes de turismo)

CONCEPTO	Número de grupos	Integrantes por grupo	Paquetes de turismo
SERVICIOS	68	8	544

❖ **Capacidad Utilizada y Proyectada.** Es la fracción de la capacidad instalada que se utilizará en las actividades normales de la empresa de ecoturismo conforme a la prestación evolutiva de los servicios en el transcurso de los cinco años del proyecto.

A continuación se desarrolla la proyección de demanda para los cinco años de vida del proyecto, tomando un porcentaje inicial de participación en el mercado de 36,8% de la demanda insatisfecha determinada en el estudio de mercados, la cual se incrementará a partir del segundo año en 2,5% como índice de crecimiento empresarial.

El número de servicios a prestar en cada uno de los cinco años de vida del proyecto, fueron calculados en proporción a la participación de la demanda insatisfecha para cada uno de ellos. Así mismo, el número de paquetes turísticos por cada año se calcularon con base al total de servicios a prestar al año dividido entre los cinco (5) servicios del paquete. Ver tabla 5.

Tabla 5. Capacidad utilizada y proyectada del servicio de ecoturismo

ACTIVIDADES	D.I.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		36,80%	39,30%	41,80%	44,30%	46,80%
Expediciones a sitios interés arqueológico	926	341	364	387	410	433
Caminatas ecológicas	878	323	345	367	389	411
Cabalgatas de integración	1.029	379	404	430	456	482
Visita a fincas productivas	845	311	332	353	374	395
Deportes extremos	990	364	389	414	439	463
TOTAL SERVICIOS	4.668	1.717	1.835	1.951	2.068	2.185
TOTAL PAQUETES T.		343	367	390	414	437
TOTAL GRUPOS*		43	46	49	52	55

*Total grupos por año = Paquetes turísticos al año / 8 integrantes por grupo.

Teniendo en cuenta las características del mercado objetivo, los servicios de ecoturismo serán prestados especialmente durante 3 meses del año, correspondiente a puentes festivos, semana santa, vacaciones de mitad de año y fin de año, por lo tanto, los lugares de interés turístico se convierten en el recurso físico crítico para la prestación del servicio.

Los tres meses de temporada alta equivalen a 576 horas de capacidad diseñada para los lugares turísticos (8 h. día x 24 días mes x 3 meses año), y la duración de las actividades son: 172 horas /año para deportes extremos y cabalgatas, y 129 horas /año para cada una de las demás actividades en el primer año en el cual se atenderá a 43 grupos de 8 turistas. Ver cuadro 46.

Cuadro 46. Capacidad utilizada respecto a la diseñada

PERIODO	Recurso humano: M. O. D. (Paquetes turísticos)			Recursos físicos Lugares de interés turístico	
	Capacidad diseñada	Capacidad utilizada	Porcentaje optimización	Actividades de 4 horas	Actividades de 3 horas
1	544	343	63%	30%*	22%
2	544	367	67%	32%	24%
3	544	390	72%	34%	26%
4	544	414	76%	36%	28%
5	544	437	80%	38%	30%

*Primer año: 43 grupos x 4 hrs. = 172 hrs. / año. Luego, 172 hrs. / 576 hrs. = 30%

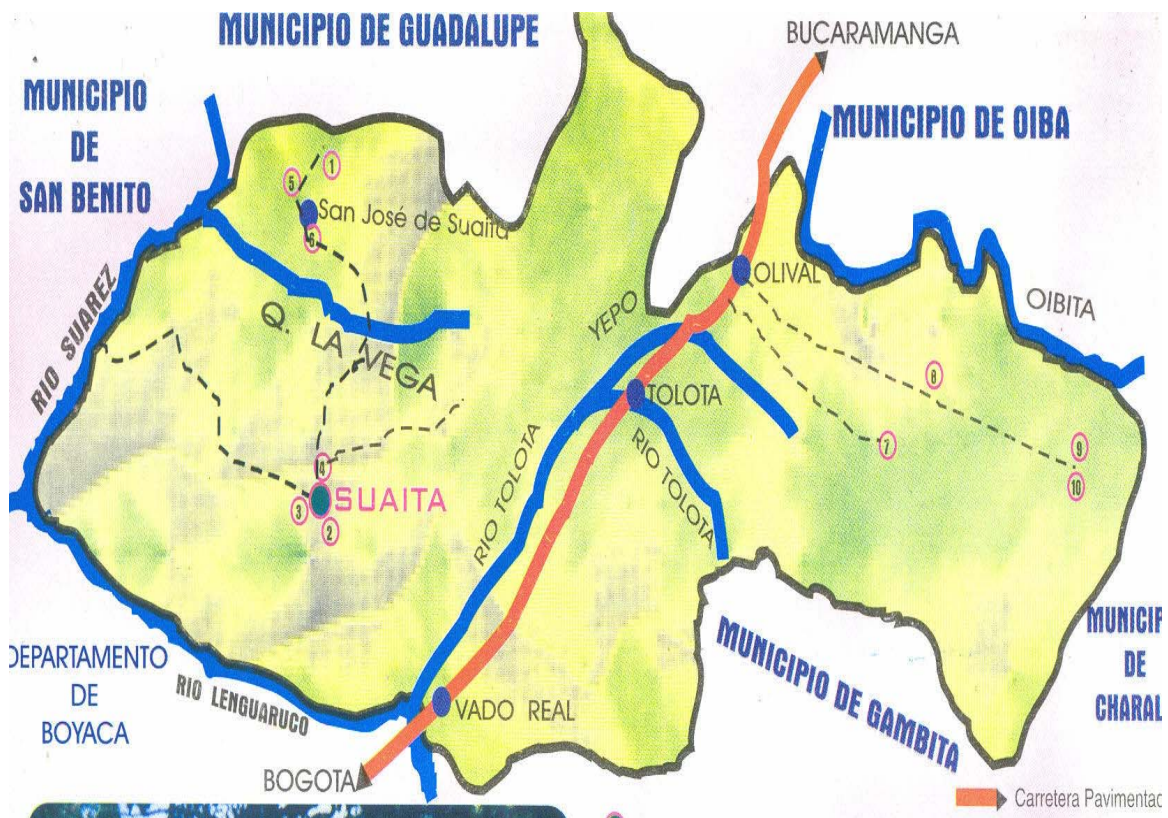
3.2 LOCALIZACIÓN

[Regresar](#)

La ubicación geográfica de la empresa de ecoturismo será definida priorizando los factores que inciden directamente en la minimización de los costos operativos y administrativos del servicio.

3.2.1 Macro-localización. El área geográfica hasta donde se podrá considerar la localización de la empresa de ecoturismo la constituye el municipio de Suaita en su área rural y urbana. El área rural del municipio a pesar de presentar en cierta medida dificultad en la logística del servicio, presenta atractivos para la localización en razón a la cercanía con las fincas donde se encuentran las caballerizas y área de esparcimiento convenientes para el servicio. Véase gráfico 34.

Gráfico 34. Macro-localización de la empresa de ecoturismo



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

- ✓ Parque principal de la cabecera municipal
- ✓ Vía Vado real Km. 1 (piscina municipal)
- ✓ Vado Real (Corregimiento del municipio de Suaita)

Para determinar la ubicación óptima de la empresa se hará uso de el Método de Puntos. Los factores críticos de ubicación considerados con sus correspondientes definiciones se analizaron en la tabla 6.

Tabla 6. Selección y definición de factores

Factor crítico	Descripción del factor
F1.Cercanía a los sitios de interés del servicio	✓ Cercanía a los sitios donde se desarrolla las actividades eco turísticas.
F2. Disponibilidad de insumos	✓ Disponibilidad de insumos del servicio, especialmente de semovientes para las cabalgatas de integración
F3. Facilidades y economía del transporte.	✓ Estado de las vías y costos del transporte para usuarios del servicio
F4. Servicios públicos.	✓ Disponibilidad y economía de los mismos
F5. Infraestructura para tomar arriendo	✓ Disponibilidad, con economía en el arriendo y proyecciones de ensanche.
F6. Impacto social	✓ Grado de interés que despierta en el entorno

❖ **División de los factores en grados.** A continuación se dividen los factores planteados en tres grados diferentes que permitan medir su beneficio o restricción en la maximización de los recursos. Ver cuadro 47.

F1. Cercanía a los sitios de interés para el servici

- **Distante:** a más de 2 kilómetro de distancia.
- **Cerca:** entre 1 km. y 2 Km. de distancia.
- **Muy cerca:** a menos de 1 Km. de distancia.

F2. Disponibilidad de insumos (equinos para la actividad de cabalgata)

- **Poca disponibilidad:** baja disponibilidad de equinos para cabalgatas
- **Mediana disponibilidad:** hay mediana disponibilidad de equinos para alquilar en la zona
- **Buena disponibilidad:** existe suficiente oferta de equinos para alquilar

F3. Facilidad y economía del transporte

- **Regular:** las vías de transporte a los sitios de interés turístico están deteriorados y el pasaje resulta relativamente costoso.
- **Bueno:** las vías de transporte a los sitios de interés turístico están en regular estado y el costo del pasaje es normal.
- **Excelente:** la infraestructura vial a los sitios de interés turístico son ágiles, lo cual evita sobre-costos por fletes y pasajes.

F4. Servicios públicos

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

- **Mediana disponibilidad:** presenta toda la infraestructura de servicios públicos, con algunos sobre costos en su adecuación específica.
- **Buena disponibilidad:** posee toda la infraestructura de servicios públicos en condiciones que exige la empresa de ecoturismo.

F5. Infraestructura para tomar en arriendo

- **Malas condiciones:** no existe infraestructura adecuada para tomar en arriendo.
- **Aceptables condiciones:** posee infraestructura locativa disponible para tomar en arriendo, pero se debe hacer adecuaciones.
- **Buenas condiciones:** posee infraestructura locativa disponible para tomar en arriendo, con posibilidades de ensanche y a un precio módico.

F6. Impacto social

- **Poco atractivo:** despierta poco interés por estar en el área rural
- **Medianamente atractivo:** afluencia normal de público en el área
- **Es atractivo:** despierta un gran interés por estar en lugar céntrico

Cuadro 47. Ponderación de factores críticos

No. de Factores	Factores críticos	Puntaje		Ponderación
F1	Cercanía a los sitios de interés T. Grado 1: Distante Grado 2: Cerca Grado 3: Muy cerca	85 100 110	110	22%
F2	Disponibilidad de insumos Grado 1: Poca disponibilidad Grado 2: Mediana disponibilidad Grado 3: Buena disponibilidad	35 50 60	60	12%
F3	Facilidad y economía de transporte Grado 1: Regular Grado 2: Bueno Grado 3: Excelente	55 70 80	80	16%
F4	Disponibilidad de servicios públicos Grado 1: Mala disponibilidad Grado 2: Mediana disponibilidad Grado 3: Buena disponibilidad	35 50 60	60	12%
F5	Infraestructura para tomar en arriendo Grado 1: Malas condiciones Grado 2: Aceptables condiciones Grado 3: Buenas condiciones	65 80 90	90	18%
F6	Impacto social Grado 1: Poco atractivo Grado 2: Medianamente atractivo Grado 3: Es atractivo	75 90 100	100	20%
Total			500	100%

Tabla 7. Determinación de la ubicación

Factor	Vía Vado Real Km. 1		Parque principal de Suaita		Corregimiento de Vado Real	
	Grado	Puntos	Grado	Puntos	Grado	Punto
1	1	85	3	110	1	85
2	2	50	2	50	2	50
3	3	80	2	70	3	80
4	3	60	3	60	3	60
5	2	90	3	80	1	65
6	3	100	2	90	2	90
		465		460		430

De acuerdo al anterior análisis, se concluye que a pesar de no existir ventajas substanciales entre los dos primeros sitios de ubicación, la empresa de ecoturismo debe ubicarse en el Km. 1 vía Vado Real, por presentar mayor viabilidad.

El sitio corresponde a un paraje donde funciona la piscina municipal de Suaita, ubicada al lado de la vía que conduce a Vado Real corregimiento del Municipio sobre la vía principal que conduce a Bucaramanga. El sitio seleccionado está provisto de infraestructura construida para tomar en arriendo según los requerimientos de la nueva empresa, excelente zona verde y posibilidades de expansión.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

[Regresar](#)

3.3.1 Ficha técnica del servicio. Ver tabla 8.

Tabla 8. Ficha técnica del servicio

Servicios principales	Espeleología, caminatas ecológicas y a fincas productivas, cabalgatas de integración y deportes extremos (rappel y/o torrentismo)
Diseño del servicio	Según descripción técnica del proceso del servicio. El servicio corresponde a un paquete ecoturístico compuesto por cinco servicios.
Especificaciones técnicas	Actividades al aire libre, en contacto y armonía con la naturaleza
Vida útil	cinco años (duración del proyecto)

3.3.2 Descripción técnica del proceso. El servicio a prestar por la empresa Jardín del Sol Ltda. será promocionado y comercializado en paquetes ecoturísticos compuesto por cinco servicios.

El proceso de venta de los paquetes ecoturísticos se inicia con la promoción de los mismos en las colonias Suaitanas y empresas de ecoturismo ubicada en Bogotá y Bucaramanga por parte del gerente de la empresa. De igual manera, con la inscripción del grupo familiar interesado en tomar los servicios y los paquetes turísticos demandados por empresas de turismo.

■ **Proceso del servicio de visitas a sitios de interés arqueológico**

- a. Alistamiento de los turistas con prendas de vestir apropiadas, además se dotará de equipo de seguridad (casco y linterna)

- b. El grupo participante dirigidos por el guía turístico caminan hacia los sitios de interés arqueológico.
- c. Una vez están en el sitio, el grupo descansa y baja temperatura corporal (10 minutos).
- d. El guía implementa el uso del equipo de seguridad entre los practicantes
- e. A la orden del guía turístico se procede a la exploración de cavernas, formaciones geológicas, pozos subterráneos y vida en la oscuridad
- f. El guía turístico procede a contar la historia de cada una de las cavernas y los dirigirá durante el recorrido
- g. El grupo practicante retorna al hotel o se dirigirá a otra actividad planeada.

■ **Proceso del servicio correspondiente a caminatas ecológicas y visitas a fincas productivas**

- a. Alistamiento de los turistas con prendas de vestir apropiadas (zapato cerrado y sombrero)
- b. El grupo participante dirigidos por el guía turístico realizan el recorrido hacia los sitios de interés ecológico ó fincas productivas seleccionadas
- c. El guía turístico los conducirá por caminos de herradura muy antiguos y a lo largo de la actividad contará historias y pormenores de la fauna y flora del atractivo paisaje Suaitano.

d. Si la caminata es a fincas productivas, el guía los conducirá hacia el plantación de cultivos, explicando todo lo relacionado con su producción y mercadeo de los productos autóctonos.

e. El recorrido incluye visita a un pozo natural, en el cual podrán disfrutar de un baño relajante bajo la supervisión del guía.

f. El grupo practicante retorna al hotel o se dirigirá a otra actividad planeada.

■ **Proceso del servicio correspondiente a cabalgatas de integración**

a. Alistamiento de las monturas (caballos y mulas) en el sitio de encuentro previsto. Así mismo se exige el uso de zapato cerrado y sombrero.

b. El grupo participante dirigidos por el guía turístico realizan el recorrido hasta una hacienda representativa del lugar.

c. Los caballistas podrán disfrutar de un exquisito baño en las aguas del río Suárez.

d. Después del baño, el grupo participante podrá degustará un exquisito piquete típico preparado en el mismo lugar.

e. El grupo sigue su marcha hacia la hacienda, donde podrán recorrerla o descansar en chinchorro.

f. El grupo de caballistas retornan al hotel o se dirigirá a otra actividad planeada.

g. El auxiliar del guía turístico retorna los equinos a las fincas de procedencia, quitándoles el apero y llevándolos al potrero de estadía.

■ **Proceso del servicio correspondiente a deportes extremos (rappel y torrentismo)**

a. Alistamiento de los practicantes con prendas de vestir apropiadas, dotándolos con equipo de seguridad (arnés, cuerdas, cascos)

b. El grupo participante dirigidos por el guía turístico caminan hacia el sitio de interés propicio para la práctica

c. Una vez están en el sitio, el grupo descansa y baja temperatura corporal

d. El guía implementa el uso del equipo de seguridad entre los practicantes

e. A la orden del guía turístico y bajo su supervisión se procede al descenso en cuerdas, realizando finalmente una caída libre de 10 metros

f. El grupo practicante retorna al hotel o se dirigirá a otra actividad planeada.

3.3.3 Diagrama de procedimiento. Con el objeto de visualizar en forma rápida el procedimiento de los servicios más representativos a prestar, a continuación se desarrollan los diagramas de procedimiento y de operación. Véase gráficos 35, 36, 37 y 38.

Gráfico 35. Procedimiento visitas a sitios de interés arqueológico

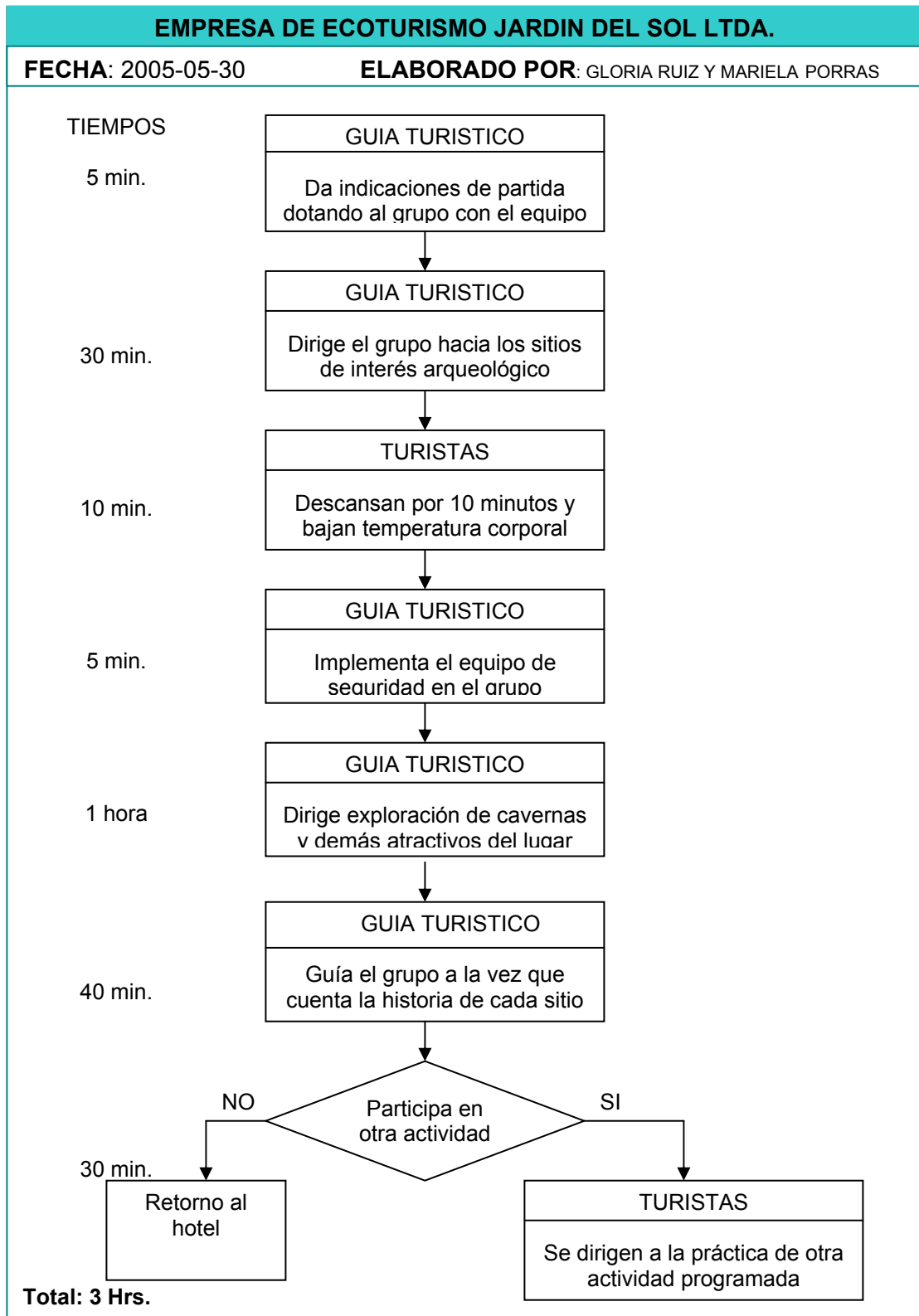


Gráfico 36. Procedimiento Caminatas Ecológicas y Visitas a Fincas Productivas

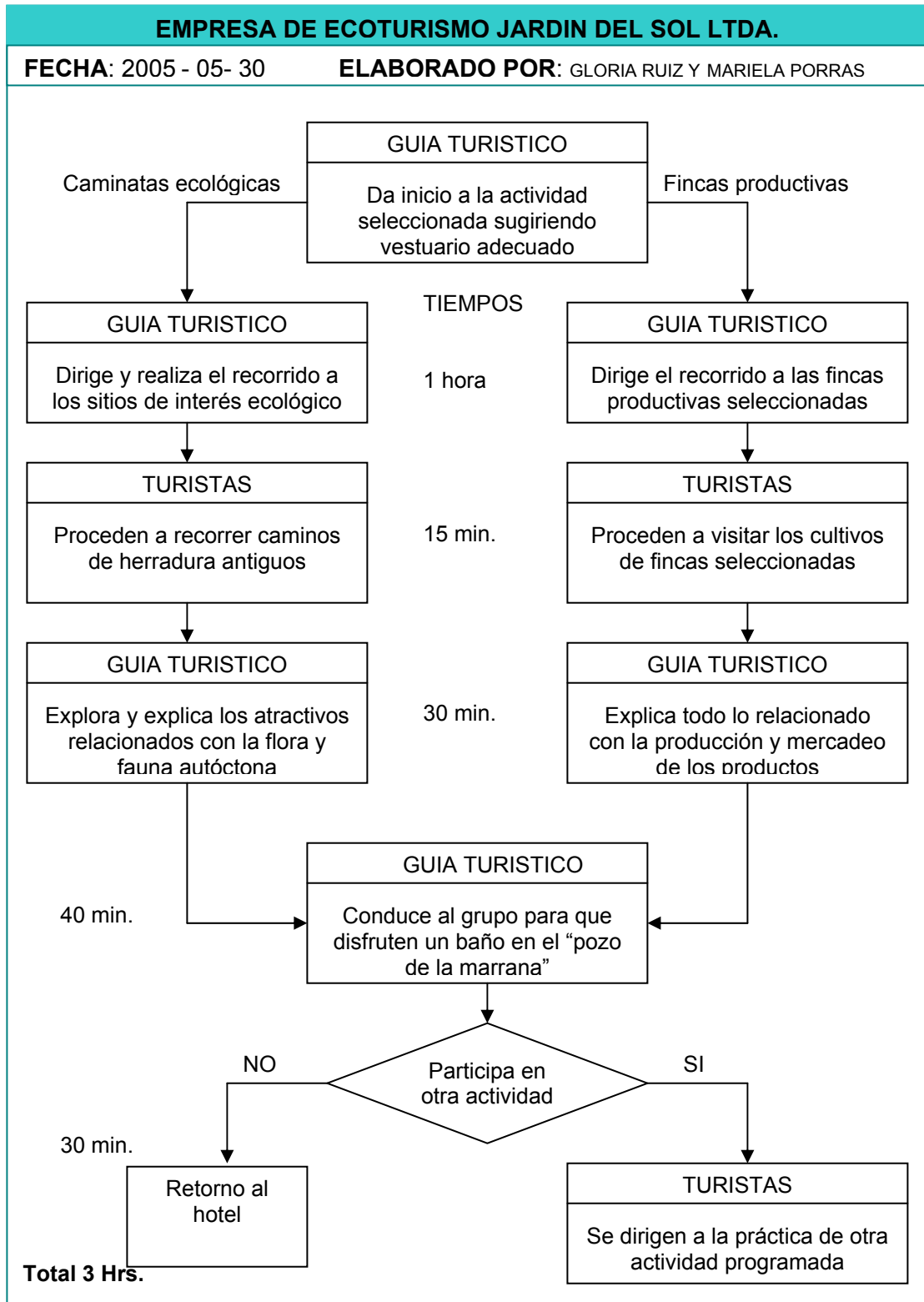


Gráfico 37. Procedimiento Cabalgatas de Integración

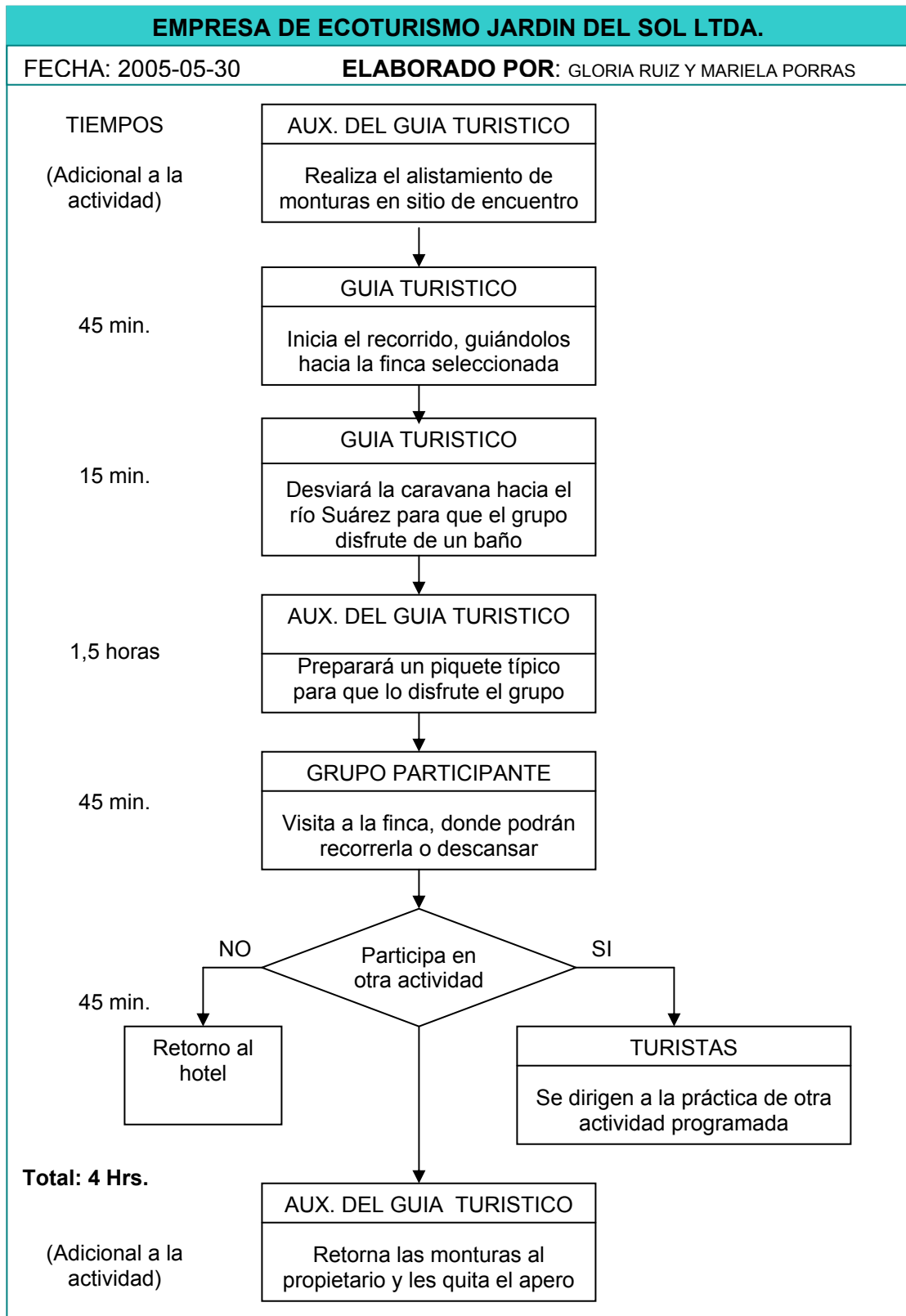
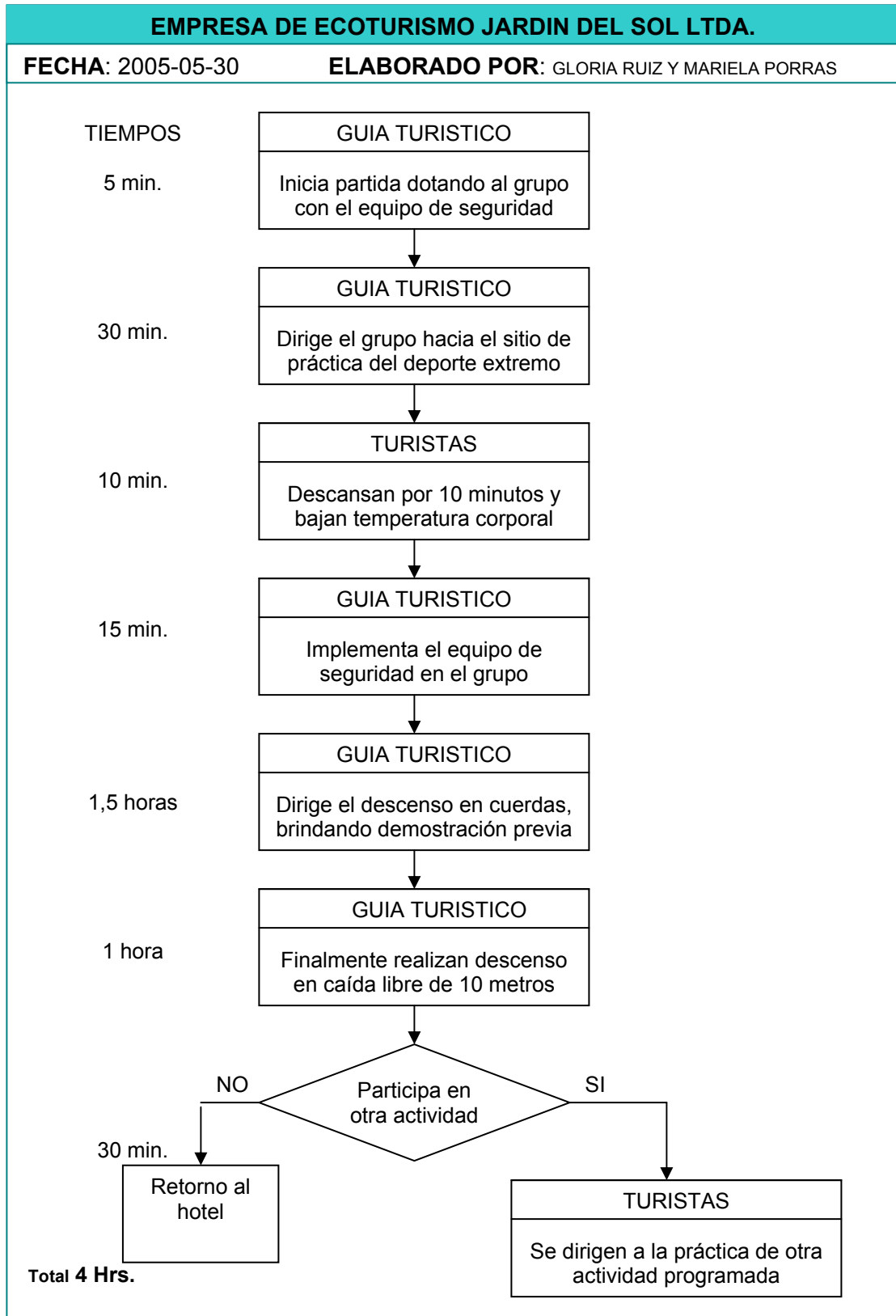


Gráfico 38. Procedimiento Deportes Extremos



3.3.4 Control de calidad. La actividad turística al igual que toda actividad económica, se mueve en un mercado cada vez más exigente y competitivo que aumenta su intensidad permanentemente en todos los niveles. En este sentido, la calidad del servicio más que considerarse una ventaja empresarial, se ha convertido en un requisito del servicio y un reto que se impone a toda gestión institucional.

❖ **Servicio al cliente.** El servicio al cliente más que importante, ha pasado a significar *la razón de ser* de la empresa, en la cual el recurso humano es lo más valioso de sus activos. Para garantizar la calidad en la atención turística, se tendrá en cuenta:

- ✓ Idoneidad profesional o calidad científico-técnica
- ✓ Eficiencia en la gestión de los recursos
- ✓ Valorar seguridad-riesgos relacionados al servicio prestado u ofrecido, y
- ✓ Satisfacción de los clientes o calidad percibida.

La calidad de atención al cliente tendrá un doble enfoque: una calidad de tipo técnico que tiene un nivel estratégico y otro operativo, así como la dimensión de la calidad humana, teniendo en cuenta las siguientes reglas:

Calidad técnica = sistemas + técnicas + insumos + destrezas

Calidad Humana = interés + actitud + flexibilidad + presencia

Percepción = experiencias previas + expectativas

La empresa de ecoturismo valorará el control de la calidad en forma integral, y se orientará fundamentalmente en tres objetivos posibles: la competencia para las funciones que se realizan, la seguridad en los procesos del servicio, y la calidad

desde la doble perspectiva (de la gestión de la calidad y la calidad del servicio mismo).

3.3.5 Recursos. Los recursos necesarios para la prestación del servicio pueden resumirse en los siguientes:

- ✓ Recurso humano
- ✓ Recurso físico
- ✓ Recurso de insumos

❖ **Recurso Humano.** Para determinar la mano de obra directa necesaria en el desarrollo de las actividades eco-turísticas, se parte del hecho que los empleados del área operativa serán contratados por sistema de prestación de servicios, es decir, que serán contratados por las horas y días necesarias de acuerdo al flujo de turistas.

Para realizar la anterior labor con éxito es necesario tener al menos cuatro (4) guías turísticos y cuatro auxiliares del guía debidamente capacitados y comprometidos con la empresa para prestar sus servicios en cualquier momento y con la mejor aptitud.

En el primer año el personal a contratar en el área operativa del servicio corresponde a un guía turístico y un auxiliar del guía, los cuales realizarán las funciones de prestación del servicio en todas sus etapas y colaborarán con oficios varios.

Las actividades de mantenimiento y embellecimiento de los lugares turísticos será igualmente contratada por periodos mensuales a través de personal propio del área rural.

El personal del área administrativa de la empresa será contratado por tiempo completo, correspondiente a un gerente polivalente que desarrolle las actividades administrativas, operativas y de promoción del servicio.

Así mismo, será necesario contratar un contador externo, el cual devengará honorarios por los servicios prestados cuando la empresa lo requiera. Ver cuadro 48.

Cuadro 48. Recurso humano de la empresa de ecoturismo

AREA OPERATIVA	AREA ADMINSTRATIVA
1 Guía turístico	1 Gerente
1 Auxiliar del guía turístico	1 Contador externo
1 Obrero de mantenimiento de lugares turísticos	

El área administrativa de la empresa contará con personal multidisciplinario, con excelentes relaciones públicas y comprometida con el crecimiento corporativo de la empresa. Todos los empleados deben ser vendedores de servicios en esencia, con lo cual aseguran su propio empleo.

❖ **Recurso Físico.** El equipo necesario para el óptimo funcionamiento de la empresa en su área administrativa corresponde a los muebles y enseres de oficina, el equipo de cómputo y de telecomunicaciones. Ver cuadros 49 y 50.

Cabe anotar que los recursos físicos necesarios para el normal desarrollo de los servicios a prestar, no tienen ninguna restricción para adquirirlos, incluso a nivel de la provincia Guanentina. Sin embargo la empresa debe procurar optimizarlos y adquirir únicamente el equipo que le suministre valor agregado al servicio.

Cuadro 49. Muebles y enseres de oficina

CANTIDAD	CONCEPTO
1	Escritorio tipo gerente
1	Escritorio tipo secretaria
2	Sillas neumáticas giratorias
1	Archivador metálico de 3 gavetas
6	Sillas RÍMAX
1	Papeleras de madera
1	Extintor

Cuadro 50. Requerimiento de equipo de computo y comunicaciones

CANTIDAD	CONCEPTO
1	Computador Intel Pentium IV disco duro de 80 GB, teclado, parlantes, quemador, DVD, Mouse, Monitor, scanner, XP.
1	Impresora HEWLETT PACKARD 3745
1	Telefax PANASONIC
1	Celular NOKIA 1100
1	Calculadora CASIO Eléctrica 12 dígitos

En el área operativa de la empresa es necesario adquirir algunos elementos indispensables del servicio, especialmente en lo que se refiere a equipo de seguridad para la actividad de espeleología y deportes extremos y logística en general, los cuales se mencionan a continuación por cada tipo de actividad. Ver cuadro 51.

El mantenimiento de caminos y lugares turísticos serán entregados en contrato a obreros del lugar, los cuales proporcionan la herramienta de trabajo.

Cuadro 51. Equipos y herramientas

ACTIVIDAD	CANTIDAD	CONCEPTO
ESPELE- OLOGÍA	15	Cascos
	15	Linternas frontales
	15	Chalecos distintivos
DEPORTES EXTREMOS	3	Cuerdas dinámicas de 11 mm. por 50 metros
	3	Arnés de cintura para escalada deportiva
	3	Cascos para rappel
	3	Pares de guantes para rappel
	1	Polea capacidad 32KN
	3	Mosquetones, ochos y SLINGAS de seguridad
	15	Chalecos
	2	Navajas multiuso

Cabalgatas de integración:

15 caballos y/o mulas (alquilados)

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

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

➤ **Recursos turísticos del municipio de Suaita:** Ver anexo I.

- ✓ Iglesia de Nuestra Señora de la Candelaria
- ✓ Casa de la Cultura Luís Alberto Acuña
- ✓ Caverna La Leona
- ✓ Pozo del Cura
- ✓ Meseta de San José de Suaita
- ✓ Cascada de los Caballero
- ✓ Fábrica de San José de Suaita
- ✓ Iglesia de San Pedro Apóstol
- ✓ Río Huertas
- ✓ Río Lenguaruco
- ✓ Cerro de Pan de Azúcar
- ✓ Reserva Ecológica el Reloj
- ✓ Balneario la Vega
- ✓ Pozo de la Marrana
- ✓ Mirador Alto de la Cruz
- ✓ Fincas Productivas
- ✓ Caverna la Primavera
- ✓ Caverna Alto del Cristal
- ✓ Caverna del Nitro

- **Templo de Nuestra Señora de la Candelaria:** su construcción data de 1952, se destaca su arquitectura mozárabe y la mezcla de estilo colonial y barroco, lo que la hacen única a nivel nacional.

Elaborada en piedra labrada, consta de 16 columnas en faroles intermedios y arcos de medio punto en su interior.

- **Casa de la Cultura Luís Alberto Acuña:** casa de estilo Colonial donada por

el Maestro Acuña, pintor, etnólogo, escultor, escritor y muralista Suaitano.

Cuenta con la colección del artista, sala de antigüedades, biblioteca, salón múltiple y el mural encuentro del Cacique Chanchón y Martín Galeano. En sus instalaciones periódicamente se dictan cursos de pintura, música, artes manuales etc.

■ **La Leona:** es una zona boscosa primaria con gran variedad de fauna; en sus alrededores se encuentra la caverna “La Leona”, rica en estalactitas y estalagmitas. Dista 3 kilómetros desde la cabecera municipal, vía carretable por La Cucuteña.

■ **Pozo del Cura:** es una agrupación de pequeños pozos, sobre una laja de una fuente de agua proveniente de la meseta de San José de Suaita, se localiza adyacente a la vía San José de Suaita-Guadalupe.

■ **La Meseta le San José de Suaita:** se localiza arriba del pozo del cura, es una zona boscosa, de área de 90 hectáreas, rica en fauna y flora, de especial importancia la presencia de más de 40 variedades de orquídeas.

■ **La Cascada de los Caballero:** ubicada a 17 kilómetros de la cabecera municipal, en el corregimiento de San José de Suaita.

Imponente caída de 100 metros de altura, forma en la base un pozo de agua cristalina, rodeado de grandes rocas, desde donde se puede apreciar la maravillosa caída de agua, consta además de piscina de agua natural.

■ **Fábrica de San José de Suaita:** fundada en 1908, por los hermanos Caballero Barrera, dedicada a la producción de chocolates, azúcares y licores; en 1912 se amplía la planta montando modernos molinos de trigo y se instaló

la fábrica de hilados y tejidos de algodón; producía el vestido para la producción de todo el país a inicios del presente siglo, lo cual junto con su fecha de creación le dio el título a Suaita de “Cuna de la industrialización de Santander”.

Por diversas circunstancias la compañía quedó en bancarrota. Se pueden apreciar las instalaciones de la planta de producción y alguna maquinaria textil. Esta fábrica evoca tiempos pasados con sus realizaciones y fracasos, como lo confirma el busto de bronce de Don Lucas Caballero Barrera, principal gestor de tan magna obra.

- **Iglesia de San Pedro Apóstol:** monumento ubicado en el Corregimiento de Vado Real; construido en piedra extraída del río Huertas. La cruz de este templo católico, construida en 1971, es un árbol de arrayán natural.
- **Río Huertas:** importante recurso hídrico, proveniente de Gámbita, su curso corre adyacente al corregimiento de Vado Real.
- **Río Lenguaruco:** nace en Vado Real, formado por los ríos Huertas y Tolotá, recorre gran parte del municipio de Suaita.
- **Cerro de Pan de Azúcar:** distante cinco kilómetros desde Vado Real, entre las veredas Colorada y Josef, es un mirador a 2.000 metros sobre el nivel del mar.
- **Reserva Ecológica el Reloj:** localizada en la vereda corbaraque, limítrofe con el parque natural de Virolín, es una zona rica en especies nativas de plantas.
- **Caseteja y Villa Jardín:** adyacentes a la vía Vado Real - Olival, son sitios de venta de productos y derivados lácteos.

La casa principal es estilo campestre, con cabañas y decorada con antigüedades bien conservadas y con artículos elaborados en cerámica y paja. Cuenta un lago grande, canoas y flotadores en condiciones óptimas para el desarrollo y fomento del turismo.

- **El Poleo:** extensa región altamente hídrica, con abundante vegetación y fauna. Aquí empieza a insinuarse el hábitat del oso anteojos; se encuentran osos hormigueros.

- **La Vega:** es un balneario natural, en la quebrada del mismo nombre, adyacente a la vía carretable Suaita-San José de Suaita.

- **El Pozo de la Marrana:** ubicado en la vereda Manasés, vía carretable, se localiza dentro de una depresión rocosa de la parte alta de la quebrada La Vega.

- **Colegio Lucas Caballero:** principal centro educativo de Suaita, en área de 20 hectáreas, se localiza a dos kilómetros del área urbana, vía carretable. Su planta física es una construcción moderna, amplia, que se integra al paisaje, convirtiéndose en un sitio acogedor que reúne las características ideales para el ambiente académico y de formación técnica que se imparte.

Entre otras actividades allí se ejecutan los proyectos avícolas, piscícolas y de ganadería y agricultura que forman parte del convenio SENA-COLUCAS.

- **Mirador Alto Amarillo:** a cuatro kilómetros de la cabecera municipal, vía carretable, es un mirador desde donde puede observarse la parte sur del municipio, Vado Real y áreas de los municipios vecinos por este punto cardinal (Gámbita, Santana, Chitaraque). Allí se encuentran las torres de Comcel, Bellsouth y Telecom.

- **Mirador Alto de la Cruz:** es un mirador sobre la cabecera municipal que permite apreciar en una diáfana panorámica el área urbana, las vías hacia Vado Real y San José de Suaita, las veredas circundantes al área urbana y la sede campestre del colegio Lucas Caballero.

- **Fincas Productivas:** por lo fértil de su terreno, el Municipio de Suaita, cuenta con terrenos aptos para el cultivo de café, cítricos, caña de azúcar, etc. las cuales son de gran interés para los turistas.

- **Caverna la Primavera:** se encuentra en la Vereda Gad, del municipio de Suaita, a una distancia de la cabecera municipal de dos kilómetros, parte de su recorrido se hace por vía carretable . Su atractivo particular es la quebraba que recorre su interior.

- **Cavernas del Alto del Cristal:** cueva de la Calavera: Ubicada en la vereda judá a tres kilómetros del casco urbano, parte de su recorrido se realiza por vía carretable. Su nombre se debe a la calavera que se encuentra dibujada a la entrada, cuenta con gran cantidad de fósiles.

- **Cueva del Duende:** distante de la anterior medio kilómetro. Aunque su entrada muy reducida, su interior cuenta con amplios salones.

- **Cavernas del Nitro:** se encuentra en la Vereda Judá, vía Puerto Limón. De sus paredes manan gran cantidad de estalactitas y estalagmitas.

3.3.6 Estudio de proveedores. Los proveedores de insumos para oficina con destino al área administrativa, estará a cargo de las papelerías locales y de la región que ofrecen los elementos de oficina.

En el municipio de Barbosa existen tres papelerías importantes donde se podrá adquirir papelería, útiles de escritorio e insumos para computador, a precios competitivos.

Así mismo, los equipos de cómputo y los muebles y enseres de oficina serán adquiridos a través de proveedores de la ciudad de Barbosa y San Gil, donde existe buena oferta y excelente calidad.

Los insumos necesarios para la realización de las actividades eco turísticas serán adquiridos a través de los siguientes proveedores:

❖ **Equipos y muebles de oficina:** área administrativa

- ✓ COMPUGUANES: carrera 10 N. 12-37 P-2 San Gil Santander
- ✓ HERMY SISTEMATIZACION Y CIA LTDA. calle 9 N. 18-11 Duitama
- ✓ ACADEMIA DEL MUEBLE: calle 14 N. 9-34 San Gil Santander
- ✓ MODULARES DE COLOMBIA: carrera 9 N. 17- 48 Barbosa Santander

❖ **Equipos de seguridad:** actividades de espeleología y rappel y/o torrentismo

- ✓ PALACIO DE LOS DEPORTES: calle 34 N. 23-20 Bucaramanga
- ✓ RECORD DEPORTIVO: carrera 8 N 7 esquina Barbosa Santander

❖ **Alquiler de monturas con aperos:** cabalgatas de integración

- ✓ Marcos Camacho: Finca la hidráulica
- ✓ José Ignacio Acuña: Finca San Vicente

3.3.7 Distribución de planta. El diseño y tamaño de las áreas necesarias para cada una de las actividades que se realizarán en la empresa deben planearse lo suficiente, de modo que le permita a empleados desarrollar su función de manera eficiente y cómoda, optimizando en todo caso los espacios y permitiendo ahorro en tiempos de recorrido.

Las áreas que se consideran debe tener la empresa de ecoturismo, se especifican a continuación:

- Recepción para los turistas
- Oficina administrativa
- Sanitario para el área administrativa.
- Instalaciones del área operativa
- Sanitarios para usuarios
- Cuarto de archivo
- Estacionamiento y zona verde

En la distribución de planta se tuvo en cuenta la flexibilidad en las instalaciones de tal manera que se adapten a cambios futuros. Se tendrá divisiones semi – fijas para el área administrativa.

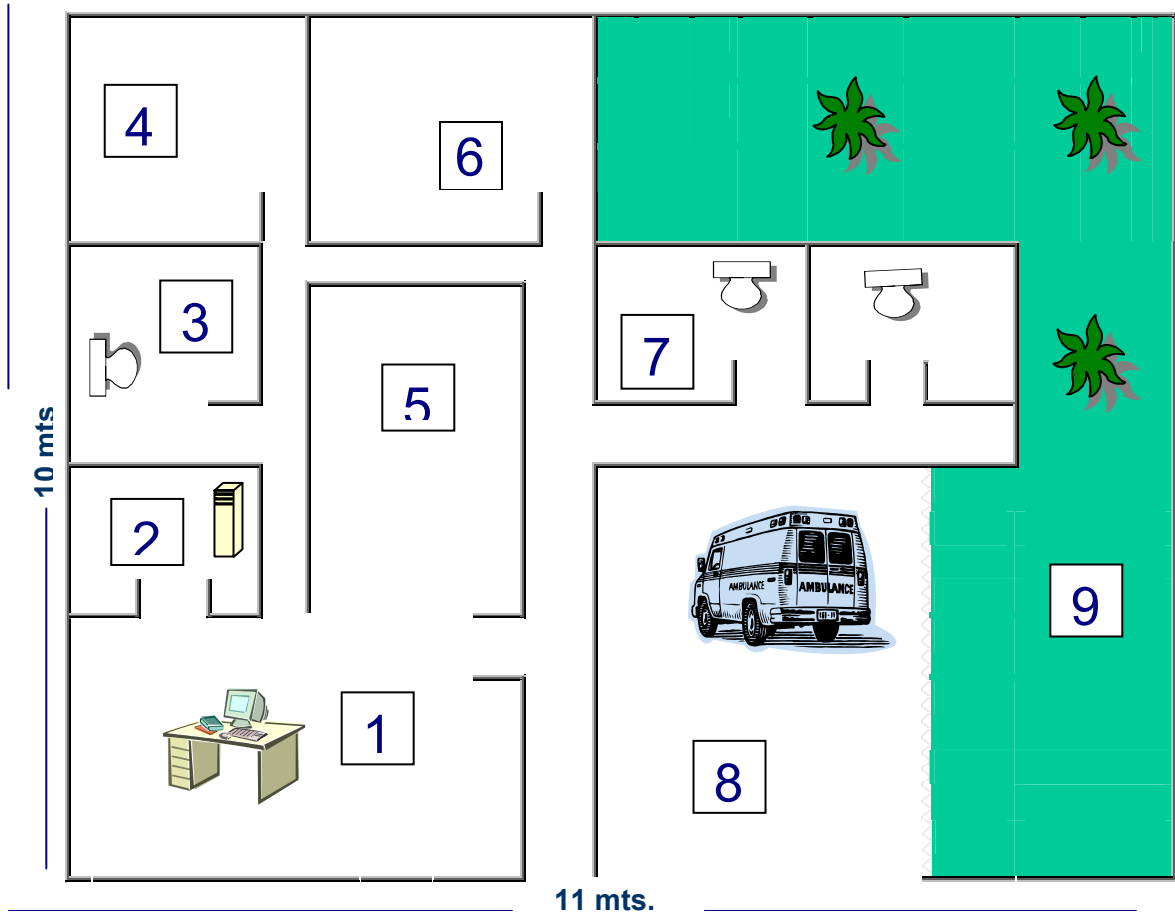
La infraestructura para la instalación de la planta se adquirirá por arriendo, el terreno tendrá un área disponible de 110m², adecuado según los requerimientos de la empresa. Ver cuadro 52 y gráfico 39.

Cuadro 52. Dimensiones de la empresa por áreas

Distribución de planta	Dimensiones	Área en M ²
Área administrativa:		
Recepción	2 x 6	12
Oficina administrativa	4 x 3	12
Cuarto de archivo	2 x 2	4
Sanitario	2 x 3	6
Servicios generales	3 x 3	9
Total área administrativa		43
Área operativa:		
Instalaciones del área operativa	3 x 3	9

Sanitario para usuarios	3 x 2	6
Estacionamiento y zona verde	5 x 10	50
Total área operativa		65
Total área de la empresa		108

Gráfico 39. Distribución de planta



- | | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| 1. Oficina administrativa | 6. Instalaciones área operativa |
| 2. Cuarto de archivo | 7. Baños para usuarios |
| 3. Baño área administrativa | 8. Estacionamiento |
| 4. Servicios generales | 9. Zona verde (área de descanso) |
| 5. Recepción | |

3.3.8 Logística del servicio. La promoción es particularmente importante en la etapa de introducción, por que el mercado no está enterado del servicio. Después de un par de días de estar la empresa desarrollando la etapa promocional de lanzamiento, el gerente debe dirigirse al mercado objetivo a crear conocimiento del servicio de tal forma que facilite la decisión del usuario.

Con el objeto de cumplir los pronósticos de venta de servicios y optimizar al máximo los recursos físicos del servicio, la empresa de ecoturismo implementará un cronograma de actividades que le permita realizar actividades diarias con dos grupos de participantes, de tal forma que las actividades no coincidan entre sí, especialmente las de deportes extremos y espeleología y cabalgatas en las cuales se hace uso de equipo e insumos limitados.

La empresa de ecoturismo Jardín del Sol Ltda., en cabeza de su gerente debe realizar las funciones específicas de marketing y logística después de lanzado el servicio al mercado, observando de cerca las ventas para determinar que segmentos del mercado lo están utilizando, cómo reaccionan los usuarios frente al servicio, y qué hace la competencia para contrarrestarlo. Esta información debe usarse para modificar las estrategias promocionales e incluso algunos aspectos del servicio.

A través del programa publicitario y la gestión permanente del gerente de la empresa se velará para que las metas de servicios a prestar anualmente se cumplan de acuerdo a lo planeado.

Con el objeto de atraer clientes en temporada baja, especialmente en fines de semana no festivos, el gerente visitará los planteles educativos y entes gubernamentales del municipio y su área de influencia, dando a conocer el portafolio de servicios e inscribiendo a los interesados.

Adicional a la publicación en folletos y portafolio, se diseñará un mapa turístico del municipio en un lugar visible de la empresa, indicando los contenidos de cada actividad y su costo.

Como instrumento para medir el grado de satisfacción del cliente, la empresa instalará en lugar estratégico una urna de sugerencias, la cual servirá para mejorar permanentemente el servicio.

Cabe anotar que en la logística de mercadeo de los servicios se hará uso de todos los recursos físicos y humanos necesarios para prestar un servicio competitivo en relación con los prestados por las Empresas de ecoturismo que cubren el mercado actual a nivel de las provincias Comunera y Guanentina.

Cada uno de los dos guías turísticos deberá estar en capacidad de prestar servicio de primeros auxilios; así mismo, será dotado de un botiquín básico el cual trasladará en cada una de las actividades realizadas.

De igual manera, se dotará a la empresa de equipos de telecomunicaciones como telefax, celular, computadores dotados con los programas más avanzados del mercado, que le permita a la empresa ser competitiva acorde a las exigencias del mercado.

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TECNICA DEL PROYECTO

[Regresar](#)

A través del estudio técnico se pudo concluir lo siguiente:

No existen restricciones de importancia que limiten el proyecto, desde el punto de vista de la demanda, los insumos, la tecnología y equipos, la localización y los recursos para su financiación.

Se determinó que prestando 343 paquetes turísticos en el primer año que equivale al 36,8% de la demanda total insatisfecha se alcanza el nivel óptimo de servicios que la empresa está en capacidad de prestar al usuario en las diferentes etapas del proyecto, alcanzando un nivel de participación en el quinto año de 437 paquetes, es decir, el 46,8% de la demanda total insatisfecha.

La localización más conveniente para el proyecto fue determinada en forma técnica por el Método de Puntos, teniendo en cuenta en todo caso la minimización de los costos; mostrando que el mejor sitio para construir la nueva empresa, es en la piscina municipal Km. 1 vía Vado Real del municipio de Suaita Santander.

En la ingeniería del proyecto se demostró que se dominan los procesos de prestación del servicio en las actividades a desarrollar, de tal manera que permita su optimización.

En cuanto al control de calidad se definieron algunos parámetros básicos a nivel administrativo y operativo, que permitirá garantizar la calidad en los servicios integrales de ecoturismo.

Se identificaron las necesidades en cuanto al recurso físico, humano, materiales e insumos requeridos para la ejecución del proyecto, concluyendo que las condiciones están dadas para prestar el servicio, contando para ello con suficiente oferta de estos en el mercado.

El diseño de las instalaciones de la empresa le otorga gran flexibilidad en la prestación de los servicios. El área total disponible de 110 m² se distribuyó en las áreas administrativas y operativas, correspondiente el 50% para zonas verdes.

Los resultados obtenidos en el estudio técnico permiten afirmar que existe viabilidad técnica para la creación de la empresa de ecoturismo en el municipio de Suaita Santander.

4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

[Regresar](#)

En esta parte del estudio se tratarán los siguientes aspectos:

- Forma de constitución
- Constitución de la empresa y
- Estructura organizacional

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

[Regresar](#)

4.1.1 Forma Jurídica. La empresa a constituir es una empresa de responsabilidad Limitada. La representación de la sociedad y la administración, corresponde a todos los socios quienes podrán delegar tal función en un gerente.

Las sociedades de Responsabilidad Limitada está sujeta a un máximo de socios equivalentes a veinticinco (25). En ella todos son responsables, por las operaciones sociales que realice la empresa, solo hasta el monto de sus respectivos aportes y exige, además que el capital esté pagado totalmente cuando se constituya la sociedad.

La sociedad girará bajo una denominación o razón social, seguida de la palabra “Ltda.” (Limitada).

Por lo tanto, su razón social será “Jardín del Sol Ltda.” y su objeto social será la prestación de servicios de ecoturismo en el municipio de Suaita Santander.

4.1.2 Constitución Legal. Es el acto mediante el cual se da vida legal a la nueva

empresa, a través del cumplimiento de una serie de normas y requisitos establecidos por la ley, necesarios para su funcionamiento legal.

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

Cabe anotar que toda empresa debe estar debidamente legalizada ante el estado colombiano, mediante el cumplimiento de una serie de requisitos legales establecidos por el gobierno nacional a los cuales debe someterse toda persona natural, jurídica o sociedad de hecho, como requisito fundamental para desarrollar libremente sus operaciones y actividades mercantiles.

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

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

- ✓ Carta de estudio del nombre comercial, ante la respectiva Cámara de Comercio
- ✓ Realización ante notario público de la correspondiente Escritura Pública, debidamente autenticada. Dicha escritura debe contener por lo menos: Razón Social de la nueva empresa, nombres completos de los socios, domicilio social, capital social aportado, facultades del representante legal y nombramientos respectivos.

- ✓ Dentro del mes siguiente a la fecha de otorgamiento de la Escritura Pública, el Representante Legal debe presentar en la Oficina de Registro Mercantil de la Cámara de Comercio los siguientes documentos:
- Copia notarial de la Escritura Pública de Constitución
- Formulario de Matrícula Mercantil correctamente diligenciado
- Carta de aceptación de los representantes legales y miembros de la Junta Directiva con firma autenticada, indicando el número de documento de identidad
- Carta de apertura del establecimiento de comercio, firmado por el representante legal.
- Una vez se haya obtenido la aprobación se procederá a solicitar el Certificado de Existencia y Representación Legal de la Sociedad.
- Realizada la correspondiente Matrícula Mercantil, se puede proceder a la inscripción y registro de los libros mercantiles. Estos libros están conformados por:
 - Libros de actas de la Junta de Socios
 - Libros de contabilidad: Caja, Diario, Mayor, Balance e Inventarios

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

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

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

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

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

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

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

Obtenido el NIT e incluidas legalmente las actividades mercantiles, el nuevo

empresario debe ser consciente de las obligaciones a que está sujeto con la creación del nuevo negocio, las cuales son:

- ❖ **Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.):** es el tributo exigido por el Estado a: productores, importadores y comerciantes con respecto a los artículos que ellos produzcan, importen o comercialicen.

- ❖ **Retención en la Fuente:** Todas las personas jurídicas y sociedades de hecho, deben efectuar retención en la fuente sobre: pagos o abonos que se hagan por concepto de dividendos, participaciones, honorarios, comisiones, servicios, arrendamientos y demás pagos susceptibles de constituir ingresos. Los porcentajes de retención son los señalados por la ley a través de los denominados Agentes Retenedores.

- ❖ **Impuesto de Industria y Comercio.** El Impuesto de Industria y Comercio es el tributo exigido a aquellas personas naturales y jurídicas, que realizan actividades industriales, comerciales y de servicios. Se liquida de acuerdo a los ingresos brutos, correspondientes al año gravable, presentados por el contribuyente.

Los tramites para el cumplimiento de ésta obligación tributaria consiste en solicitar en la Alcaldía Municipal el Formulario de Declaración y pago del Impuesto de Industria y Comercio y realizar los pagos anualmente, dentro de los plazos y fechas estipulados por la ley.

- ❖ **Declaración y pago del Impuesto sobre la Renta.** Es el tributo exigido a las personas naturales y jurídicas que ejerzan actividades mercantiles, independientemente del monto de los ingresos obtenidos durante el año gravable correspondiente o de su patrimonio a 31 de diciembre del año respectivo.

Los plazos para la presentación de la declaración, son decretados por el Gobierno Nacional y fijados al contribuyente, a través de la Administración de Impuestos Nacionales.

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

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

La seguridad social es un servicio público de carácter obligatorio que se prestará bajo la dirección, coordinación y control del estado, en sujeción a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad, en los términos que establezca la ley.⁷

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

❖ **Prestaciones Sociales Comunes:** aquellas que deben cancelar todos los empleadores por el simple hecho de estar ligados a una relación laboral, sin consideración diferente. Las prestaciones a pagar a través de las diversas instituciones controladas por el estado son:

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

⁷ PILONIETA PINILLA, Eduardo. Legislación laboral: LEY 100 DE 1993. Bucaramanga: INSED UIS, 1995. p 191.

- ✓ Enfermedad común: a través de las E.P.S. privadas o el I.S.S.
 - ✓ El auxilio de cesantía: En el fondo de cesantías acordado con el trabajador
 - ✓ Los intereses de las cesantías: Provenientes del mismo fondo de cesantías
 - ✓ Dotación de Zapatos y Overoles: para los trabajadores que devenguen hasta dos (2) salarios mínimos legales vigentes.
 - ✓ La pensión de vejez: a través de las A.F.P. privadas o el I.S.S.
- ❖ **Prestaciones Sociales especiales.** Las cuales deben pagar el empleador en razón a la cuantía de su capital, el número de trabajadores o la naturaleza de la actividad laboral. Las más generalizadas son:
- ⇒ **Subsidio Familiar:** pagado a través de las Cajas de Compensación Familiar, por parte de todo empleador que ocupe uno o más trabajadores permanentes. Esta prestación equivale al 4% del valor de la nómina mensual.

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

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

- ⇒ **SENA:** corresponde al 2% del valor mensual de la nómina que el empleador debe pagar conjuntamente con el subsidio familiar y ahora con el 3% del I.C.B.F.

En resumen el empleador debe cancelar sobre el valor de su nómina mensual un nueve por ciento (9%).

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

- ⇒ **La prima de servicios:** equivale a un salario de los devengados por el trabajador, por una vez al año. La prima deberá ser pagada al trabajador que labore por lo menos tres (3) meses, excepto que se trate de trabajadores por contrato de trabajo de duración fija menor de un año o de trabajadores en misión al servicio de una agencia de servicios temporales de empleo, en cuyo caso la prima se causa proporcionalmente por el tiempo servido, cualquiera que éste sea.
- ⇒ **Vacaciones:** los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas.

Los trabajadores vinculados por contrato de trabajo a término fijo menor de un año y los que lo hagan como trabajadores en misión para las empresas de servicios temporales tienen derecho, en caso de retiro a que se le paguen las vacaciones proporcionalmente al tiempo trabajado, cualquiera que este sea.

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

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

4.2 CONSTITUCION DE LA EMPRESA

[Regresar](#)

Para definir el propósito de la empresa, su razón de ser y algunos aspectos de la cultura organizacional, se establecen a continuación las bases, principios y normas sobre los cuales se regirá la empresa de ecoturismo Jardín del Sol Ltda. domiciliada en el municipio de Suaita Santander

- Visión
- Misión.
- Objetivos.
- Políticas.

4.2.1 Visión. JARDIN DEL SOL LTDA. será la empresa líder en el mercado de servicios ecoturísticos en la provincia Comunera y Guanentina para el año 2008; buscará alianzas estratégicas con empresas de turismo ecológico, hoteles y restaurantes de la región, que le permitan al usuario obtener un servicio integral, logrando un posicionamiento de imagen corporativa y satisfacción total de acuerdo a las expectativas de sus cliente

4.2.2 Misión. JARDIN DEL SOL LTDA., satisface las necesidades y expectativas de las usuarios que buscan recreación, esparcimiento y educación en los

atractivos naturales del municipio de Suaita, a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos. Mediante el compromiso de su recurso humano se busca aprovechar el potencial ecológico, en beneficio de los actores involucrados, enmarcado dentro de los parámetros de desarrollo humano sostenible y armonía con la naturaleza.

4.2.3 Objetivos. La dirección administrativa como los empleados deben enfocar los esfuerzos de una manera que los conduzca al logro de los objetivos como un medio para llevar a cabo con éxito la ejecución de las estrategias de afianzamiento del servicio en el mercado.⁸

La Empresa de ecoturismo Jardín del Sol Ltda., tendrá como objetivo general, lograr una participación en el mercado de servicios ecoturísticos igual o superior a los planteados en la capacidad utilizada del proyecto, es decir, de 304 paquetes para el primer año; incrementando gradualmente la participación hasta alcanzar un 42,5% de la demanda insatisfecha proyectada para el año 2010.

Los objetivos específicos serán implantados con base al diagnóstico estratégico de la empresa, los cuales fueron analizados en parte mediante el estudio de mercados.

A través del análisis interno de fortalezas y debilidades y el análisis externo de oportunidades y amenazas de la nueva empresa, se pueden establecer las metas estratégicas que permitirán desarrollar los siguientes objetivos:

- ✓ Crecer en participación de la demanda insatisfecha un 2.5% anualmente.

⁸ BARON DE D'CROZ, María Eugenia. Planeación estratégica para la gerencia. Bucaramanga: INSED UIS, 2000. p 180.

- ✓ Generar competencia directa a las empresas situadas en la región, de tal forma que los atractivos del municipio de Suaita se incluya en todo paquete de ecoturismo.
- ✓ Optimizar los recursos físicos y humanos al máximo
- ✓ Crear ventaja competitiva en cuanto a precios, valor agregado y eficiencia en el servicio.

4.2.4 Políticas. Las políticas son los procedimientos, reglas y prácticas administrativas específicas que se formulan para estimular y apoyar el trabajo hacia los objetivos fijados por la nueva empresa. En este ítem se desarrollara lo referente a políticas del recurso humano, política de compras y políticas de ventas del servicio.

❖ **Políticas del Recurso Humano.** En este ítem se tratará lo referente al reclutamiento, selección y contratación de personal para la empresa de ecoturismo.

El proceso para encontrar y atraer aspirantes adecuados para los cargos disponibles en la planta se inicia con el conocimiento y requisitos relativos al perfil del cargo que se necesita.

En el área administrativa la Empresa de Ecoturismo Jardín del Sol Ltda. necesita reclutar, seleccionar y contratar un gerente y un contador externo.

En el área operativa un grupo mínimo de cuatro (4) guías turísticos e igual número de auxiliares del guía, los cuales serán capacitados a inicio de actividades de la empresa y podrán ser tenidos en cuenta según los requerimientos de la demanda.

➤ **Fuentes de Reclutamiento:** el proceso para encontrar y atraer aspirantes adecuados para los cargos disponibles en la empresa se inicia con el conocimiento y requisitos relativos al perfil del cargo que se necesita.

Teniendo en cuenta que la empresa apenas iniciará labores, es recomendable considerar el soporte que pueden brindar las fuentes externas de reclutamiento de personal tales como: Asociación de profesionales de la UIS, Universidad Libre del Socorro, SENA y anuncios radiales.

En el análisis de las hojas de vida se debe tener en cuenta los requisitos mínimos para una posible selección (edad, experiencia, profesión), con el fin de descartar aquellos aspirantes que no cumplen con las aspiraciones para ser seleccionados

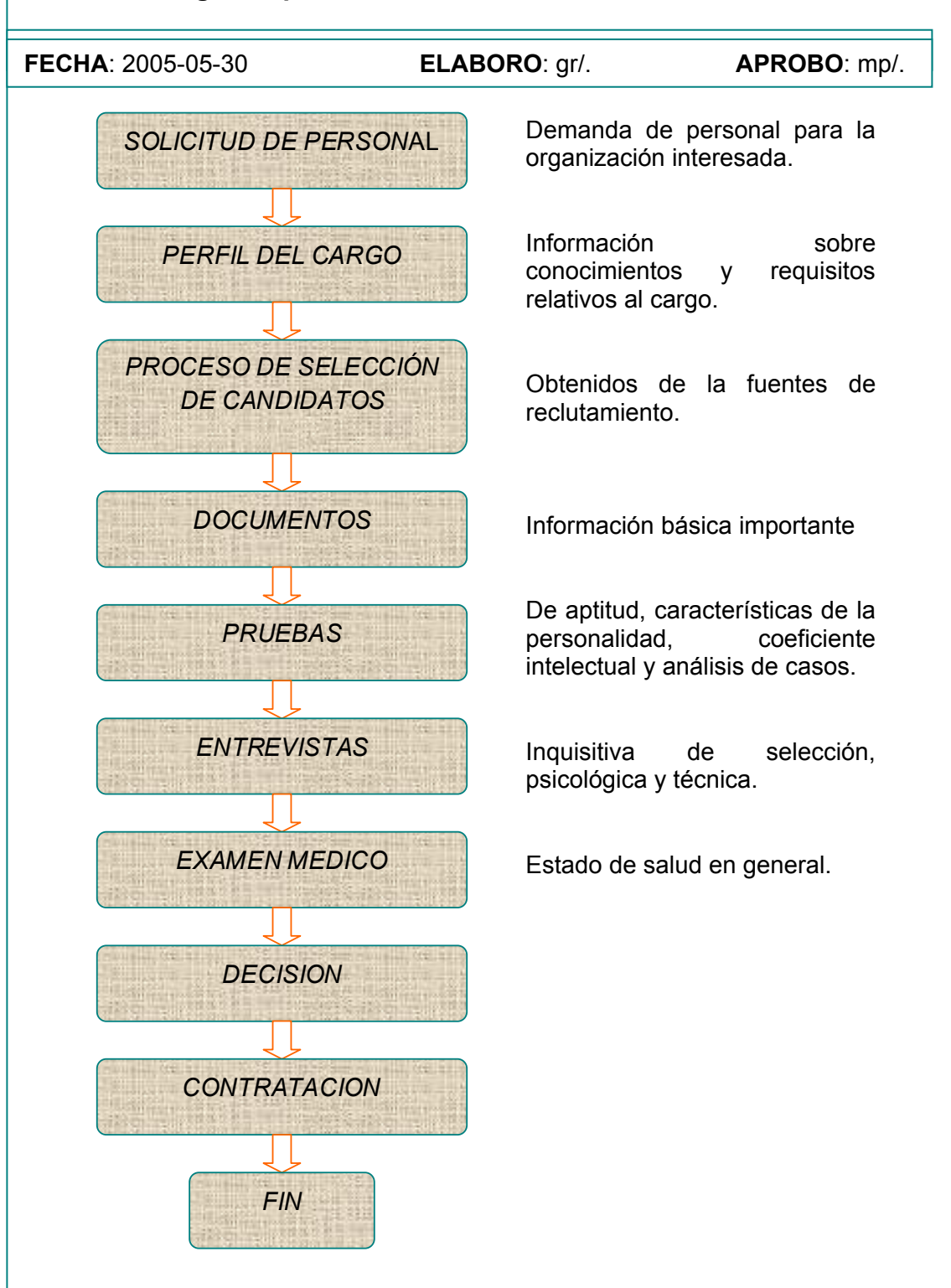
➤ **Proceso de Selección:** el proceso de selección será realizado por el gerente de la empresa y consiste en la aplicación de pruebas técnicas que se enfocan en los requerimientos de la misma, buscando en la persona facilidades de adaptación motriz, visual y de respuesta a la enseñanza. Se considera primordial que no todo aspirante que desea aprender un oficio tiene aptitudes para el mismo.

Las pruebas a aplicar se dividen en dos:

- ✓ Pruebas de capacidad: las cuales permiten medir la destreza del personal en la realización de las actividades.
- ✓ Pruebas de aptitud: que permiten evaluar la destreza y el grado de comprensión para ejecutar una orden.

La entrevista técnica consiste en determinar la motivación, deseo de alcanzar metas propuestas y la estabilidad laboral reflejada en su permanencia en el trabajo solicitado. Las entrevistas realizadas evalúan al candidato desde distintos puntos de vista y lo califican. Ver gráfico 40.

Gráfico 40. Diagrama para la Contratación de Personal



Fuente. GOMEZ RUEDA. Alfredo. Gestión del Talento Humano

➤ **Proceso de contratación.** Para la contratación del personal se realizarán dos tipos de contratos:

A termino indefinido: es aquel contrato en el cual se conoce la fecha exacta de su iniciación, pero no se ha establecido la de su terminación. Este tipo de contrato de trabajo será adoptado para cargos administrativos correspondiente al gerente.

Por la duración de la labor contratada: Es aquel contrato en el cual, su duración no está determinada por una fecha exacta sino que subsiste mientras se realiza una labor específica. Los cargos contratados por este sistema corresponden a los guías turísticos y auxiliares del guía en el cumplimiento de un paquete turístico; así mismo el obrero que realice las labores de mantenimiento de los lugares de interés turístico una vez al mes.

Los empleados operativos podrán acceder a contratos repetitivos para quienes demuestren aptitudes favorables según las políticas de la empresa.

El valor pagado a los guías turísticos y auxiliares de los guías representado en comisiones por servicios prestados, corresponde a un salario integral que libera a la empresa de cargas prestacionales de cualquier índole. Dicha condición debe quedar clara y por escrito en el contrato suscrito por las dos partes.

El período de prueba para los cargos administrativos será de 2 meses de conformidad con el artículo 76 del código sustantivo del trabajo.

En el proceso de inducción del candidato para que se adapte a su nuevo trabajo, la empresa suministrará capacitación a los empleados en las diferentes tareas o cargos de la empresa, de manera que se cuente con empleados eficientes y polivalentes.

Para que la capacitación funcione debe ir ligada a las necesidades estratégicas de la empresa. Por esta razón, el objetivo del programa de capacitación de la empresa, es que todo el talento humano adquiera conocimientos que le permitan desempeñar eficiente y efectivamente sus funciones, por esto es importante que se divulguen e interpreten correctamente las normas de trabajo para el fortalecimiento de un agradable ambiente laboral.

El equipo humano de la empresa se distinguirá por su atención, poseedor de un trato especial y preferencial, amabilidad, cortesía, calor humano y eficiencia.

❖ **Política de compras.** Los proveedores de insumos serán seleccionados teniendo en cuenta la calidad de los mismos, el tiempo de entrega, precios y descuentos. La papelería y elementos de aseo se comprarán a un proveedor local que ofrezca los productos al menor costo posible.

Con respecto a los demás insumos requeridos para las labores del área administrativa tales como insumos para PC, útiles de escritorio, útiles de aseo y cafetería, se comprará lo necesario para un período trimestral.

❖ **Política de ventas.** La política de ventas se constituyen en un factor de gran importancia en el momento de atraer clientes y manejar de una forma eficiente la cartera de la empresa.

Se ha determinado que la política de venta de servicios de ecoturismo será de estricto contado en el momento de la prestación del servicio. Lo anterior, teniendo en cuenta los hábitos de pago de esta clase de servicio dentro de la población.

Así mismo, los servicios vendidos a las familias provenientes de las colonias Suaitanas y residentes locales, podrán ser prestados por cada actividad en particular. Es decir, no necesariamente están obligados a adquirir el paquete completo de servicios de la empresa.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

[Regresar](#)

La empresa en sus inicios implementará una organización de tipo funcional con plena definición de las líneas de autoridad, control basado en la supervisión y división del trabajo.

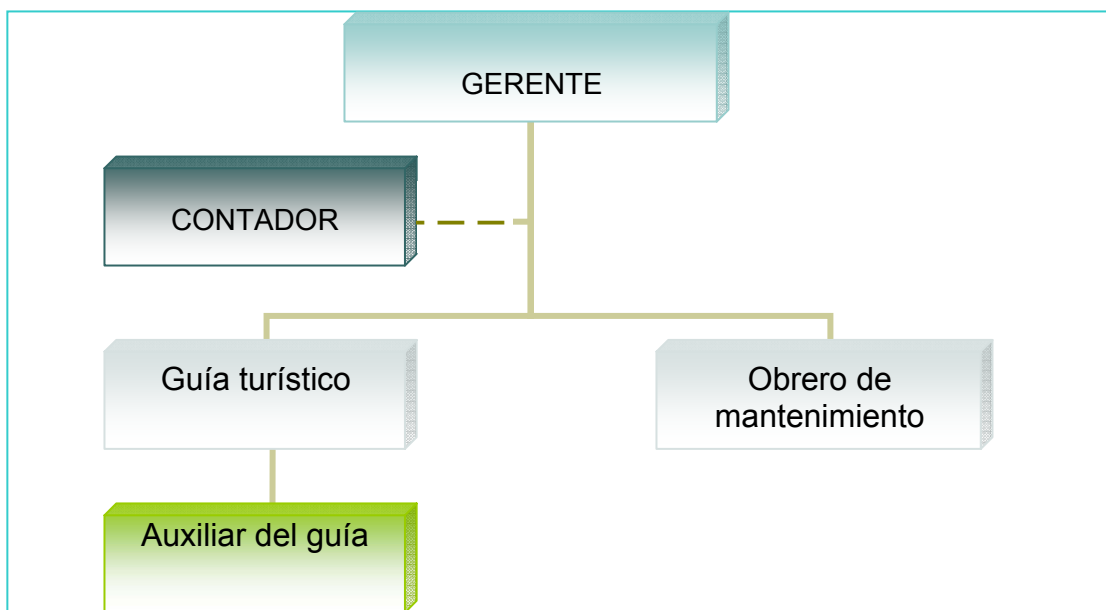
Sin embargo en el mediano plazo se propenderá por una estructura organizacional con un estilo administrativo flexible, formal, ágil y plana (poco piramidal). Lo anterior basado en la implementación de una cultura organizacional que fortalezca el sentido de pertenencia de los empleados hacia la empresa, asesorados por el gerente que antes debe ser un líder que los impulse a mejorar los niveles de desempeño y a alcanzar las metas o propósitos trazados.⁹ Una organización orientada hacia la calidad con personal interdisciplinario y con participación activa en los proyectos que se generen.

4.3.1 Organigrama. Para llevar a cabo con éxito los objetivos de la organización, la empresa de ecoturismo Jardín del Sol Ltda. debe contar en su estructura organizacional con el personal necesario y adecuado a las necesidades de la empresa; sin embargo, haciendo uso racional y óptimo de este recurso, de tal forma que le permita a la empresa ser competitiva.

⁹ ORTIZ PIMIENTO, Néstor R. Gerencia de la Calidad total. Bucaramanga: INSED UIS, 2000. p. 58.

Por tratarse de un proyecto de servicios en el cual se requiere poca mano de obra, se visualiza una estructura organizacional reducida especialmente en el área administrativa, sin que afecte de alguna forma el normal desarrollo de su objeto social. Ver gráfico 41.

Gráfico 41. Organigrama de la empresa Jardín del Sol Ltda.



4.3.2 Descripción de funciones. La descripción de cargos facilita los procesos de inducción de empleados nuevos; así mismo, se constituye en la base para realizar los procesos de medición del desempeño del recurso humano en la empresa, debido a que tiene la función principal y las específicas. Ver cuadros 53, 54 y 55.

Cuadro 53. Descripción de Funciones del Gerente

EMPRESA DE ECOTURISMO JARDIN DEL SOL LTDA.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES	
Hoja 1 de 4	
Nombre del cargo:	GERENTE
Jefe Inmediato:	Junta de Socios
Especificaciones del cargo:	
Requisitos:	Título profesional en Gestión Empresarial o Administración de Empresas
Experiencia:	Dos años en cargos similares
Asignación salarial: Un (1) salario mínimo legal vigente + comisión de 10% por ventas superiores al pronóstico de ventas para el primer año	
<p>Función Principal: Representar legalmente a la empresa, planear, organizar, dirigir, ejecutar y controlar toda clase de acciones encaminada a preservar y mejorar los servicios que ofrece la empresa.</p>	
<p>Detalle de Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar las actividades de las diferentes secciones de la empresa. • Seleccionar y contratar el personal de la empresa • Establecer relaciones de negocios con los clientes • Promover la contratación de los servicios con clientes potenciales • Diseñar nuevos planes y estrategias del servicio • Visitar a los clientes (potenciales y actuales), con el fin de ofrecer los servicios de la empresa • Fijar metas y ejecutar acciones para incrementar las ventas de los servicios, impulsando las estrategias necesarias. • Manejar las finanzas de la empresa, velando por su crecimiento. • Asistir a reuniones y presentar informes administrativos a la asamblea de socios. 	
Continúa . . .	

EMPRESA DE ECOTURISMO JARDIN DEL SOL LTDA.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES	
Hoja 2 de 4	
Nombre del cargo:	GERENTE
Jefe Inmediato:	Junta de Socios
Especificaciones del cargo:	
Requisitos:	Título profesional en Gestión Empresarial o Administración de Empresas
Experiencia:	Dos años en cargos similares
Asignación salarial: Un (1) salario mínimo legal vigente + comisión de 10% por ventas superiores al pronóstico de ventas para el primer año	
<p>Sigue . . .</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar y analizar los estados financieros de la empresa, presentando ante la junta de socios alternativas que propendan por la maximización de utilidades. • Elaborar los presupuestos anuales, según las normas establecidas por la empresa • Instruir y entrenar el personal a su cargo en el desempeño de sus funciones y cumplimiento de sus obligaciones. • Contratar los servicios complementarios del servicio (hotel, restaurante) • Hacer cumplir el reglamento interno de trabajo y procedimientos disciplinarios. • Mantener la motivación del personal a su cargo • Estar atento a toda queja o sugerencia que presenten los usuarios del servicio, estableciendo el curso de acción para lograr su total satisfacción. • Realizar reuniones periódicas con los empleados en procura de solucionar problemas en el servicio y cumplimiento de metas trazadas por la empresa • Conocer y analizar permanentemente las necesidades y expectativas de las colonias Suaitanas y empresas de ecoturismo. <p style="text-align: right;">Continúa . . .</p>	

EMPRESA DE ECOTURISMO JARDIN DEL SOL LTDA.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES	
Hoja 3 de 4	
Nombre del cargo:	GERENTE
Jefe Inmediato:	Junta de Socios
Especificaciones del cargo:	
Requisitos:	Título profesional en Gestión Empresarial o Administración de Empresas
Experiencia:	Dos años en cargos similares
Asignación salarial: Un (1) salario mínimo legal vigente + comisión de 10% por ventas superiores al pronóstico de ventas para el primer año	
<p>Sigue . . .</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procurar el crecimiento corporativo mediante gestión de mercadeo y optimización de los recursos. • Propender por una cultura de calidad total en cada uno de los servicios, promoviendo la adopción de normas técnicas. • Atender y promover la venta de los diferentes servicios que conforman el portafolio de la empresa, incrementando la utilización de los mismos • Llevar libros de contabilidad, cumpliendo con las normas legales • Responder por los dineros, documentos y recibos encargados a su responsabilidad, asegurándose de su adecuada protección • Realizar la facturación de los servicios prestados a los usuarios • Manejar los recaudos del servicio de ecoturismo • Recibir y transmitir las llamadas telefónicas • Dar tramite a la correspondencia despachada y recibida • Archivar la correspondencia enviada y recibida, al igual que todos los documentos que se desprenda de su objeto social • Desarrollar los eventos de promoción programados por la empresa • Responder por documentos en general dados bajo su responsabilidad, asegurándose de su adecuada protección <p style="text-align: right;">Continúa . . .</p>	

EMPRESA DE ECOTURISMO JARDIN DEL SOL LTDA.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES	
Hoja 4 de 4	
Nombre del cargo:	GERENTE
Jefe Inmediato:	Junta de Socios
Especificaciones del cargo:	
Requisitos:	Título profesional en Gestión Empresarial o Administración de Empresas
Experiencia:	Dos años en cargos similares
Asignación salarial: Un (1) salario mínimo legal vigente + comisión de 10% por ventas superiores al pronóstico de ventas para el primer año	
<p>Sigue . . .</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entregar informes contables a la junta de socios • Realizar análisis de Estados Financieros, para la toma de decisiones • Tramitar la compra de insumos necesarios para el normal desarrollo de las actividades de la empresa • Procesar la información contable con base en los documentos soportes • Atender amablemente y orientar al público que visite la empresa, proporcionándoles la información requerida • Responder conjuntamente con los guías turísticos por la logística y calidad de los servicios prestados. • Organizar y coordinar con los empleados operativos las diferentes etapas de servicio • Manejar la caja menor de la empresa, cumpliendo con los parámetros indicados por el gerente • Colaborar en las funciones de sus subalternos, cuando la ocasión así lo requiera • Presentar informes de quejas y reclamos de los clientes • Ejecutar cualquier otra función que le sea encomendada por la Junta de socios y que sean inherentes a su cargo. 	

Cuadro 54. Descripción de Funciones del Guía Turístico

EMPRESA DE ECOTURISMO JARDIN DEL SOL LTDA.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES	
Hoja 1 de 2	
Nombre del cargo:	GUIA TURISTICO
Jefe inmediato:	GERENTE
Especificaciones del cargo:	
Requisitos	Título de Bachiller o similar Haber recibido capacitación por la empresa
Experiencia	Un año en actividades similares Ej. recreacionista Tener conocimiento en primeros auxilios
Asignación salarial: Comisión por servicio prestado (actividad turística)	
<p>Función Principal: Desempeñarse como guía turístico, colocando a disposición de la empresa su capacidad de trabajo y creatividad para satisfacer las necesidades y expectativas de los visitantes.</p>	
<p>Detalle de funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirigir, prevenir, animar y prestar auxilio a los turistas que emprendan los recorridos o visitas a los sitios de interés turístico. • Atender cortésmente al público, siendo consciente de su papel de anfitrión ante los visitantes de la empresa • Realizar los diálogos y comentarios pertinentes, de acuerdo al procedimiento de cada servicio, en forma precisa, animosa y creativa • Mantener y preservar en optimas condiciones el equipo de seguridad utilizado por los turistas en el desarrollo de las actividades • En coordinación con el gerente, contratar el suministro de monturas (caballos) para la realización de las cabalgatas • Prestar el servicio de primeros auxilios cuando la situación lo requiera • Tomar todas las medidas necesarias y suficientes para prevenir accidentes en las actividades 	
Continúa . . .	

EMPRESA DE ECOTURISMO JARDIN DEL SOL LTDA.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES	Hoja 2 de 2
Nombre del cargo:	GUIA TURISTICO
Jefe inmediato:	GERENTE
Especificaciones del cargo:	
Requisitos	Título de Bachiller o similar Haber recibido capacitación por la empresa
Experiencia	Un año en actividades similares Ej. recreacionista Tener conocimiento en primeros auxilios
Asignación salarial: Comisión por servicio prestado (actividad turística)	
<p>Sigue . . .</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar demostraciones en las actividades de deportes extremos • Coordinar y ejecutar junto con el auxiliar las labores que se desprendan en el desarrollo de cada actividad • Velar por que los elementos de trabajo no sufran pérdida ni daño. • Realizar las demás funciones inherentes a su cargo que le sean asignadas por el gerente. 	

Cuadro 55. Descripción de Funciones del Auxiliar del Guía Turístico

EMPRESA DE ECOTURISMO JARDIN DEL SOL LTDA.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES	Hoja 1 de 1
Nombre del cargo:	AUXILIAR DEL GUIA TURISTICO
Jefe inmediato:	GUIA TURISTICO
Especificaciones del cargo:	
Requisitos	Título de Bachiller o similar Haber recibido capacitación por la empresa

Experiencia	Seis meses en actividades similares y tener conocimiento en primeros auxilios
Asignación salarial: Comisión integral por cada servicio prestado	
<p>Función Principal: Desempeñarse como auxiliar del guía turístico, colocando a disposición de su superior toda la capacidad de trabajo, cumpliendo responsablemente las labores encomendadas a diario y participando activamente en la satisfacción total del usuario.</p>	
<p>Detalle de funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • En coordinación con el guía turístico realizar la logística y control en cada etapa del servicio • Colaborar con los servicio de primeros auxilios a los usuarios • Mantener las instalaciones del área operativa en perfecto orden y limpieza • Prestar auxilio a los turistas que emprendan los recorridos o visitas a los sitios de interés turístico. • Llevar consigo un botiquín de primeros auxilios en cada una de las actividades que se desarrollen. • Prestar vigilancia permanente en actividades acuáticas “salvavidas” • Ayudar a mantener en optimas condiciones el equipo de seguridad utilizado en el desarrollo de las actividades • Alistar, trasladar y encargarse de las monturas (caballos) para la realización de las cabalgatas de integración • Auxiliar al guía turístico en las actividades de deportes extremos • Velar por que los elementos de trabajo no sufran pérdida ni daño. • En coordinación con el guía turístico llevar a cabo las labores que comprende cada actividad de ecoturismo • Cumplir las demás labores que el guía turístico le encomiende relacionado con los servicios del portafolio de la empresa. 	

4.3.3 Asignación salarial. El salario será pactado para pago mensual, el cual estará comprendido en una escala que comenzará en un salario mínimo legal vigente mensual e irá ascendiendo de acuerdo al grado de responsabilidad del empleado, es decir, que los funcionarios administrativos estarán mejor remunerados que los operativos.

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

El salario para los empleados de planta será el equivalente a un salario mínimo legal vigente para el gerente de la empresa, más una comisión equivalente a 10% por incremento en los servicios planteados para el primer año. Al contador se le pagarán honorarios por prestación de servicios, equivalente a \$150.000 mensuales. Ver cuadro 56.

Los guías turísticos serán remunerados por cada servicio turístico prestado y el obrero de mantenimiento por el trabajo realizado durante dos días al mes.

Las prestaciones sociales ordinarias se pagarán de conformidad con la ley 100 de 1993, como corresponda según pago directo al trabajador o pago indirecto a través de instituciones oficiales y privadas como es el caso de la seguridad social, I.C.B.F., SENA y Subsidio Familiar. Ver cuadro 57.

La dotación de calzado y overol reglamentada por medio de la ley 11 de 1984, así como el auxilio de transporte se pagará a los trabajadores de planta que devenguen hasta dos (2) salarios mínimos legales vigentes.

Cuadro 56. Asignación Salarial para la Planta de Personal

Cargo	Prestación de servicios	Sueldo básico mensual y concepto
Gerente	0	\$381.500 (1 s.m.l.v.) + comisión de 10% por incremento en ventas
Contador	150.000	Honorarios
Guías turísticos	20.000	Por cada actividad turística grupal
Auxiliares del guía	10.000	Por cada actividad turística grupal
Obrero de mantenimiento	40.000	Dos días de trabajo al mes.

Cuadro 57. Factor Prestacional a Cargo del Patrono

Prestaciones	Factor
Cesantías	8.33%
Intereses a las cesantías	1%
Vacaciones anuales	4.17%
Prima de servicios	8.33%
Total prestaciones de pago directo	21,83%
▪ Seguridad Social:	
Aportes a E.P.S.	8%
Aportes a A.F.P. año 2005	10.125
Aportes a A.R.P. Clase I (Mínimo riesgo)	0,522%
▪ Aportes Parafiscales:	
Subsidio Familiar	4%
SENA	2%
I.C.B.F.	3%
Total prestaciones de pago indirecto	27,647%
Total factor prestacional a cargo patrono	49,477%

4.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO

[Regresar](#)

Desde el punto de vista legal el proyecto no tiene inconvenientes, debido a que se conoce a plenitud las normas legales y la reglamentación existente sobre la constitución legal de la empresa, en lo que respecta a su legalización comercial, tributaria, laboral y de funcionamiento.

Así mismo, se determinó su viabilidad respecto al recurso humano óptimo y necesario, tanto para el área administrativa, como para el área operativa. Lo anterior teniendo en cuenta que el municipio cuenta con personal calificado y disponible para laborar en las actividades de la empresa.

En lo que respecta a su estructura organizacional, se cuenta con el conocimiento técnico que debe llevarse a cabo en el proceso de reclutamiento, selección y contratación de personal.

5 ESTUDIO FINANCIERO

[Regresar](#)

En esta parte del estudio se presenta amplia y rigurosamente cada uno de los elementos que participan en la estructuración financiera del proyecto; en la cual se determina la inversión necesaria para poner en funcionamiento la empresa de ecoturismo, los costos y gastos en que se incurren por el servicio prestado y los ingresos derivados de los mismos; toda esta información proyectada a cinco años, con lo cual se podrá verificar si es o no económicamente rentable el proyecto ecoturístico en el municipio de Suaita.

Para obtener un diagnóstico financiero real del proyecto, los egresos e ingresos del servicio serán proyectados a cinco años, aplicando una tasa inflacionaria equivalente al 4,9%. Dicha tasa fue calculada por el Método de Mínimos Cuadrados para el año 2005, teniendo en cuenta los índices inflacionarios de los últimos 4 años así: 2001: 7,65%, 2002: 6.99%, 2003: 6.49% y 2004: 5.5%.¹⁰

Se estima que no es conveniente realizar las proyecciones con base a índices inflacionarios inferiores a 4,9% para los años siguientes al 2005 (a pesar que el método lo determina), en razón a que al quinto año la inflación estaría llegando a 2,1%, lo cual es un índice demasiado optimista.

El presente estudio se desarrollará teniendo en cuenta los siguientes ítems:

- Inversiones
- Costos
- Presupuesto de ingresos y egresos

¹⁰ www.dane.gov.co

- Punto de equilibrio
- Flujo de caja proyectado
- Estado de resultados
- Balance general y
- Cálculo de razones financieras.

5.1 INVERSIONES

[Regresar](#)

Las inversiones necesarias para el montaje de la empresa de ecoturismo con sede en el municipio de Suaita Santander, comprende la apropiación de capital para los siguientes rubros:

- ✓ Inversión fija o tangible
- ✓ Inversión diferida o intangible y
- ✓ Capital de trabajo.

5.1.1 Inversión en activos fijos. Son todos aquellos activos tangibles requeridos para el normal funcionamiento de la empresa. La inversión por concepto de activos fijos a la vez contempla los siguientes rubros: utensilios para el área operativa del servicio, muebles y enseres de oficina, y equipo de cómputo y comunicaciones.

❖ **Equipo de operación.** Comprende algunos elementos de uso manual para la prestación del servicio en el área de deportes extremos y espeleología, cuyo costo es poco representativo. Ver cuadro 58.

La inversión en equipo para la prestación del servicio fue calculada teniendo en cuenta la proyección de la demanda del servicio y repuestos en caso de daño para los cinco años del proyecto, por lo tanto, no se realizará inversión adicional en el transcurso del mismo.

Cuadro 58. Equipo de Operación del Servicio

Uds.	DESCRIPCION	Costo Unitario	Costo Total
2	Navajas multiuso	30.000	60.000
15	Chalecos distintivos	25.000	375.000
15	Cascos con linterna frontal espeleología	40.000	600.000
1	Polea marca PETZL capacidad 32KN	301.800	301.800
3	Arnés de cintura para escalada deportiva, marca FERRINO, talla "L"	223.000	669.000
3	Cascos marca FERRINO para rappel	235.200	705.600
3	Cuerdas dinámicas de 11 mm. x 50 M.	550.000	1.650.000
3	Mosquetones marca FADERS en "D" de seguridad en acero, capacidad 34KN	30.700	92.100
3	Ocho de seguridad marca FADERS	49.000	147.000
3	Pares de guantes para Rappel ADM	27.700	83.100
3	Slinga de 30 CM cerrada	4.700	14.100
Total (Incluido IVA)			4.697.700

❖ **Muebles y enseres.** Este rubro está conformado por los muebles de dotación y otros elementos de oficina necesarios para el normal funcionamiento del área administrativa y de ventas de la empresa. Ver cuadro 59.

Cuadro 59. Muebles y Enseres de Oficina

Unidades	DESCRIPCION	Costo Unitario	Costo Total
1	Escritorio de madera tipo ejecutivo	290.000	290.000
1	Escritorio tipo recepción	140.000	140.000
2	Sillas giratorias neumática sin brazos	174.000	348.000
1	Archivado 3 gavetas	285.000	285.000
6	Sillas rímax	17.000	102.000
1	Extintor	95.000	95.000
2	Papeleras de madera (bambú)	10.000	20.000
Total			1.280.000

❖ **Equipo de oficina.** Corresponde al equipo electrónico requerido para el adecuado manejo y tratamiento de la información del área administrativa de la empresa; representados básicamente por los elementos de cómputo y comunicaciones detallados en el cuadro 60.

Cuadro 60. Equipos de Oficina

Uds.	DESCRIPCION	Costo Unitario	Costo Total
1	Computador CLON INTEL PENTIUM IV de 2.8 GHZ, disco 80 GB, monitor 17", estabilizador 1000 W, impresora HP 3745, teclado, scanner USB, scanner, DVD, licencia Windows XP.	2.500.000	2.500.000
1	Calculadora CASIO DR-120 LB, 12 dígitos	160.000	160.000
1	Telefax PANASONIC KX FT-77	350.000	350.000
1	Celular NOKIA 1100 (500 minutos \$90.000)	10.000	10.000
Total equipo de cómputo y comunicaciones			3.020.000

- ❖ **Total Inversión fija.** A continuación se muestra el resumen de la inversión fija necesaria del proyecto . Ver cuadro 61.

Cuadro 61. Total Inversión Fija

DESCRIPCION	VALOR
Equipo para la prestación del servicio	4.697.700
Muebles y enseres de oficina	1.280.000
Equipo de cómputo y comunicaciones	3.020.000
TOTAL	8.997.700

5.1.2 Inversiones diferidas. Son los gastos que se realizan en el período previo al inicio de operaciones de la empresa, y corresponden básicamente a la adquisición de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto, tales como: el estudio de factibilidad, programa de capacitación, gastos de constitución legal, gastos de lanzamiento relacionados con promoción y publicidad y adecuaciones locativas.

La empresa adquirirá en arriendo una infraestructura física en óptimas condiciones y distribución de planta adecuada para la prestación del servicio, por lo tanto, las adecuaciones locativas se limitan a pintura, escaños de descanso y algunas adiciones simples relativas a la imagen del servicio.

La inversión diferida será amortizada totalmente en el transcurso de los cinco años siguientes al inicio de actividades de la empresa, cuyo valor asciende a \$6.400.000, ver cuadro 62.

Cuadro 62. Inversiones Diferidas

DESCRIPCION	VALOR TOTAL
Planeación del proyecto:	
Estudio de factibilidad	2.150.000
Programa de capacitación a guías turísticos	200.000
Administración del proyecto:	
Requisitos de constitución: escritura, licencia etc.	1.300.000
Programa de publicidad y promoción	
Presupuesto de lanzamiento	1.450.000
Creación página en Internet	800.000
Adecuaciones locativas:	
Pintura y otras adecuaciones de planta	500.000
TOTAL	6.400.000

5.1.3 Inversiones de capital de trabajo. La inversión de capital de trabajo fue calculada teniendo en cuenta dos aspectos: primero teniendo en cuenta el flujo de efectivo de la empresa producto de la retribución por el servicio prestado, y segundo, la característica intermitente del servicio.

Por una parte se tendrá una política de cobro del servicio de estricto contado según es usual en el mercado, pero las ventas fuertes del servicio está sujeta a períodos festivos o de descanso del visitante; por lo tanto, el monto de capital necesario para cubrir los costos y gastos ocasionados fueron calculados para los dos primeros meses de operaciones de la empresa de ecoturismo.

Para asignar el monto de capital de trabajo es necesario cuantificar los costos y gastos incurridos en la prestación de los servicios para el primer año de existencia de la empresa, los cuales serán analizados a continuación:

❖ **Costos de prestación del servicio.** Estos representan los desembolsos en efectivo o en especie que la empresa realizará en el área operativa para atender las necesidades u obligaciones de su objeto social.

El programa de operación (servicios) que la empresa llevará a cabo en cada uno de los cinco (5) años del proyecto ya fue determinado en el estudio técnico, y está relacionado básicamente con la capacidad utilizada del proyecto (ver tabla 5), los recursos humanos y físicos planteados en los cuadros 48, 49, 50 y 51, así como los insumos necesarios en la prestación del servicio de ecoturismo.

En el primer año del proyecto se prestarán 343 paquetes de ecoturismo, de los cuales el 36% corresponde a paquetes ecoturísticos demandados por empresas nacionales y el 64% a turistas Suaitanos residentes en las colonias de Bogotá y Bucaramanga. Ver tabla 9.

Tabla 9. Programa de Servicios de Ecoturismo

ACTIVIDADES	D.I.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Expediciones a sitios interés arqueológico	926	341	364	387	410	433
Caminatas ecológicas	878	323	345	367	389	411
Cabalgatas de integración	1.029	379	404	430	456	482
Visita a fincas productivas	845	311	332	353	374	395
Deportes extremos: Rappel-Torrentismo	990	364	389	414	439	463
TOTAL SERVICIOS	4.668	1.717	1.835	1.951	2.068	2.185
TOTAL PAQUETES T.		343	367	390	414	437
N. DE GRUPOS*		43	46	49	52	55

* El número de grupos = Paquetes turísticos año / 8 personas por grupo

Se aclara que el número de servicios a prestar fueron proyectados en el estudio técnico con base a la demanda insatisfecha del mercado, incrementada

anualmente en 2,5% como índice de crecimiento empresarial; por lo tanto, el crecimiento real en el mercado es del 36,8% para el primer año, alcanzando un crecimiento del 46,8% en el quinto año del proyecto.

➤ **Materiales e insumos.** Por las características del proyecto, corresponde a los costos por concepto de insumos que intervengan directamente en el componente del servicio de ecoturismo.

Estos costos están relacionados únicamente con el alquiler de caballos y/o mulas con su respectiva montura con el objeto de prestar el servicio de cabalgatas de integración planteado dentro del paquete turístico.

Así mismo, el valor del transporte desde la cabecera municipal hasta los lugares de interés turístico correspondiente a tres (3) actividades así: expediciones a lugares de interés arqueológico (espeleología), visitas a fincas productivas y deportes extremos (rappel y/o torrentismo), correspondiente a 1.016 servicios a \$3.000 cada uno. Ver cuadro 63.

Cuadro 63. Insumos Necesarios en la Prestación del Servicio

Concepto	Especificación	Valor
Semovientes: (caballos y/o mulas) para cabalgatas de integración	379 servicios a \$15.000 por persona	5.685.000
Comida: Participantes a cabalgatas	Piquete criollo a \$3.000	1.137.000
Transporte local: para espeleología, visitas a fincas productivas y D.extremos	1.016 servicios a \$3.000 por persona	3.048.000
Total costo en insumos		9.870.000

➤ **Mano de obra directa.** Corresponde a los costos por concepto de sueldos y prestaciones sociales (de pago directo e indirecto a cargo del empleador),

efectuados a los empleados que laboran directamente en el área de operación del servicio.

Sin embargo, el sistema de contrato laboral para los empleados operativos planteado en el estudio técnico consiste en prestación por servicios, cuya retribución equivale a una comisión por cada actividad prestada a la empresa de ecoturismo; lo cual significa que no devengarán prestaciones sociales de ninguna índole.

En consecuencia, en el área operativa del servicio se suministrará remuneración de \$20.000 por servicio a los guías turísticos y \$10.000 al auxiliar del guía por laborar en cada una de las cinco (5) actividades de ecoturismo que promocionará la empresa como servicios principales.

El empleado operativo encargado del mantenimiento de caminos y sitios de interés turístico devengará \$40.000 mensuales trabajando dos días al mes sin derecho a otras prestaciones sociales y poniendo a disposición de la empresa herramientas propias del trabajador.

El valor de la comisión pagada a cada guía turístico y su auxiliar fue determinada con base en los precios promedios del sector ecoturístico de la provincia Comunera y Guanentina.

Los integrantes promedio por cada grupo de turistas fue determinado en ocho (8) según parámetros de la competencia; por lo tanto, el total de servicios a prestar equivalente a 1.717, serán realizados en 215 actividades grupales (1.717 /8). Ver cuadro 64.

Cuadro 64. Costo Mano de Obra Directa

Empleado	Número de grupos /año	Cálculo	Salario total anual
Guía turístico	1.717 / 8 =215	215 x \$20.000	4.300.000
Auxiliar del guía*	676 / 8 = 84	84 x \$10.000	840.000
Obrero de mantenimiento		12 x \$40.000	480.000
Total			5.620.000

* El auxiliar del guía prestará servicios únicamente en cabalgatas de integración y deportes extremos.

➤ **Costos Indirectos del servicio.** También llamados costos generales y están relacionados con el área de operación del servicio.

- **Materiales indirectos:** hacen referencia a los elementos de aseo de instalaciones tomadas en arriendo en cumplimiento del objeto social de la empresa, así como a elementos de primeros auxilios. El costo de este rubro será asumido en 90% por el área operativa (\$747.000), y el 10%, por el área administrativa de la empresa. Ver tabla 10.

Tabla 10. Materiales Indirectos del Servicio

Concepto	Cantidad mensual	Costo unidad	Consumo Unid /año	Costo anual
Escobas		3.000	4	12.000
Cepillos - churruscos		1.500	4	6.000
Traperos		3.800	4	15.200
Jabón detergente (Kg.)	1	4.000	12	48.000
Hipoclorito (galón)	½	4.800	6	28.800
Botiquín primeros aux.	2	60.000	12	720.000
TOTAL				830.000

- **Otros costos generales del servicio:** corresponde a otros costos relacionados con la función operativa del servicio como son: el costo por concepto de arriendo, servicios públicos (energía y acueducto), depreciación e impuestos. Ver tabla 12.

El cálculo de los costos generales del servicio se establecieron con base en los siguientes parámetros:

- ✓ **Canon de arrendamiento:** corresponde al costo del arrendamiento de infraestructura locativa donde funcionará la empresa de ecoturismo. El canon de arriendo mensual es de \$150.000 y corresponde a 110 M² de los cuales el 50% está construida. El costo asignado al área operativa es de 25%, es decir, \$37.500 mensuales ó \$450.000 anuales.
- ✓ **Servicios públicos:** el costo de energía eléctrica y acueducto para las necesidades de la empresa de ecoturismo, se analizó con base al valor promedio pagado en el sitio de ubicación de la empresa, teniendo en cuenta los costos fijos y variables del servicio. El costo total anual fue calculado en \$600.000, del cual se asigna para el área operativa el 20% equivalente a \$120.000 entre servicio de luz y agua.
- ✓ **Depreciación:** se realizó el cargo en sistema de línea recta, con base al valor de las herramientas y utensilios del servicio. Ver tabla 11.
- ✓ **Impuestos:** correspondiente al impuesto de industria y comercio. Según la tesorería Municipal de acuerdo a la actividad propia de la empresa, este impuesto se calcula en 3 x 1000 sobre los ingresos brutos resultantes en cada año del proyecto, sin incluir el impuesto de avisos y tableros.

Tabla 11. Depreciación y Amortización de Activo Fijo y Diferido

Concepto	Valor	%	Año 1	Año 2
Equipo del servicio	4.697.700	20%	939.540	939.540
Muebles de oficina	1.280.000	20%	256.000	256.000
Equipo de cómputo	3.020.000	20%	604.000	604.000
Total Depreciación	8.997.700		1.799.540	1.799.540
Inversión Diferida	6.400.000	20%	1.280.000	1.280.000
Total Diferidos	6.400.000		1.280.000	1.280.000
TOTAL	15.397.000		1.800.820	1.800.820

Concepto	%	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo del servicio	20%	939.540	939.540	939.540
Muebles de oficina	20%	256.000	256.000	256.000
Equipo de cómputo	20%	604.000	604.000	604.000
Total Depreciación		1.799.540	1.799.540	1.799.540
Inversión diferida	20%	1.280.000	1.280.000	1.280.000
Total Diferidos		1.280.000	1.280.000	1.280.000
TOTAL		1.800.820	1.800.820	1.800.820

Tabla 12. Costos Generales del Servicio

Concepto del costo	Costo fijo anual	C. variable anual	Costo anual en pesos
Canon de arriendo	450.000		450.000
Luz	18.000	30.000	48.000
Agua	72.000	0	72.000
Depreciación	939.540		939.540
Impuesto de Industria & Comercio	112.160		112.160
TOTAL	1.591.700	30.000	1.621.700

➤ **Total costos de producción.** A continuación se muestra el consolidado de los costos del área operativa para el primer año del proyecto. El costo por concepto de materiales indirectos equivalente a \$830.000 es asumido en 90% por el área operativa (\$747.000). Ver cuadro 65.

Cuadro 65. Total Costos del Área Operativa del Servicio (primer año)

Costos de producción	Costo anual
Materiales directos	9.870.000
Mano de obra directa	5.620.000
Materiales indirectos (90%)	747.000
Costos generales del servicio	1.621.700
TOTAL	17.858.700

❖ **Gastos de administración y ventas.** En este ítem se analizarán los sueldos y prestaciones sociales del personal que labora en el área administrativa de la empresa de ecoturismo, así como otros gastos relacionados con la gestión administrativa.

Los gastos por concepto de nómina, corresponden a los devengados por el gerente de la empresa, y un contador externo quien devengará honorarios mensuales. Ver cuadro 66.

El gerente devengará un salario mínimo legal vigente más una comisión por ventas superiores a las pronosticadas para el primer año del proyecto (343 paquetes turísticos), equivalente a 10%. El contador devenga honorarios mensuales por prestación de servicios por valor de \$150.000.

Cuadro 66. Presupuesto de Sueldos Administrativos (primer año)

Empleado	Cantidad	Sueldo Mensual	Gasto por sueldo anual	Factor Prestacional 49,477%	Salario total anual
Gerente	1	381.500	4.578.000	2.265.057	6.843.057
Contador	Honorarios mensuales de \$150.000				1.800.000
+ Auxilio de Transporte: \$44.500 para el 2005 S /1 empleado					534.000
+ Dotación 1 empleado, 3 veces al año					90.000
Total					9.267.057

Así mismo, se causan otros gastos relacionados con la gestión directiva, los cuales se definen a continuación, y están relacionados en la tabla 13.

- ✓ La depreciación corresponde al valor de los muebles y equipo de oficina y comunicaciones para el primer año del proyecto calculados en la tabla 11.
- ✓ La amortización de diferidos en el área administrativa está representada por el valor total de los activos intangibles. Ver tabla 11.
- ✓ El valor del arriendo anual de las instalaciones de la empresa, es del \$1.800.000, del cual el 75% será asumido por el área administrativa equivalente a \$1.350.000.
- ✓ El valor correspondiente a provisión para el mantenimiento del equipo de computo y comunicaciones se asigna en 3% anualmente sobre su costo histórico (\$4.300.000), equivalente a \$129.000.

- ✓ Los gastos por concepto de elementos de aseo fueron calculados en forma global en la tabla 10, de los cuales el 10% se asignan como gasto administrativo, equivalente a \$83.000.
- ✓ El servicio de celular comprende un plan empresarial por un valor mensual de \$90.000, con lo cual la empresa dispone de 500 minutos. El servicio de telefax está calculado en un costo fijo mensual de \$15.000 y un costo variable mensual de \$35.0000.
- ✓ El programa de publicidad y promoción para el primer año del proyecto ya fue calculado en el estudio de mercados (véase cuadro 43), cuyo valor asciende a \$1.350.000 para su etapa de operación, incrementado en \$360.000 por concepto de mantenimiento de la página en Internet.

Tabla 13. Presupuesto de Otros Gastos Administrativos y de Ventas

Concepto del gasto	Gasto fijo Anual	G. Variable Anual	Gasto anual en pesos
Depreciación administrativa	860.000	0	860.000
Amortización diferida	1.280.000	0	1.280.000
Arrendamiento (75% del canon)	1.350.000	0	1.350.000
Mantenimiento Eq. Oficina y cómputo	129.000		129.000
Telefax y celular	1.260.000	420.000	1.680.000
Útiles, papelería e insumos de cómputo	0	180.000	180.000
Elementos de aseo	83.000	0	83.000
Seguro equipo de oficina: 1%	43.000	0	43.000
Servicios públicos: Luz y agua	90.000	390.000	480.000
Programa de publicidad y promoción*	1.710.000	0	1.710.000
TOTAL	6.805.000	990.000	7.795.000

* El rubro de publicidad y promoción contiene el costo del mantenimiento de la página de Internet.

Cuadro 67. Total Gastos Administrativos y de Ventas del Servicio

Tipo de gasto	Valor anual
Sueldos administrativos	9.267.057
Otros gastos administrativos y de ventas	7.795.000
TOTAL	17.062.057

❖ **Gastos financieros.** Los gastos financieros son los desembolsos en efectivo que la nueva empresa debe asumir por concepto del crédito bancario en el evento de financiar total o parcialmente la inversión del proyecto. Sin embargo, para efecto del presente proyecto no se incurrirá en dichos gastos en razón a que éste será financiado en su totalidad con recursos propios, procedentes de las dos (2) autoras del proyecto.

❖ **Total capital de trabajo.** La inversión adicional líquida que debe aportarse para que la empresa empiece a elaborar los servicios ecoturísticos, fue determinada según los siguientes criterios:

Se asume que todas las ventas serán realizadas de estricto contado, según es la práctica de las empresas que conforman la competencia a nivel de las provincias Comunera y Guanentina.

Se considera que al inicio de actividades, el cumplimiento del pronóstico de ventas no será fácil, especialmente por el carácter intermitente del servicio, por lo cual se debe ser cauto con el flujo de efectivo esperado para sufragar los costos y gastos normales del objeto social de la empresa.

En consecuencia, el valor que conforma la asignación para capital de trabajo será el equivalente a los costos y gastos de dos (2) meses de actividades de la nueva

empresa, restándole el valor por concepto de depreciación y diferidos; ver cuadro 68.

Cuadro 68. Inversión para Capital de Trabajo

Concepto del costo	Total costo anual	K. de trabajo para 2 meses
Costos de producción		
Materiales directos	9.870.000	1.645.000
Mano de obra directa	5.620.000	936.667
Materiales indirectos	747.000	124.500
Costos generales del servicio*	682.160	113.693
Gastos de Administración		
Sueldos y prestaciones	9.267.057	1.544.510
Otros gastos administrativos*	5.655.000	942.500
Total	31.841.217	5.306.870

* No incluye el valor por concepto de depreciación y gastos diferidos

5.1.4 Inversión total. A continuación se presenta el resumen de las inversiones requeridas para la puesta en marcha del proyecto de ecoturismo. Ver cuadro 69.

Cuadro 69. Resumen Inversiones del Proyecto

INVERSIONES	VALOR
Activo fijo	8.997.700
Activo diferido	6.400.000
Capital de trabajo	5.306.870
TOTAL	20.704.570

5.3.3 Fuentes de financiamiento

❖ **Recursos propios.** El proyecto se realizará en 100% con los aportes de dos (2) socias capitalistas, los cuales podrán realizar su pago en efectivo, títulos valores a la vista o en especie, hasta sumar un monto de \$20.704.570.

❖ **Recursos de terceros.** La empresa Jardín del Sol Ltda. no hará uso de financiamiento externo para cubrir la inversión en activos y capital de trabajo, en razón a que las autoras del proyecto asignarán recursos propios.

5.2 COSTOS

[Regresar](#)

5.2.1 Costos fijos. Se caracterizan por que permanecen constantes dentro de un período determinado, sin importar el volumen de producción de productos ó servicios. Ver tabla 14.

Tabla 14. Total Costos y Gastos Fijos del Proyecto

Concepto del costo	Costo fijo anual
Costos de operación:	
Costos generales del servicio	1.591.700
Total costos fijos	1.591.700
Gastos de Administración y ventas:	
Sueldos y prestaciones	9.267.057
Otros gastos administrativos y de ventas	6.805.000
Total gastos fijos	16.072.057
Total costos y gastos fijos	17.663.757

5.2.2 Costos variables. Se caracterizan por que cambian o fluctúan en relación directa a un determinado volumen de servicios. Ver tabla 15.

Tabla 15. Total Costos y Gastos Variables del Proyecto

Concepto del costo	Costo variable anual
Costos de producción:	
Materiales directos	9.870.000
Mano de obra directa	5.620.000
Materiales indirectos	747.000
Costos generales de fábrica	30.000
Total costos variables	16.267.000
Gastos de Administración:	
Otros gastos administrativos y de ventas	990.000
Total gastos variables	990.000
Total costos y gastos variables	17.257.000

Cuadro 70. Resumen de Costos y Gastos Totales

Concepto		Costos y gastos totales	Clasificación de costos y gastos
Costos	Fijos	1.591.700	17.858.700
	Variables	16.267.000	
Gastos	Fijos	16.072.057	17.062.057
	Variables	990.000	
Total		34.920.757	34.920.757

5.2.3 Costos totales unitarios. El servicio de ecoturismo comprende un servicio integral relacionado con expediciones a lugares de interés arqueológico, cabalgatas de integración, caminatas ecológicas, visita a fincas productivas y deportes extremos (rappel y/o torrentismo).

El costo unitario para cada uno de los servicios corresponde al desglose de los costos totales calculados previamente. El costo de los materiales directos de cada servicio fue calculado y especificado por actividad en el cuadro 63; el costo de mano de obra del guía turístico y obrero de mantenimiento (\$4.780.000) fue planteado en forma equilibrada para todos los servicios y el del auxiliar del guía (\$840.000) será cargado únicamente a cabalgatas de integración y deportes extremos.

Los costos generales serán asignados en 60% para deportes extremos en razón a su relativa incidencia en los costos de depreciación, y los materiales indirectos serán asignados de manera equilibrada para cada servicio.

Cuadro 71. Costos Totales Unitarios de lo Servicios

Elementos del Costo	Costos de operación	Espeleología	Caminatas ecológicas	Cabalgatas integración
COSTO DIRECTO:				
Materiales directos	9.870.000	1.016.000	0	6.822.000
Mano de O. directa	5.620.000	956.000	956.000	1.376.000
CIF:				
Materiales Indirectos	747.000	149.400	149.400	149.400
Costos generales	1.621.700	324.340	108.114	108.113
Total costos anual	17.858.700	2.445.740	1.213.514	8.455.513
÷ N. de paquetes T.		343	343	343
Costo Unitario		7.130	3.538	24.652

Cuadro 72. Costos Totales Unitarios de los Servicios

Elementos del Costo	Costos de operación	Visita a fincas productivas	Deportes extremos
COSTO DIRECTO:			
Materiales directos	9.870.000	1.016.000	1.016.000
Mano de obra directa	4.050.000	956.000	1.376.000
CIF:			
Materiales Indirectos	747.000	149.400	149.400
Costos generales	1.621.700	108.113	973.020
Total costos anual	16.715.700	2.229.513	3.514.420
÷ N. de paquetes T.		343	343
Costo unitario		6.500	10.246

5.2.4 Precio del servicio. En el estudio de mercados ya se planteó la determinación de ofrecer una política de precios orientados por dos variables; por una parte: la disposición de pago de la demanda y por otra parte los precios manejados por la competencia.

El precio que la demanda está dispuesto a pagar por el paquete de servicios correspondiente a las cinco (5) actividades de ecoturismo es de \$120.000, la cual no incluye servicios complementarios de hotel y restaurante.

Por otra parte, el precio manejado por las empresas de ecoturismo de la región para el paquete de servicios es de \$98.000 incluyendo el valor del transporte local para las actividades ecoturísticas necesarias como: espeleología, visita a fincas productivas y deportes extremos.

Por lo tanto, el precio para cada paquete turístico será de \$109.000. Ver cuadro 73.

Cuadro 73. Determinación del Precio Promedio por Paquete Ecoturístico

Concepto	Valor
+ Precio de acuerdo a disposición de pago	120.000
+ Precio de acuerdo al promedio de la competencia	98.000
= Precio promedio por paquete turístico	109.000

El cálculo de ingresos de los servicios se realizará por paquetes ecoturísticos, teniendo en cuenta que el grado de preferencia de cada servicio establecido en el estudio de mercados es muy similar.

El grado de preferencia de cada uno de los servicios desarrollado con base a la demanda insatisfecha es el siguiente: expediciones a sitios de interés arqueológico 19,8%, caminatas ecológicas 18,8%, cabalgatas de integración 22,1%, visita a fincas productivas 18,1% y deportes extremos 21,2%.

5.3 PRESUPUESTO DE EGRESOS Y INGRESOS

[Regresar](#)

5.3.1 Egresos proyectados. El horizonte de evaluación del proyecto es de cinco (5) años, por lo cual es necesario realizar la proyección de egresos causados año a año.

Los costos fijos fueron proyectados para los años 2006, 2007, 2008, 2009 y 2010 con base al índice inflacionario esperado para el 2005 equivalente a 4,9%, desarrollado a través del método de los Mínimos Cuadrados.

Los costos variables fueron proyectados de acuerdo al volumen de producción anual y luego les fue aplicado el respectivo ajuste de inflación. Ver cuadro 7

Cuadro 74. Presupuesto de Egresos Projectados (en pesos)

PERIODO ANUAL	1	2	3	4	5
C. de producción	17.858.700	19.841.737	21.928.049	24.226.346	26.643.979
Materiales	9.870.000	11.078.082	12.349.194	13.751.493	15.226.722
Mano de obra directa	5.620.000	6.307.885	7.031.659	7.830.131	8.670.130
Materiales indirectos	747.000	783.603	822.000	862.278	904.529
Impuestos*	112.160	125.889	140.334	156.270	173.034
Arrendamiento	450.000	472.050	495.180	519.444	544.897
Servicios públicos	120.000	134.688	150.142	167.191	185.127
Depreciación	939.540	939.540	939.540	939.540	939.540
Gastos de admón.	15.352.057	16.470.274	17.667.230	18.973.785	20.372.064
Sueldos	9.267.057	10.178.757	11.159.007	12.236.981	13.395.401
Elementos de aseo	83.000	87.067	91.333	95.809	100.503
Mantenimiento	129.000	135.321	141.952	148.907	156.204
Útiles y elementos oficina	180.000	202.032	225.213	250.787	277.691
Comunicación satelital y fija	1.680.000	1.762.320	1.848.674	1.939.259	2.034.282
Arrendamiento	1.350.000	1.416.150	1.485.541	1.558.333	1.634.691
Seguros	43.000	45.107	47.317	49.636	52.068
Servicios públicos	480.000	503.520	528.192	554.074	581.224
Depreciación	860.000	860.000	860.000	860.000	860.000
Diferidos	1.280.000	1.280.000	1.280.000	1.280.000	1.280.000
Gastos de ventas	1.710.000	1.793.790	1.881.686	1.973.888	2.070.609
Publicidad y promoción	1.710.000	1.793.790	1.881.686	1.973.888	2.070.609
TOTAL EGRESOS	34.920.757	38.105.802	41.476.964	45.174.019	49.086.652

* El valor por concepto de impuesto de industria y comercio fue proyectado según el volumen de ventas al 3 x 1000.

5.3.2. Ingresos proyectados. La proyección de los ingresos esperados por la prestación de los servicios de ecoturismo durante los cinco años de vida del proyecto, fueron realizadas previendo un incremento anual de 4,9% (pronóstico inflacionario para 2005). Ver cuadro 7

Cuadro 75. Ingresos Proyectados (en pesos)

PERIODO ANUAL	Cálculo de ingresos		
	N. Paquetes	Valor unidad	Valor total
1	343	109.000	37.387.000
2	367	114.341	41.963.147
3	390	119.944	46.778.047
4	414	125.821	52.089.874
5	437	131.986	57.677.959

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO[Regresar](#)

El punto de equilibrio, es denominado también “Punto Muerto” donde se puede determinar el nivel de venta de servicios necesarios para que la empresa cubra sus costos.

La siguiente es la clasificación de los costos para un volumen de 1.717 servicios ó 343 paquetes turísticos anuales para el primer año del proyecto. Ver cuadro 76.

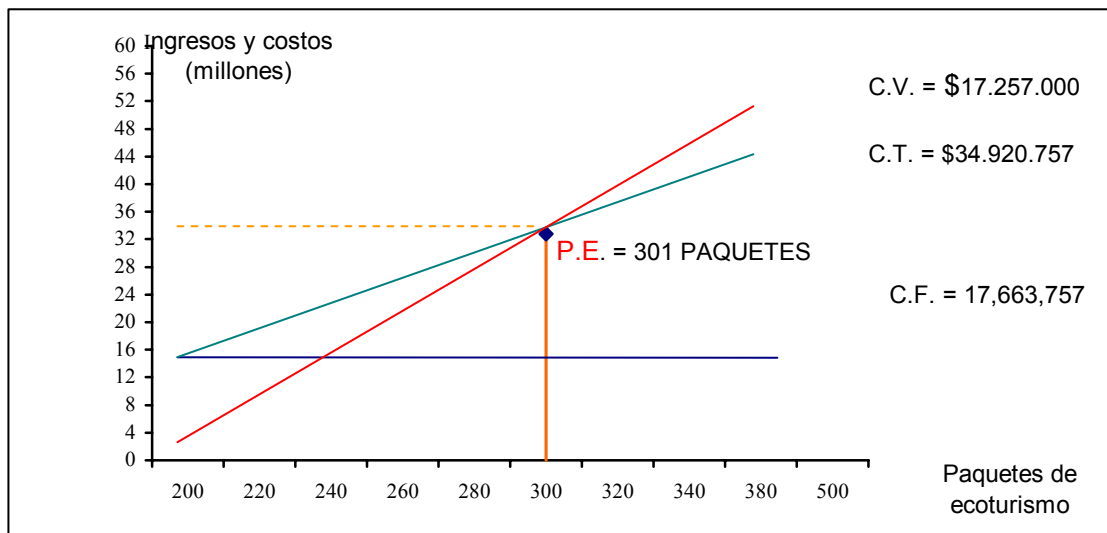
Cuadro 76. Parámetros para Determinar el Punto de Equilibrio

CONCEPTO	VALOR O CANTIDAD
Ingresos totales primer año	37.387.000
Paquetes de servicios atendidos	343
Precio de cada servicio (Ingresos / # paquetes)	109.000
Costos Fijos Totales (C.F.T.)	17.663.757
Costos Variables Totales (C.V.T.)	17.257.000
Costo variable unitario (C.V.T. / # paquetes T.)	50.311,95

$$Q = \frac{C.F.}{P - C_v} = \frac{17.663.757}{109.000 - 50.311,95} = 301 \text{ Paquetes turísticos}$$

En consecuencia, es necesario prestar 301 servicios de paquetes turísticos anuales para alcanzar el punto de equilibrio, es decir, obtener ingresos por servicios anuales equivalentes a \$ 32.809.000 (301 x \$109.000).

Gráfico 42. Punto de Equilibrio para el Primer Año



5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

[Regresar](#)

El Flujo Neto de Caja ofrece una idea clara de la inversión del proyecto y los valores que el proyecto retribuye a la empresa Jardín del Sol Ltda. en cada uno de los períodos. A continuación se procede a analizar los siguientes flujos previos:

- ✓ Presupuesto de inversiones y
- ✓ Flujo de producción

5.5.1 Presupuesto de Inversiones. El proyecto tendrá una vida útil de 5 años y se liquidará en el año siguiente.

La inversión en activos fijos y diferidos ya fue depreciada en su totalidad en la vigencia del proyecto; sin embargo, es factible liquidar los activos fijos al menos por un valor del 50% de su costo histórico sin inflación correspondiente a \$4.498.850. Así mismo, el capital de trabajo que está constituido por caja, bancos, inventarios y cuentas por cobrar se recupera en su totalidad, o sea \$5.306.870; Por lo tanto se cuenta con \$9.805.720 en efectivo al liquidar el proyecto. Ver tabla 16.

Tabla 16. Flujo de Inversiones (en pesos)

Período anual	0	1	2	3	4	5	Liquidación del proyecto
Inversiones							
Activos Fijos	-8.997.700	0	0	0	0	0	4.498.850
Diferidos	-6.400.000	0	0	0	0	0	0
Capital de Trabajo	-5.306.870	0	0	0	0	0	5.306.870
Flujo de Inversión	-20.704.570	0	0	0	0	0	9.805.720

Cuadro 77. Flujo de Operación de los Servicios (en pesos)

Período anual	1	2	3	4	5
Ingresos por venta de servicios	37.387.000	41.963.147	46.778.047	52.089.874	57.677.959
Egresos totales	34.920.757	38.105.802	41.476.964	45.174.019	49.086.652
Margen bruto antes de impuesto	2.466.243	3.857.345	5.301.082	6.915.854	8.591.307
Impuesto 38,5%	949.504	1.485.078	2.040.917	2.662.604	3.307.653
Utilidad después de impuestos	1.516.739	2.372.267	3.260.166	4.253.250	5.283.654

Reserva legal 10%	151.674	237.227	326.017	425.325	528.365
Utilidad por distribuir	1.365.066	2.135.041	2.934.149	3.827.925	4.755.289
Depreciación	1.799.540	1.799.540	1.799.540	1.799.540	1.799.540
Amortización de diferidos	1.280.000	1.280.000	1.280.000	1.280.000	1.280.000
Reserva legal	151.674	237.227	326.017	425.325	528.365
TOTAL	4.596.279	5.451.807	6.339.706	7.332.790	8.363.194

Tabla 17. Flujo Neto de Caja Proyectado (miles de pesos)

Período anual	0	1	2	3	4	5	V.S.*
Flujo de inversión	-20.704	0	0	0	0	0	9.805
Flujo de operación		4.596	5.451	6.339	7.332	8.363	0
Flujo Neto de caja	-20.514	4.596	5.451	6.339	7.332	8.363	9.805

* V.S. : Valor de Salvamento

5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

[Regresar](#)

En el estado de resultados se muestran los ingresos y gastos, así como las utilidades ó pérdidas resultantes de las operaciones realizadas durante el período de vida del proyecto, el cual se observa en el cuadro 78.

Cuadro 78. Estado de Resultados con Inflación y Producción Variada

Periodo	1	2	3	4	5
Programa de Serv.	343	367	390	414	437
+ Ingresos por venta de servicios	37.387.000	41.963.147	46.778.047	52.089.874	57.677.959
- Costos de operación	17.858.700	19.841.737	21.928.049	24.226.346	26.643.979
- Gastos de Admón.	15.352.057	16.470.274	17.667.230	18.973.785	20.372.064
- Gasto de ventas	1.710.000	1.793.790	1.881.686	1.973.888	2.070.609
Utilidad antes de I.	2.466.243	3.857.345	5.301.082	6.915.854	8.591.307
Impuesto 38,5%	949.504	1.485.078	2.040.917	2.662.604	3.307.653
Utilidad después de impuesto	1.516.739	2.372.267	3.260.166	4.253.250	5.283.654
- Reserva legal	151.674	237.227	326.017	425.325	528.365
UTILIDAD NETA	1.365.066	2.135.041	2.934.149	3.827.925	4.755.289

5.7 BALANCE GENERAL

[Regresar](#)

Para realizar el balance general a final del año uno (1), se debe determinar el presupuesto de caja y establecer las cuentas por cobrar y cuentas por pagar de la empresa Jardín del Sol Ltda. a 31 de diciembre de 2006.

A continuación se establece el presupuesto de caja para el período, teniendo en cuenta las cuentas probablemente cobradas y dejadas de cobrar, así como las cuentas pagadas y dejadas de pagar a diciembre de 2006.

5.7.1 Presupuesto de Caja: Año 2006

- ✓ De acuerdo con las características del mercado, los paquetes turísticos serán cancelados de estricto contado, por lo tanto, a final del período las cuentas por cobrar se encuentran en cero. Los servicios indirectos correspondientes a hotel

y restaurante, en los cuales la empresa devengará una comisión por cada turista, serán pagados de contado.

Ingresos de contado primer año: \$37.387.000

- ✓ Los costos operacionales del servicio y los gastos administrativos descontándole la depreciación y diferidos son los siguientes:

Costos de operación : $\$17.858.700 - \$ 939.540 = \$16.919.160$

Gastos administrativos: $\$15.352.057 - \$2.140.000 = \$13.212.057$

- ✓ El costo por concepto de impuesto de industria y comercio será descontado para contabilizarlo en cuentas por pagar

Costos de operación: $\$16.919.160 - \$ 112.160 = \$16.807.000$

- ✓ A los egresos por costos operativos y gastos administrativos, se descontará el valor por concepto de cesantías, intereses a las cesantías y vacaciones dejadas de pagar en el año 2006; así como los aportes a seguridad social y parafiscales del mes de diciembre de 2006, en razón a que no alcanzan a ser pagados en el mismo período. Ver cuadro 79.

Gastos administrativos: $\$ 13.212.057 - 1.104.862 = 12.107.195$

Cuadro 79. Cálculo de obligaciones laborales por pagar a final de 2006

<i>Obligaciones laborales</i>	<i>Área Administrativa</i>	<i>Área de operación</i>	<i>Total empresa</i>
<i>Valor sueldo básico /año por área:</i>	4.578.000	0	4.578.000
Prestaciones sociales año 2005: 21,83%	999.377	0	999.377
Seguridad social mes de	71.150	0	71.150

diciembre /05: 18,65%			
Aportes parafiscales mes de diciembre /05: 9%	34.335	0	34.335
Total	1.104.862	0	1.104.862

Cuadro 80. Presupuesto de Caja para el Primer Año

Concepto	Entradas	Salidas
Saldo inicial efectivo (capital de trabajo)	5.306.870	
Ingresos del servicio (efectivo)	37.387.000	
Total Ingresos	42.693.870	
Costos de operación		16.807.000
Gastos de administración		12.107.195
Gastos de ventas		1.710.000
Total Egresos		30.624.195
Presupuesto de caja para el balance	12.069.675	

El saldo de caja resultante se contabiliza como saldo en bancos en el Balance General para el primer año del proyecto.

5.7.2 Presupuesto de caja proyectado. Para construir el presupuesto de caja proyectado es necesario realizar primero las proyecciones por concepto de obligaciones laborales pendientes de pago a final de cada período, para lo cual les fue aplicado un ajuste de 4,9% como índice inflacionario promedio esperado para los siguientes años de vida del proyecto. Ver cuadro 81.

Cuadro 81. Proyección de Obligaciones Laborales por Pagar

Concepto	1	2	3	4	5
Área de operación	0	0	0	0	0
Área Administrativa	1.104.862	1.159.000	1.215.791	1.275.365	1.337.858
Total	1.104.862	1.159.000	1.215.791	1.275.365	1.337.858

Igualmente en las áreas de operación y administración del servicio, serán descontados los valores por concepto de depreciación y diferidos según corresponda. Ver cuadro 82.

Cuadro 82. Programa de Amortización de Depreciaciones y Diferidos

Concepto	1	2	3	4	5
Área operación	939.540	939.540	939.540	939.540	939.540
Área Administrativa	2.140.000	2.140.000	2.140.000	2.140.000	2.140.000

Cuadro 83. Flujo de Caja Proyectado

PERIODO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Saldo anterior		5.306.870	12.069.675	18.124.925	25.091.705	33.121.692
Por servicios		37.387.000	41.963.147	46.778.047	52.089.874	57.677.959
(-) cuentas por cobrar		0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS		42.693.870	54.032.822	64.902.971	77.181.578	90.799.651
EGRESOS						
Costos de operación		16.807.000	18.776.308	20.848.175	23.130.536	25.531.405
Gastos de Admón.		12.107.195	13.171.274	14.311.438	15.558.420	16.894.206
Gastos ventas		1.710.000	1.793.790	1.881.686	1.973.888	2.070.609
Pago Oblig. laboral			1.104.862	1.159.000	1.215.791	2.613.223
Pago de impuestos			1.061.664	1.610.967	2.181.251	6.299.561
TOTAL EGRESOS		30.624.195	35.907.898	39.811.267	44.059.887	53.409.004
INVERSIONES						
Equipo fijo	8.997.700					
Inversión diferida	6.400.000					
Capital de trabajo	5.306.870					
SALDOS PARA BALANCE	20.704.570	12.069.675	18.124.925	25.091.705	33.121.692	37.390.647

* En el quinto año del proyecto se paga el acumulado de las "Cuentas por Pagar" del cuarto y quinto año.

EMPRESA DE ECOTURISMO JARDIN DEL SOL LTDA.

BALANCE GENERAL

A 31 DIC. DE 2006

ACTIVOS

ACTIVO CORRIENTE

DISPONIBLE		12.069.675	
Bancos Nacionales	12.069.675		
Cuentas por cobrar	0		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE			12.069.675

ACTIVO NO CORRIENTE

PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		7.198.160	
Equipo de producción	4.697.700		
Depreciación	-939.540		
Equipo de oficina	1.280.000		
Depreciación	-256.000		
Equipo de computación	3.020.000		
Depreciación	-604.000		
DIFERIDOS	6.400.000	5.120.000	
Cargos Diferidos	-1.280.000		
TOTAL ACTIVO NO CTE.			12.318.160
TOTAL ACTIVOS			<u>24.387.835</u>

PASIVOS

PASIVO CORRIENTE

TASAS Y GRAVAMENES		1.061.663	
Impuesto de renta	949.503		
Impuesto de industria & Comercio	112.160		
OBLIGACIONES LABORALES		1.104.862	
Prestaciones sociales	999.377		
Seguridad social	71.150		
Aportes parafiscales	34.335		
TOTAL PASIVO CORRIENTE			2.166.525

PASIVO NO CORRIENTE

TOTAL PASIVO NO CORRIENTE			0
TOTAL PASIVO			<u>2.166.525</u>

PATRIMONIO

Capital	20.704.570		
Resultados del ejercicio	1.365.066		
Reserva legal	151.674		
TOTAL PATRIMONIO			<u>22.221.310</u>
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			<u>24.387.835</u>

Cuadro 84. Balance General Proyectado

PERIODO	1	2	3	4	5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Bancos nacionales	12.069.675	18.124.925	25.091.705	33.121.692	37.390.647
TOTAL ACTIVO CTE.	12.069.675	18.124.925	25.091.705	33.121.692	37.390.647
ACTIVO NO CORRIENTE					
Propiedad planta y equipo	7.198.160	5.398.620	3.599.080	1.799.540	0
Equipo de producción	4.697.700	4.697.700	4.697.700	4.697.700	4.697.700
Depreciación	-939.540	-1.879.080	-2.818.620	-3.758.160	-4.697.700
Equipo de oficina	1.280.000	1.280.000	1.280.000	1.280.000	1.280.000
Depreciación	-256.000	-512.000	-768.000	-1.024.000	-1.280.000
Equipo de computación	3.020.000	3.020.000	3.020.000	3.020.000	3.020.000
Depreciación	-604.000	-1.208.000	-1.812.000	-2.416.000	-3.020.000
DIFERIDOS	5.120.000	3.840.000	2.560.000	1.280.000	0
Cargos diferidos	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000
Amortización diferidos	-1.280.000	-2.560.000	-3.840.000	-5.120.000	-6.400.000
TOTAL ACTIVO NO CTE.	12.318.160	9.238.620	6.159.080	3.079.540	0
TOTAL ACTIVOS	24.387.835	27.363.545	31.250.785	36.201.232	37.390.647
PASIVOS					
PASIVO CORRIENTE					
Obligaciones laborales	1.104.862	1.159.000	1.215.791	1.275.365	0
Impuesto de Renta	949.504	1.485.078	2.040.917	2.662.604	0
Impuesto Industria & Cio.	112.160	125.889	140.334	156.270	0
TOTAL PASIVO CTE.	2.166.526	2.769.968	3.397.042	4.094.239	0
TOTAL PASIVO NO CTE.	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	2.166.526	2.769.968	3.397.042	4.094.239	0
PATRIMONIO					
Capital	20.704.570	20.704.570	20.704.570	20.704.570	20.704.570
Resultados del ejercicio	1.365.066	2.135.041	2.934.149	3.827.925	4.755.289
Ejercicios anteriores		1.365.066	3.500.106	6.434.255	10.262.181
Reserva legal acumulada	151.674	388.901	714.917	1.140.242	1.668.608
TOTAL PATRIMONIO	22.221.309	24.593.577	27.853.742	32.106.993	37.390.647
PASIVO Y PATRIMONIO	24.387.835	27.363.545	31.250.785	36.201.232	37.390.647

6. EVALUACION DEL PROYECTO

[Regresar](#)

En esta parte final del proyecto se desarrollarán los siguientes aspectos relativos al impacto social y beneficio económico que genera la empresa de ecoturismo Jardín del Sol Ltda. con la población involucrada.

- ✓ Impacto social
- ✓ Impacto ambiental y
- ✓ Evaluación financiera

6.1 IMPACTO SOCIAL

[Regresar](#)

6.1.1 Contexto local y regional. El proyecto a desarrollar en el municipio de Suaita busca aprovechar la belleza paisajística del municipio, así como sus atractivos de valor histórico y arquitectónico, bajo principios de desarrollo sostenible en armonía absoluta con la naturaleza.

La empresa de ecoturismo Jardín del Sol Ltda. busca en sus objetivos la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio y la admiración de los valores naturales y de los espacios culturales relacionados con ellos; por lo tanto, se garantiza un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales del municipio.

Así mismo, propenderá por el respeto al patrimonio cultural, educando y sensibilizando a los actores involucrados acerca de la importancia y beneficios

destinados al apoyo y fomento de la conservación de las áreas naturales en las que se realizan las actividades de ecoturismo y su área de influencia.

La Empresa Jardín del Sol Ltda. asume una posición responsable para realizar turismo ecológico en el municipio, basando su objeto social en el desarrollo sostenible y el respeto por los recursos naturales, ofreciendo programas de ecoturismo en armonía absoluta con el entorno y desarrollando cultura y conocimiento que favorezca su preservación y admiración.

Adicionalmente el proyecto promueve de forma implícita la integración y convivencia de la población involucrada, ofreciendo un servicio que beneficia directamente el desarrollo del municipio, el sector hotelero, de restaurantes y artesanal, entre otros. Aspecto que fortalece en parte la frágil economía local y los lazos de hermandad entre las familias oriundas del municipio que por diversos motivos dejaron su terruño para buscar nuevas posibilidades de progresos en Bogotá y Bucaramanga.

Así mismo, a través de sus actividades de ecoturismo la empresa pretende realizar un aporte importante a los problemas de recesión en la economía local, la cual ha estado dependiendo del sector agrícola y ganadero principalmente, sin que exista una filosofía empresarial que aproveche las potencialidades de los recursos físicos y humanos existentes en la región.

De igual manera, con la creación de la empresa de ecoturismo en el municipio de Suaita, se busca el reconocimiento del municipio en el entorno departamental y nacional, de tal forma que le permita ampliar su visión económica en actividades inherentes al turismo ecológico, favoreciendo el montaje de otras empresas ó negocios como artesanías, infraestructura hotelera, restaurantes, entre otros.

6.1.2 Generación de empleo. Al sector empresarial a nivel del municipio de Suaita le falta dinamismo, puesto que no alcanza a generar el empleo suficiente para incrementar los ingresos y el bienestar social de las familias, por lo cual algunos habitantes se ven obligados a trasladarse a otras ciudades con mayores posibilidades de progreso.

Por ello se hace necesario entrar a plantear proyectos que busquen direccionar a la población hacia los sectores en el cual la región puede tener alguna ventaja comparativa como es la actividad ecoturística , la cual puede contribuir a la generación de empleo.

Con la puesta en marcha de la empresa en el municipio de Suaita se contribuye a reducir el desempleo no solo por los puestos de trabajo que demanda la institución, sino por el empleo indirecto generado en actividades complementarias a las actividades ecoturísticas ofrecidas.

En consecuencia, la empresa generará un (1) puesto de trabajo de tiempo completo, seis (6) por prestación de servicios periódicos constituido por un contador, dos guías turísticos, dos auxiliares y un obrero de mantenimiento los lugares de interés turístico, y al menos diez indirectos. Ver tabla 18.

Tabla 18. Generación de Empleo Directo e Indirecto del Proyecto

Período anual	Nomina directa	Prestación de servicios	Empleos indirectos Serv. complementarios
1	1	6	10
2	1	6	10
3	1	6	10
4	1	6	11
5	1	6	11

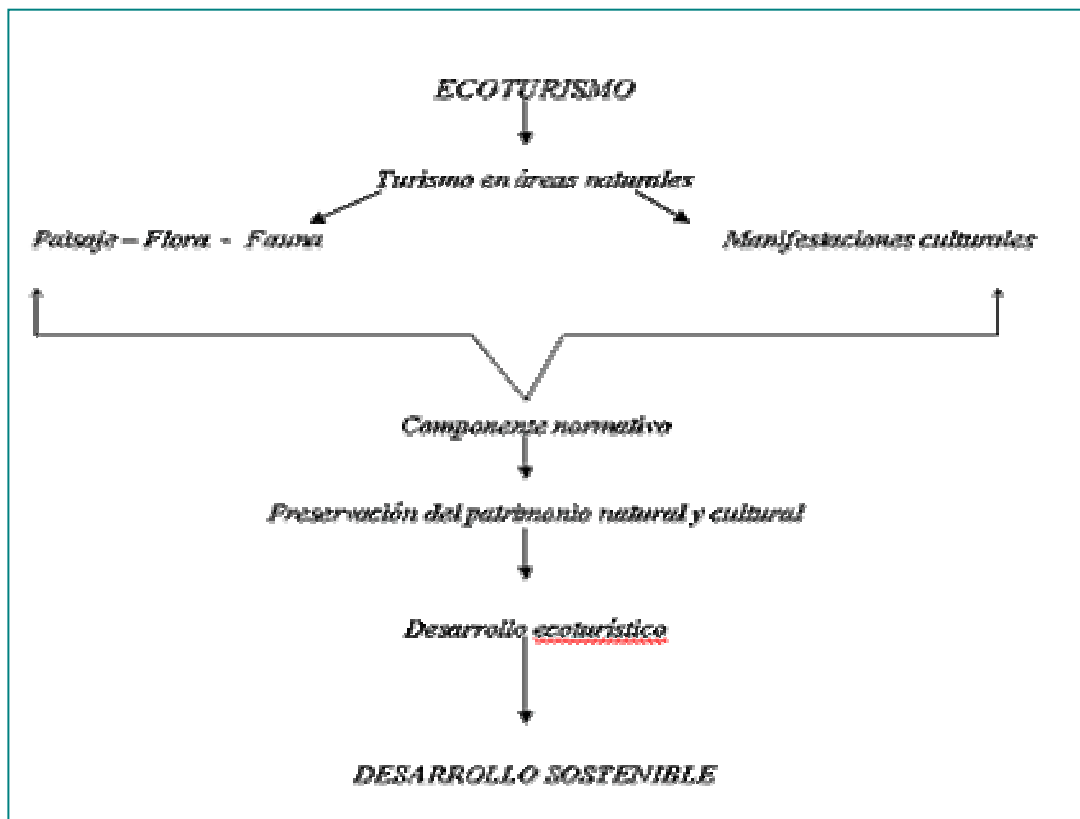
6.2 IMPACTO AMBIENTAL

[Regresar](#)

6.2.1 Estudio Legal. La Unión Mundial por la Naturaleza, define al ecoturismo como una modalidad turística ambientalmente responsable, que tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.

En este sentido, la empresa de ecoturismo Jardín del Sol Ltda. no tiene impedimentos legales de carácter ambiental para entrar a funcionar adecuadamente. El siguiente mapa conceptual sintetiza el concepto de ecoturismo.

Gráfico 43. Mapa Conceptual de Ecoturismo



Sin embargo, la contaminación por generación de residuos es el mayor desafío para el sector turístico en general.

La empresa del proyecto tiene como principal reto propiciar una cultura ambientalmente responsable desde una doble perspectiva de educación ambiental y el desarrollo de actividades de mitigación del impacto, que minimice su incidencia sobre el medio ambiente producido por la presencia de material indeseable, especialmente en relación con empaques y plásticos de comidas y bebidas.

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

❖ **Estrategias de mitigación:** La empresa consciente del aporte que debe hacer a nivel ambiental mediante el buen manejo de los desechos propios del servicio, llevará a cabo las siguientes estrategias:

- Al inicio de toda actividad hará énfasis en el respeto por los ecosistemas naturales, especialmente la contaminación con desechos.
- Colocar letreros educativos que persuadan al visitante a no botar desechos en el entorno natural.
- Disponer de canastas de bambú a lo largo del recorrido y sitios de interés ecoturístico.

- Incinerar periódicamente y de forma adecuada todo desecho no biodegradable
- Propiciar la utilización de insumos y envases que sean biodegradables dentro de las instalaciones de la empresa.

6.3 EVALUACION FINANCIERA

[Regresar](#)

En la evaluación financiera se aplicarán algunos parámetros que permitirán al inversionista la toma de decisión respecto a su viabilidad económica. Se analizarán los siguientes aspectos:

- ✓ Valor Presente Neto VPN
- ✓ Tasa interna de retorno TIR
- ✓ Período de recuperación y
- ✓ Análisis de razones financieras

6.3.1 Valor Presente Neto (V.P.N.). Para determinar el Valor Presente Neto de la inversión a continuación se muestran los valores obtenidos en el flujo neto de caja calculado previamente en la tabla 17.

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-20.704.570	4.596.279	5.451.807	6.339.706	7.332.790	8.363.194

El valor de salvamento, corresponde al 100% de la inversión en capital de trabajo (\$5.306.870), y el 50% del costo histórico de la inversión fija (\$4.498.850), es decir, una valor total de \$9.805.720.

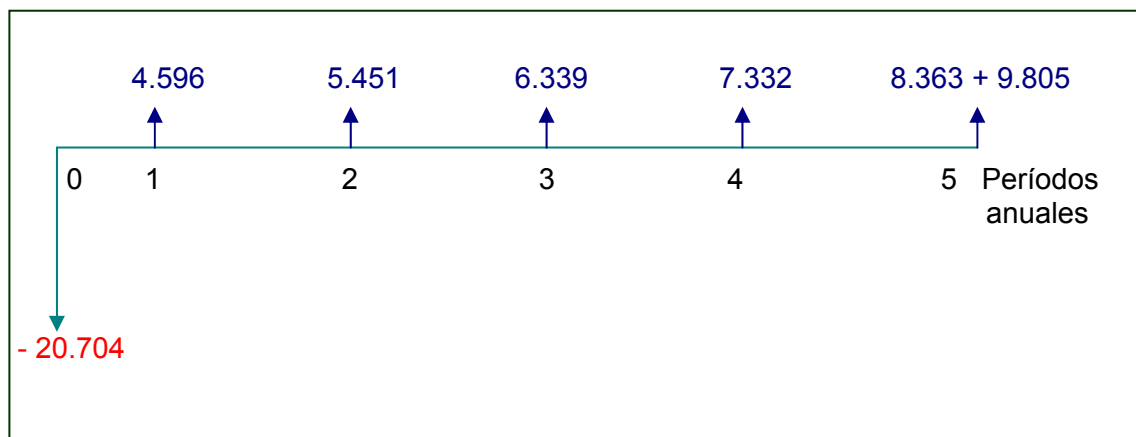
Es de aclarar que el valor de salvamento es sumado al flujo de caja determinado para el quinto año del proyecto, en razón a que al liquidarse el proyecto es posible obtener ingresos líquidos por la venta de los activos fijos y el capital de trabajo invertido inicialmente en el proyecto.

La tasa de descuento para determinar el Valor Presente Neto se calculó con base a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR). Ahora, teniendo en cuenta que el capital proviene de inversionistas privados, el interés de oportunidad corresponderá al pagado a nivel bancario por Certificados de Depósito a Término C.D.T con periodicidad anual (7% E.A.), más un porcentaje de premio al riesgo de 10%:

$$\text{TMAR} = 7\% \text{ tasa de captación bancaria} + 10\% \text{ premio al riesgo} + 0,07 \times 0,1$$
$$\text{TMAR} = 17,7\%.$$

A continuación se procede a construir el diagrama de flujo y calcular el valor presente neto a partir de los datos preestablecidos. Ver gráfico 44.

Gráfico 44. Diagrama de Flujo para la Evaluación Económica con Inflación y con Prestación Variada de Servicios (miles de pesos)



V.P.N. = \$2.888.428

El proyecto es viable ya que se obtiene una rentabilidad a hoy de \$2.888.428 con base a un interés de descuento equivalente a 17,7% anual.

Cabe aclarar que a pesar de no obtenerse una rentabilidad elevada, el proyecto debe considerarse viable ya que sin importar cuánto supere a cero ese valor, esto sólo implica una ganancia extra después de ganar la TMAR aplicada a lo largo del período considerado¹¹.

6.3.2 Tasa interna de retorno TIR con financiamiento. La TIR es aquella tasa de descuento que hace que el valor presente sea igual a 0. Esta evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período en la cual el total de los beneficios actualizados son iguales a los desembolsos en moneda actual.

Tasa Interna de Retorno TIR = 22,5%

Quiere decir que hay un rendimiento del 22,5% anual sobre la inversión, lo cual es positivo, teniendo en cuenta que el interés de oportunidad para los inversionistas es solo del 7% E.A., a través de Certificados de Depósito a Término C.D.T.

Por otra parte, la tasa de descuento aplicada también incluye un premio al riesgo por invertir en el proyecto calculado en 10%, por lo cual, en su conjunto la TIR supera las dos variables de la TMAR.

¹¹ BACA URBINA Gabriel. Evaluación de proyectos. 4 edición. México DF. 2000. p.214.

6.3.3 Período de recuperación. Es el período de tiempo en el cual se cubre el monto total de la inversión, mediante los flujos netos de efectivo calculados anualmente. Ver tabla 19.

Tabla 19. Período de Recuperación de la Inversión (miles de pesos)

Período	0	1	2	3	4	5
Inversión	-20.704					
Flujo de Caja		4.596	5.451	6.339	7.332	8.363*
Saldo		-16.108	-10.656	-4.316	3.016	11.379

* Flujo de caja al quinto año del proyecto sin incluir el valor de salvamento.

Teniendo en cuenta la inversión total del proyecto equivalente a \$20.704.570, se calculó su periodo de recuperación a mediados del cuarto año del proyecto, sin tener en cuenta el valor de salvamento que genera el proyecto en el momento de su liquidación.

En términos optimistas el valor de salvamento podría ser sumado al flujo de caja del quinto año, en razón a que se trata de un ingreso líquido para el proyecto en el momento de su liquidación, especialmente por el hecho de tratarse de capital de trabajo y activos fijos rematados por mitad de su valor histórico sin tener en cuenta el ajuste por inflación.

Por lo tanto, si no se tiene en cuenta la inversión en capital de trabajo (\$5.306.870), la cual está representada en caja, bancos y cuentas por cobrar, la inversión a cubrir del proyecto equivaldría a \$15.397.700; con lo cual, el periodo de recuperación de la inversión (fija y diferida) sería en el tercer año del proyecto.

6.3.4 Cálculo de razones financieras. El bloque de razones financieras que se analizarán en el estudio de factibilidad de la empresa de ecoturismo Jardín del Sol Ltda. son las siguientes:

- ✓ Razones de liquidez.
- ✓ Razones de endeudamiento.
- ✓ Razones de actividad
- ✓ Razones de rentabilidad

❖ Razones de Liquidez

- **Razón Corriente:**
$$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = \frac{12.069.675}{2.166.525} = 5,5$$

Por cada peso (\$1) que la empresa Jardín del Sol Ltda. debe en el corto plazo, posee \$5,5 pesos representados en sus activos corrientes para respaldar, lo cual es muy positivo.

- **Razón Ácida:** Corresponde el mismo resultado de la razón corriente, en razón a que la empresa de servicios no maneja inventarios representativos.

- **Razón de Capital de Trabajo** = Activo Corriente – Pasivo Corriente
Capital de trabajo = \$12.069.675 – \$2.166.525 = \$9.903.150

En el corto plazo la empresa puede disponer de \$9.903.150 para suplir sus necesidades de capital de trabajo.

❖ **Razones de Endeudamiento:**

▪ **Nivel de Endeudamiento:**
$$\frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Activo Total}} = \frac{2.166.525}{24.387.835} = 0,09$$

Por cada peso que la empresa tiene en activos, \$0,09 han sido financiados por los acreedores, representado en cuentas por pagar. Esto quiere decir que la nueva empresa tiene gran capacidad de endeudamiento en el caso de que necesite recurrir al crédito bancario.

▪ **Concentración del Endeudamiento en el Corto Plazo:**

$$= \frac{\text{Pasivo Corriente}}{\text{Pasivo Total}} = \frac{2.166.525}{2.166.525} = 1$$

La composición del pasivo total de la empresa ecoturística es de un 100% a corto plazo. Sin embargo, su valor es poco representativo y podrá ser cancelado sin inconvenientes teniendo en cuenta el excelente flujo de caja previsto.

▪ **Razón de Leverage Total** =
$$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}} = \frac{2.166.525}{22.221.310} = 0,10$$

Por cada peso (\$1) en el patrimonio de la empresa se tendrán deudas de \$0,10, lo cual es un índice que le permite a la empresa de ecoturismo tener la posibilidad de ser apalancada a nivel financiero.

❖ **Razones de Actividad:**

▪ **Rotación de Activos Operacionales** = $\frac{\text{Venta de servicios}}{\text{Activos operacionales brutos}}$
= $\frac{37.387.000}{8.997.700} = 4,2$

Activos operacionales brutos =	Cuentas por cobrar	0
	Activo fijo	8.997.700
	Total	8.997.700

Los activos operacionales rotarán 4,2 veces en 2006, o sea, por cada peso que se invierta en activos operacionales generará \$4,2 de ventas.

▪ **Rotación de Activos Totales** = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales Brutos}} = \frac{37.387.000}{28.419.875} = 1,3$

Los activos totales rotarían 1,3 veces en el año 2006; también se puede afirmar que cada peso invertido en activos totales, generará ventas de servicios por \$1,30 en 2006.

❖ **Razones de Rentabilidad:**

▪ **Margen de Operación** = $\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}} = \frac{2.466.243}{37.387.000} = 0,07$

Cada peso (\$1) vendido en el 2006 generará una utilidad operacional de \$0,07. Sin embargo, las ventas de servicios presentan un comportamiento positivo en la

medida de que existe mayor participación en el mercado, el cual pasa de 36,8% al 46,8% en el quinto año.

- **Margen Neto de Ganancias** = $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total Bruto}} = \frac{1.365.066}{28.419.875} = 0,05$

Cada peso (\$1) que se invierta en activos, generará \$0,05 de utilidad neta en el primer año del proyecto.

- **Rentabilidad con Relación al Capita:** = $\frac{\text{Utilidad Neta} \times 100}{\text{Patrimonio}}$

$$\text{Rentabilidad} = \frac{1.365.066}{22.221.310} \times 100\% = 6\%$$

Esto indica que los socios de la empresa Jardín del Sol Ltda., obtendrán un rendimiento del 6% sobre la inversión en capital en el primer año del proyecto.

CONCLUSIONES GENERALES DEL ESTUDIO

[Regresar](#)

A nivel del área de estudio correspondiente al municipio de Suaita existe una demanda insatisfecha representativa y creciente del servicio de turismo ecológico equivalente al 100% para los diversos servicios en las cuales se desarrollará la nueva empresa.

El mercado objetivo tiene gran interés en la actividad ecoturística (95% de familias), de los cuales el 91% están dispuestos a contratar dichos servicios a nivel del municipio de Suaita. Así mismo, el 28% de empresas de ecoturismo a nivel de Bogotá y Bucaramanga promocionan sus servicios para las provincias Comunera y Guantánamo, la cual incluye el municipio de Suaita.

El desarrollo y éxito de la empresa de ecoturismo dependerá igualmente de la implementación efectiva del programa publicitario y promocional, que permita dar a conocer los servicios a nivel de las familias residentes en las colonias de Bogotá y Bucaramanga, así como las empresas de ecoturismo situadas en estas dos ciudades.

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

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

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

La evaluación financiera demostró que la empresa presenta atractivo desde el primer año de funcionamiento según el estado de pérdidas y ganancias, y su comportamiento es creciente en los cinco años del proyecto. El Valor Presente Neto resultó positivo con \$2.888.428 y la Tasa incremental de la inversión de 22,5%, superando en 4,8% la TMAR exigida por los inversionistas; así mismo, las razones financieras resultaron favorables especialmente respecto a las razones de liquidez, actividad y endeudamiento.

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

Por todo lo anterior expuesto se recomienda llevar a cabo la instalación y puesta en marcha de la empresa de ecoturismo en el municipio de Suaita Santander.

RECOMENDACIONES

[Regresar](#)


El éxito del proyecto depende en gran medida de la gestión administrativa para realizar mercadeo y asegurar el cumplimiento del pronóstico de prestación de servicios a lo largo de los cinco años del proyecto, por lo tanto se recomienda el nombramiento de un gerente visionario con buena capacidad de liderazgo y con mucho sentido de pertenencia por la empresa.


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


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


BIBLIOGRAFÍA


[Regresar](#)


-  BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos 4ª edición. Mc. Graw Hill, México D.F., 2001.


-  BIBLIOTECA DE CONSULTA. Microsoft Encarta 2004.


-  GOMEZ RUEDA, Alfredo. Gestión del Talento Humano. 2ª edición Bucaramanga: INSED UIS. 1999.


-  MENDEZ A, Carlos E. Guía para Elaborar Diseños de Investigación Segunda Edición. Bogotá, 1995.


-  MIRANDA M, Juan José. Gestión de proyectos 4ª edición. MM editores. Bogotá, 2002.


-  PABON, Gonzalo. Diccionario Enciclopédico Grijalbo, Barcelona 1995.

-  PLAN DE DESARROLLO MUNICIPIO DE SUAITA 2003 – 2007.

 PRADILLA ARDILA, Humberto. Investigación de Mercados. Bucaramanga, 1994


 ----- Ventas y Publicidad. Bucaramanga: INSED UIS. 1992.

 ----- Administración Financiera I. Bucaramanga: IREDI UIS. 1986.

 VARGAS MANTILLA, Jorge Enrique. Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión, FEDI/UIS Bucaramanga, 1987.


EGRAFÍA

[Regresar](#)

 www.anato.com.co

 www.cotelco.com.co

 www.dane.gov.co

 www.minambiente.gov.co

 www.mincomercio.gov.co

 www.parquesnacionales.gov.co

 www.turismocolombia.com.co

ANEXOS

[Regresar](#)

ANEXO A

ENCUESTA DIRIGIDA A INTEGRANTES DE LAS COLONIAS DE SUAITA, RESIDENTES EN BOGOTÁ Y BUCARAMANGA.

Los estudiantes de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander, solicitan su valiosa colaboración para responder una encuesta de mercado para la creación de una Empresa de Turismo en el municipio de Suaita.

Edad _____ Ocupación _____ Lugar de residencia _____ Nivel educativo _____

1. Le llama la atención el turismo ecológico?

Si _____ No _____

2. Ha visitado el municipio de Suaita alguna vez?

Si _____ (pase a la pregunta 4) No _____

3. Le gustaría conocer el Municipio de Suaita y obtener servicios turísticos cuando la visite?

Si _____ No _____ Fin de la encuesta – Gracias.

4. En que épocas del año viaja(ría) a Suaita?

a) Fin de Año _____ b) Semana santa _____

c) Vacaciones mitad año _____ d) Puentes festivos _____

5. Además de usted, con cuántas personas en promedio viaja a Suaita? _____

6. De los siguientes servicios turísticos cuales estaría dispuesto a adquirir?

- a) Expediciones a Sitios Interés arqueológico y/o natural _____
- b) Caminatas ecológicas _____
- c) Cabalgatas de integración _____
- d) Visitas a Fincas productivas _____
- e) Deportes Extremos (rappel – torrentismo) _____ f) Otros _____

7. Cuanto estaría dispuesto a invertir por persona, por cada actividad?

- a) Expediciones a sitios Interés arqueológico y/o natural _____
- b) Caminatas ecológicas _____
- c) Cabalgatas de integración _____
- d) Visitas a fincas productivas _____
- e) Deportes Extremos (Rappel-Torrentismo) _____

8. Participaría en ellas todo su grupo acompañante?

SI _____ NO _____

9. Si respondió NO, con cuántas personas en promedio _____

10. Que servicios complementarios requeriría en su visita?

Hotel _____ Restaurante _____ Transporte _____

11. Qué fuentes de información utiliza cuando busca servicios turísticos?

- a) Folletos _____ b) Internet _____ c) Agencias _____
- d) Consulta a amigos _____ e) Otros _____

12. Señale los aspectos que ha observado al hacer uso de los servicios turísticos

Agradables: a) Buena Atención _____ b) Contacto con la Naturaleza _____
c) Seguridad _____ d) Enriquecimiento Cultural _____

Desagradables: a) Desorganización _____ b) Altos Costos _____
c) Incumplimiento _____ d) Inseguridad _____

ANEXO B

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS EMPRESAS DE TURISMO ECOLÓGICO UBICADAS EN LAS CIUDADES DE BUCARAMANGA Y BOGOTÁ.

Somos estudiantes de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander, solicitamos su valiosa colaboración, para responder una encuesta, con el fin de establecer la factibilidad de mercado para la creación de una Empresa de Turismo en Suaita.

1. Conoce el Municipio de Suaita y sus atractivos Turísticos?

SI _____ NO _____

2. Le gustaría conocer los atractivos turísticos y/o el portafolio de Servicios que ofrecería una empresa de la Región Comunera?

SI _____ NO _____ (Fin de la encuesta)

3. En que épocas del año, comercializaría servicios de turismo ecológico?

a) Fin de Año _____ b) Semana Santa _____

c) Vacaciones Mitad Año _____ d) Puentes Festivos _____

4. Que servicios le gustaría adquirir para comercializar?

a) Expediciones a sitios Interés arqueológico y/o natural _____

b) Caminatas ecológicas _____

c) Cabalgatas de integración _____

d) Visitas a fincas productivas _____

e) Deportes extremos (rappel – torrentismo) _____ f) Otros _____

5. Cuántos servicios en promedio adquiriría por mes?

- a) Expediciones a sitios interés arqueológico y/o natural _____
- b) Caminatas de ecológicas _____
- c) Cabalgatas de integración _____
- d) Visitas a fincas productivas _____
- e) Deportes extremos (Rappel – Torrentismo) _____ f) Otros _____

6. Que servicios adicionales requeriría?

- a) Hotel _____ b) Restaurante _____ c) Transporte _____

7. Cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio, por paquete de tres días-dos noches por persona (servicio de recreación, hotel y restaurante)?

- a) DE \$200.000 A \$250.000 _____
- b) DE \$250.000 a \$300.000 _____
- c) DE \$300.000 A \$350.000 _____

8. Ha adquirido servicios de turismo para Suaita y sus alrededores?

Si _____ No _____

9. Que requisitos exige para adquirir servicios de turismo ecológico?

- a) Portafolio _____ b) Constitución legal _____
- c) Seguridad _____ d) Precios cómodos _____

10. Que problemas han tenido con proveedores con los que haya contratado servicios de turismo?

- a) Incumplimiento _____
- b) Mal Servicio _____
- c) Ninguno _____

Agradecemos su atención.

ANEXO C

ENCUESTA DIRIGIDA E EMPRESAS QUE OFRECEN SERVICIO DE TURISMO ECOLOGICO EN LAS PROVINCIAS GUANENTINA Y COMUNERA

Los estudiantes de Noveno Nivel de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander, solicitando su colaboración para suministrar información acerca de la Empresa de Turismo que Usted representa, para realizar un estudio de mercado turístico de la región Comunera.

Nombre _____ Ubicación _____

1. Marque los servicios turísticos que ofrece su Empresa:

- a) Expedición a sitios de interés arqueológico y/o natural _____
- b) Caminatas ecológicas _____
- c) Cabalgatas de integración _____
- d) Visitas a fincas productivas _____
- e) Deportes Extremos (Rappel - Torrentismo) _____
- f) Otros _____

2. Cuantos servicios en promedio vende mensualmente:

- a) Expedición a sitios de interés arqueológico y/o natural _____
- b) Caminatas ecológicas _____
- c) Cabalgatas de integración _____
- d) Visitas a fincas productivas _____
- e) Deportes extremos (Papel – Torrentismo) _____
- f) Otros _____

3. Cual es el precio promedio de servicio por persona?

- a) Expedición a sitios de interés arqueológico y/o natural _____
b) Caminatas ecológicas _____
c) Cabalgatas de integración _____
d) Visitas a fincas productivas _____
e) Deportes Extremos (Rappel – torrentismo) _____ f) Otros _____

4. Que servicios complementarios ofrece su empresa

- a) Hotel _____ b) Restaurante _____ c) Transporte _____

5. Cuáles son las épocas del año de mayor actividad turística:

- a) Fin de año _____ b) Semana santa _____
c) Vacaciones mitad de Año _____ d) Puentes festivos _____

6. De las siguientes formas de promoción, cuales prefiere utilizar:

- a) Internet _____ b) Folletos _____ c) Radio _____
d) Revistas _____ e) Prensa _____

7. De los siguientes, cuales representan sus grupos potenciales de acuerdo a la temporada:

Temporada Alta:

- a) Estudiantes _____ b) Grupos familiares _____ c) Empresas _____

Temporada Baja:

- a) Estudiantes _____ b) Grupos familiares _____ c) Empresas _____

Agradecemos su gentileza.

ANEXO D

COLONIA SUAITANA RESIDENTE EN BUCARMANGA		Pág. 1 de 4
N.	NOMBRE	TELEFONO
1	Acuña Nancy	6300485
2	Acuña Guillermo	6780026
3	Aguilera Zamudio Gerardo	6433592
4	Almeida Pedro	6752148
5	Alava Egas Luis Gonzalo	6501382
6	Alvarez Luis Alberto	6474462
7	Alvarez Javier	6597622
8	Amado Monroy Alcira	6349858
9	Amado Torres Diego Fernando	6389613
10	Angel Carlos	6388825
11	Angel Vilma	6360375
12	Angel María	6350102
13	Aponte Garzón Blanca	6572360
14	Aranda Herrera Patricia-Facultad Contad	6800801
15	Ariza Balaguera Leonel Humberto	6301966
16	Ariza Cubides Uriel	6364257
17	Ariza Días Héctor	6364257
18	Ariza Nelly	6388373
19	Ballesteros Jaime	6384522
20	Ballesteros Helí	6476119
21	Barrera García Margarita	6471587
22	Barrera García Dulcelina	6453829
23	Barrera Juan de Dios	6318558
24	Beltrán Elvia	6430382
25	Barrera Omaira	6710861
26	Bonilla Sanabria Domingo	6386548
27	Bonilla Sanabria Candelaria	6336158
28	Buitrago E. José Yesid	6385871
29	Cabrera Alex (Socorro)	7273577
30	Cabrera Sibel	6487812
31	Calvo Hecheverria Hernán	6574478
32	Calderón Amparo	6323733
33	Campos Armando	6343687
34	Campos Peña Hilda	6516136
35	Castellanos José	6483608
36	Castro Hedí	6432494
37	Céspedes Lucas	6481155
38	Cifuentes Leonardo	6434015
39	Cortés Yeison	6533039

		Pág. 2 de 4
40	Cruz Álvarez Luz Elvira	6570772
41	Chacón Aponte Carlos	6349335
42	Díaz Plasta □ Gabriel	6387594
43	Díaz Jairo	6427792
44	Díaz Libardo	6377832
45	Díaz María Luisa	6482499
46	Díaz Aminta	6383012
47	Díaz Guillermo	6480787
48	Díaz Victoriano	6551782
49	Durán Mosquera Gilberto	6370538
50	Durán Isabel	6361064
51	Durán Lola	6431395
52	Durán Mosquera Alfonso	3158519842
53	Durán Gilma	6574477
54	Echeverría Hermes	6850051
55	Echeverría Lolly	8520140
56	Echeverría de Calvo Rosalba	6456673
57	Echeverría Julieta	6452583
58	Echeverría Jaime- Leonor Rodríguez	6383959
59	Echeverría Jairo	6598171
60	Espítia Germán	6335033
61	Fonseca Juvenal	6528200
62	Gálvez Rita	6329807
63	Gámez Gilma	6469455
64	Gámez Mariela	6386625
65	Garcés Eduardo- Zúñiga Orfelina	6420272
66	García Fabio	6319976
67	Garzón Serrano Álvaro	6337994
68	Garzón Rito Eduardo	6571410
69	Jiménez Gil Humberto	6318933
70	Jiménez Hugo	6364885
71	Gómez Eduardo	6345119
72	Gómez Orlando	6434759
73	González Flórez Esther	6473351
74	González Flórez Joaquín	6472183
75	González Pérez Aldemar	6425536
76	Gonzáles Orlando	6314337
77	Gonzáles de Castillo Edilia	6389438
78	Guarín Nelly	6798707
79	Guiza Elvia	6448575
80	Guiza Luis Hernán	6473703
81	Guiza Chucho	6300930
82	Herrera Yovanny	6400203
83	Suarez Jairo E. Plasta-ltda	6454908

		Pág. 3 de 4
84	Luengas Velandia César	6453390
85	Mateus Mosquera Gladis	6312689
86	Mateus Mosquera Oswaldo	6452715
87	Mayorga Pinto Alfonso	6360112
88	Mayorga Pinto Carmenza	6360112
89	Mosquera de Durán Lola	6571013
90	Mosquera de Mateus Mariela	6781814
91	Mosquera Orlando	6841298
92	Mosquera Rocío	6396918
93	Niño Julio Cesar	6494446
94	Niño Gustavo	6352304
95	Niño Vilma	6457054
96	Niño Hernán	6472037
97	Niño Israel	6386164
98	Ocazones Jesús Enrique	6346110
99	Ocazones Jiménez Alfonso	6430634
100	Ocazones Jiménez Isabel	6459680
101	Ocazones Jiménez Raquel	6711565
102	Ortíz Javier	6459188
103	Pardo Arciniegas Elías	6368761
104	Pardo Arciniegas Efraín	6443735
105	Patarroyo Luís Fernando	6340070
106	Peñuela Beriz	6430871
107	Peñuela Elvira	6459891
108	Pérez de Dominguez Bertilda	6360732
109	Pérez Silva Gerardo	6371885
110	Pinzón Arquímedes	6359726
111	Pinzón Fabiola	6457567
112	Pinzón Marcela	6316440
113	Plata de Rubiano Katty	6382220
114	Plata Rueda Andrés	6425613
115	Porras Celis Gloria Esperanza	6700503
116	Porras Russi Aida Celia	6363761
117	Porras Mario	6369032
118	Peñaloza Fidel	6771278
119	Peñaloza Hernando	6466518
120	Quiroga Luís	6333137
121	Reyes Joselín	6798935
122	Reyes Fabio	6798935
123	Reyes Libardo	6380169
124	Reyes Porras Milton	6346705
125	Riaño Silvestre	6361880
126	Riveros Fanny - Rubén Galvis	6476689
127	Rodríguez Barrera Jesús Alberto	6350112

		Pág. 4 de 4
128	Rodríguez Barrera Beatriz	6571013
129	Rodríguez Pérez Lucy	6303526
130	Rueda Riveros Alvaro	6444716
131	Saavedra Alex	6372018
132	Saavedra Álvaro	6370538
133	Saavedra Luz Marina	6381035
134	Saavedra Nidya	6448694
135	Sáenz Claudia	6799618
136	Sáenz Mosquera René	6421305
137	Sáenz Vicente	6490716
138	Santamaría Raúl	6420671
139	Santamaría Jaime	6468060
140	Silva Luz	6303354
141	Simijaca Carmen Cecilia	6452715
142	Simijaca Julio	6952148
143	Suarez Elver- Olival	6386034
144	Suárez Jorge – Hernando	6393222
145	Téllez Humberto	6494089
146	Tobar Ramón	6363633
147	Toledo Carreño Genito	6826312
148	Toledo Carreño Jaime	6361327
149	Traslaviña Rangel Inés	6385628
150	Traslaviña Rangel Jairo	6333590
151	Valero Rafael	6813346
152	Valero Aurelio	6254137
153	Vargas Mosquera Blanca	6303416
154	Vargas Henry - Henry Taxis	6524066
155	Vargas Frisar	6014035
156	Vargas Bernardo	6147823
157	Vera Edulfo	6719142
158	Villanueva Alvaro	6515788
159	Wandurraga Rodriguez Ovidio	6366602
160	Wandurraga Diego	6314845
161	Wandurraga Martha	6366585
162	Wandurraga Nancy- David Chacón	6516453
163	Wandurraga Yaneth	6330855
164	Zambrano Jiménez Gerardo	6284713

ANEXO E

COLONIA SUAITANA RESIDENTE EN BOGOTA D.C.		
N.	NOMBRE	TELEFONO
1	Aguilera Myriam	2952253
2	Amado Alfonso	2352789
3	Ángel Sara María	6699892
4	Acuña Ginna Lorena	3108144287
5	Acuña Jorge	2571957
6	Álvarez Jorge	Cra. 53 A N. 142 A -70 Int. 3 Apto. 402
7	Álvarez Alfredo	6181541
8	Angarita Rodríguez Margarita	2570605
9	Aponte Consuelo	3005628532
10	Barrera Nelly	3472055
11	Barrera Myriam	6855048
12	Cruz Amelia	3005616531
13	Chacón Alberto	6128426
14	Chávez Celis Jaime	3108583647
15	Chávez Celis Leonor	3105746696
16	Chacón Hugo	4307738
17	Echeverría Cecilia	2405276
18	Gómez María Antonia	2139791
19	Gómez Jorge	2219929
20	Jiménez Barrera Homero	2366372
21	Latorre Alejandro	3108149120
22	Luengas Sivilina	6160983
23	Niño Roselia	6176058
24	Matallana Germán	2130937
25	Mateus Leonor	2697594
26	Mateus Mery	2165635
27	Mora José	2713702
28	Ortiz Javier Alberto	3158159731
29	Pinzón Dolly	6698261
30	Pinzón Germán	6178366
31	Rodríguez Niño Maribel	3500253 3154509
32	Rodríguez Barrera Elsa	2699629
33	Rodríguez Luís Fernando	2169695
34	Pinzón Stella	2369714
35	Zapata Porras José	6772235
36	Zapata Porras Marina	3112354

ANEXO F

EMPRESAS DE TURISMO DE BOGOTA		Pág. 1 de 5
N.	NOMBRE	TELEFONO
1	ABACENTRO ABC ADRENALINA RECREACION Y CABALGATAS	4106656
2	ABC ARROBAN	2267134
3	ABC AREOBANS TRANSCOLTUR LTDA.	6723639
4	ABC AREOBANS TRANSTURCOL LTDA.	6696707
5	AEROBAN LIDERTUR S.A.	6300619
6	AEROBUSES ESPECIALES TOUR STAR	4153687
7	AEROBUSES LINEAS ESCOTUR LTDA.	3145651
8	AEROBUSES VIAJES ESPECIALES S.A.	7203825
9	AEROBUSES TESCOTUR LTDA.	3294610
10	AERO CLASS	2755975
11	AERODORADO TOURS LTDA.	2737473
12	AERO EXCURSIONES EVENTOS Y TURISMO ECOTURISMO	6302569
13	AEROAPOYO LTDA.	2169514
14	AERO VACACIONES LTDA.	6359415
15	AGENCIA ALPES TOURS	6021177
16	AGENCIA DANELOTOURLS RECREACION	4302280
17	AGENCIA DE VIAJES AEROTRAVEL	6298257
18	AGENCIA DE VIAJES AIRES DE COLOMBIA LTDA	3145600
19	AGENCIA DE VIAJES ANDES TOURS LTDA.	3462255
20	AGENCIA DE VIAJES ANDINA TOUR LTDA.	6182216
21	AGENCIA DE VIAJES ASEVIJES	6108185
22	AGENCIA DE VIAJES ASTROTURS LTDA.	6296355
23	AGENCIA DE VIAJES COLVINA LTDA.	2635286
24	AGENCIA DE VIAJES CONVETUR	4009630
25	AGENCIA DE VIAJES COUNTRY	2188640
26	AGENCIA DE VIAJES CHICO TOURS	6106610
27	AGENCIA DE VIAJES EKLIPSE	2592983
28	AGENCIA DE VIAJES EL PASAJERO	6106504
29	AGENCIA DE VIAJES EXPOTURISMO LTDA.	2267115
30	AGENCIA DE VIAJES LEYTOURLS	3108612
31	AGENCIA DE VIAJES MARLY	3100757
32	AGENCIA DE VIAJES METROPOLITAN TOURS	6115009
33	AGENCIA DE VIAJES MIVIAJE	3360236
34	AGENCIA DE VIAJES MORA TOUR	2486960
35	AGNCIA DE VIAJES NIKO TRAVEL LTDA.	6279941
36	AGENCIA DE VIAJES NOVATOURLS LTDA.	2861355

		Pág. 2 de 5
37	AGENCIA DE VIAJES PANTUR LTDA.	6700243
38	AGENCIA DE VIAJES PERTOURS	2491528
39	AGENCIA DE VIAJES REPRETUR LTDA.	2837506
40	AGENCIA DE VIAJES RIVERTUR LTDA.	6226862
41	AGENCIA DE VIAJES SAN DIEGO LTDA.	2861633
42	AGENCIA DE VIAJES SANTA BARBARA TOURS	6202444
43	AGENCIA DE VIAJES SIEMPRE COLOMBIA	2578055
44	AGENCIA DE VIAJES SOL Y MAR LTDA.	2114719
45	AGENCIA DE VIAJES TERRATUR	2494219
46	AGENCIA DE VIAJES TIQUETUR LTDA.	2552528
47	AGENCIA DE VIAJES TÚ TOUR	2471642
48	AGENCIA DE VIAJES TURISMO FASCINANTE	4813030
49	AGENCIA DE VIAJES TURISMO JOTACE LTDA	6364251
50	AGENCIA DE VIAJES LINEA Ltda..	2328911
51	AGUILATOUS LTDA.	2825563
52	ALEJANDRÍA VIAJES Y TURISMO	6087502
53	AMVITUR REPRESENTACIONES TURISTICAS	2863839
54	ANDARES DE COLOMBIA	6263888
55	ANDARINES DEL SENDERISMO	5334097
56	ANDARRIOS MONTAÑISMO Y EDUCACION AMBIENTAL	6218796
57	BERLINASTUR S.A.	4243061
58	CABALGATA SEGURA	6320324
59	CAMINAR COLOMBIA	3666419
60	CAMINATA DEL RETORNO	2855232
61	CAMINATA POR COLOMBIA	2867487
62	CAMINATAS VIAJES Y TURISMO	6110534
63	CARABELL TOUR LTDA.	2812881
64	CASA DEL TURISMO DE BOGOTA	6222099
65	CENTRO VACACIONAL SIEMPRE VERDE	6007408
66	CLUB DE VACACIONES VIAJES Y TURISMO	2574140
67	C.M. TROPINCAN REPRESENTACIONES	2818710
68	COLOMBIA TOURIST LTDA.	6442820
69	CONTINENTAL DE VIAJES	2574060
70	COOVATUR LTDA.	2988761
71	CORPORACION CLORITILA URBANA	2358663
72	CIRPORACION ECOPLANETA TIERRA	3497766
73	DETOUR LTDA.	2452062
74	OCOSOL LTDA.	2714013
75	ECOVIAJES LTDA.	7608898
76	EL ALMIRANTES VIAJES Y TURISMO	3601514
77	EMTURENAINT TURISMO Y RECREACIÓN	2092102

		Pág. 3 de 5
78	EXCURSIONES Y ECOTURISMO VIOLETA CLUB	4036664
79	EXPRESO VIAJES & TURISMO	5934949
80	FESTIVAL TOURS LTDA.	2880031
81	FITUR LTDA VIAJES Y TURISMO	4109534
82	GALATUR VIAJES Y TURISMO LTDA.	6121819
83	GEA EXPEDICIONES	6693752
84	GEOTUR DE COLOMBIA	2711177
85	GIRATUR LTDA.	6113066
86	GLOBAL TOURS LTDA.	2556713
87	GRANJA ECOLOGICA ACUAMONTE	8608440
88	IDEAL TOUR VIAJES Y TURISMO	6193462
89	INTERANDINA DE VIAJES	2328587
90	I T REPRESENTACIONES TURISTICAS	6213630
91	JTR REPRESENTACIONES TURISTICAS LTDA	5430007
92	KAJUYALI CAMPO DE VERANO	4812244
93	KBALGAR LUIS FERNANDO BUILES	8608169
94	LA GRAN ANDINA LTDA.	2525161
95	LAKSMI VIAJES Y TURISMO Ltda..	2103658
96	LASSER VIAJES Y TURISMO Ltda..	4104677
97	LIBERTY TRAVEL	3472202
98	LIDER TIURS BOGOTA LTDA.	2572359
99	LINCOLTUR S.A.	3608113
100	LUBEL REPRESENTACIONES LTDA.	6234166
101	LUDI REPRESENTACIONES TURISTICAS EU	2485538
102	LUTRANS LTDA.	4370462
103	MARRERO VIAJES Y TURISMO LTDA	5715132
104	MATCH POINT DE COLOMBIA	6609230
105	MAYATU S.A.	3822120
106	MAYORISTA DE TURISMO ALFREDO REINA B	2154808
107	MERCURIO VIAJES Y TURISMO	3145030
108	MUISCA TOURS LTDA.	2574814
109	MULTIVIAJE LTDA.	2570100
110	MINDIAL DE VIAJES S.A.	2170911
111	NASA TUR LTDA.	2571285
112	NAYITUR LTDA.	2186255
113	OFICINA DE SUEÑOS TURISMO CULTURAL	4810235
114	OK TOURS LTDA.	3423690
115	OMNI TOURS	2123979
116	OPERAMA LTDA.	2561980
117	ORBIS TRADER LTDA.	2819105
118	P & A TRAVEL SERVICE Ltda.	6210750

		Pág. 4 de 5
	PANTURISMO	6069779
120	PASEOS POR COLOMBIA	3107927
121	PASEOS Y EVENTOS EMPRESARIALES CAMPESTRES	2555877
122	PETRABAX	6353762
123	PLANETA VIAJES Y TURISMO S.A.	6097300
124	PRIMAVERA CAMPING TOURS	2269780
125	PROMOTORA NEPTUNO	5205620
126	PRO RECREO LTDA.	6088574
127	PROSOCULTUR EU	7695625
128	R. C. I. COLOMBIA INC	6214939
129	RAD MAYORISTA	2130568
130	RECRETUR GRANCOLOMBIA LTDA.	6064010
131	REPRESENTACIONES CALDI LTDA.	5734366
132	REPRESENTACIONES TURISTICAS RV	3475605
133	RESTAR	3619666
134	REVEL LTDA.	3457608
135	RIOS DE AVENTURA	6088031
136	ROYAL VACATION DE COLOMBIA S.A.	6234330
137	SAN JOSE TOURS	2379389
138	SANCHEZ RODRIGUEZ GUILLERMO	2821596
139	SATENA RESTREPO	3735753
140	SERPROTUR S.A.	2726214
141	SERTEL LTDA.	5302230
142	SERVI ASETUR LTDA.	6697985
143	SERVICOLTUR LTDA.	4341940
144	SIEMPREVERDE	2179179
145	SOL Y BRISA LTDA.	6214128
146	SUPERVIAJES	3452775
147	SUPERDESTINO LTDA.	6002444
148	TECNIVIAJES LTDA.	3106846
149	TESORO TOURS LTDA.	2138786
150	TOUREXITO LTDA.	2579766
151	TOURSCHOOL	6269052
152	TOUR VERDE	5428937
153	TRANS 2000UNO LTDQ	2631314
154	TRANSORIENTE S.A.	3410093
155	TRANSPORTE TURISTICO Y EJECUTIVO LA LIEBRE	3456744
156	TRANSPORTES SIVAL S.A.	6777181
157	TRAVEL EXPERT	6112354
158	TRAVEL NET SPECIAL	6367595
159	TRAVESÍAS LTDA.	6107481

		Pág. 5 de 5
160	TRAVESÍA TIERRA LUNA	5614181
161	TRAVIESO TOURS VIAJES Y TURISMO	2687788
162	TROCHA Y GALOPE	6486260
163	TROPOCALÍSIMO TOUR LTDA.	2729272
164	TURI EXPRES	5487970
165	TURINTER LTDA.	6210155
166	TURISMO DOS MUNDOS	5799000
167	TURISMO EL GLOBO LTDA.	2185311
168	TURISMO LA RUMBERA DE GUS	2102622
169	TURISMO LTDA.	2175900
170	TURISMO REPRESENTACIONES	6010077
171	TURISPETROL I.A.C.	5733646
172	UNIPROCOL	4804801
173	UNIVERSO VIAJES Y TURISMO LTDA	6914089
174	V.T.E. VIAJES TURISMO Y EXCURSIONES	2148100
175	VACATION TRADER	6161534
176	VANTOUR TRANSPORTE Y TURISMO	2313706
177	VELATOURS S.A.	6353724
178	VELEZ TOURS LTDA.	6204040
179	VIAJAR LTDA L`ALIANZA	2959997
180	VIAJAR Y VIVIR	2111368
181	VIAJEMOS TOURS	2826211
182	VIAJES COLON DE COLOMBIA	2572737
183	VIAJES CORPORATIVOS Ltda.	2368646
184	VIAJES COUNTRY	5300352
185	VIAJES CHAPINERO L`ALIANZA	3483434
186	VOAJES CHAPINETO LMD	2221311
187	VIAJES DORADO TOURS	4293090
188	VIAJES GALEON	6212222
189	VIAJES GÉMINIS LTDA.	2857254
190	VIAJES OGANESOFF	2880955
191	VIAJES PREMIER LTDA.	6186400
192	VIAJES SELECTOS Ltda.	2699618
193	VIAJES SIETE DE AGOSTO	3450761
194	VIAJES TEQUENDAMA	2139305
195	VIAJES VERANO TOUR	6262176
196	VIAT-VIAJES TURISMO LTDA.	2358117
197	VISION TOURS	6359995
198	VISTULA TRAVEL	6346181
199	VITTEZA VIAJES Y TURISMO	6018530
200	YUMBAI	6918887

ANEXO G

EMPRESAS DE TURISMO DE BUCARAMANGA		
N.	NOMBRE	TELEFONO
1	AGENCIA DE VIAJES ANTILLANA DE TURISMO LTDA.	6433836
2	AGENCIA DE VIAJES AVENTUR	6575000
3	AGENCIA DE VIAJES AVILA TOURS LTDA.	6351700
4	AGENCIA DE VIAJES BUCARAMANGA	6358828
5	AGENCIA DE VIAJES CORALES	6574827
6	AGENCIA DE VIAJES CORFITUR LTDA.	6430452
7	AGENCIA DE VIAJES DESTNOS	6570612
8	AGENCIA DE VIAJES DIMAR LTDA.	6351056
9	AGENCIA DE VIAJES GALVISTUR LTDA.	6458882
10	AGENCIA DE VIAJES GITASOL TOURS	6431589
11	AGENCIA DE VIAJES GUILLERMO TOURS	6558474
12	AGENCIA DE VIAJES HORIZONTE LTDA.	6473379
13	AGENCIA DE VIAJES LINTURCASA - RECREAL LTDA	6478374
14	AGENCIA DE VIAJES LUSITANIA TOURS LTDA.	6450077
15	AGENCIA DE VIAJES LUZ TOURS	6421995
16	AGENCIA DE VIAJES MUNDO JOVEN	6432993
17	AGENCIA DE VIAJES NUEVA ERA TOURS LTDA.	6476167
18	AGENCIA DE VIAJES RUMBOS	6348570
19	AGENCIA DE VIAJES TURISSANDER	6343436
20	AGENCIA DE VIAJES TURORIENTE	6443528
21	AGENCIA DE VIAJES VIAJEMOS LTDA.	6476415
22	AGENCIA DE VIAJES Y EXCURSIONES RUMAR	6593661
23	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO INVERVIAJES	6327481
24	CARAVANA EXPRESS	6456381
25	CIRCULO DE VIAJES UNIVERSAL S.A.	6478759
26	CORPORACION MIXTA DE PROMOCION DE SANTANDER	6307589
27	PARQUE ECOLOGICO EL PORTAL	6472071
28	PRECOLTUR S.A.	6334233
29	PROMOTOR	6476805
30	REAL DE VIAJES Y TURISMO Ltda.	6431926
31	RECRETUR LTDA.	6456214
32	RUTAS	6331111
33	SANTUR LTDA	6305454
34	SERGAR LTDA.	6576716
35	TRANS TURES LTDA.	6711503
36	TRAVEL`S TOURS LTDA.	6708633
37	TRAVESIAS AGENCIA DE VUAJES	6476678
38	UNIBELIER LTDA.	6424915
39	VIAJES COLON DE COLOMBIA S.A.	6394850
40	VIALOJAR LTDA.	6352660

ANEXO H

EMPRESAS DE TURISMO ECOLOGICO DE LA PROVINCIAS COMENERA Y GUANENTINA (oferta)		
N.	NOMBRE	TELEFONO
1	AGENCIA DE VIAJES UNIVERSAL DE TURISMO LTDA.	7275660
2	AGUA LUNA	7244363
3	PLANETA AZUL EU	7240000
4	RIOS Y CANOAS	7246044
5	SOCOTUR LTDA.	7273519
6	RAFTING CLUB	7245504

ANEXO I

PORTAFOLIO DE SERVICIOS DE LA EMPRESA JARDIN DEL SOL LTDA.

LADO A

Ven y vive un encuentro con la naturaleza

SUAITA
En la cabecera municipal de Suaita y en el área circundante se destacan la casa de la cultura Luis Alberto Acuña, la iglesia de Suaita, el mirador del alto de la cruz, el mirador de alto amarillo, el Otoval, la sede campestre del colegio Lucas Caballero, el pozo de la marrana, pozo negro, la leona, la cómoda.

SAN JOSÉ DE SUAITA
En San José de Suaita y área aledaña los principales sitios turísticos son la cascada de los caballero, el pozo del cura, la meseta de San José de Suaita, la quebrada La Vega, el pozo del mister.

VADO REAL
En el corregimiento de Vado Real los sitios turísticos más importantes son la iglesia de San Pedro Apóstol, el río Huertas, el río Lenguaruco, el cerro de pan de azúcar, cueva del nitro.

OLIVAL
En Olival los principales sitios de interés turístico son laberintos el reloj, reserva ecológica el reloj en la vereda corbaraque, el poleo fondo, la cueva corbaraque.

TOLOTA
En Tolotá los sitios turísticos más importantes son Caseteja, Villa Jardín, cueva del inicio, represa Guamuca, río Tolotá.


Cavernas

Suaita • Santander

Un paraíso por descubrir



SUAITA

1. Arrieros
2. Capilla Hospital
3. Iglesia

SAN JOSE DE SUAITA

4. Iglesia
5. Cascada de Los Caballero

OLIVAL

6. Iglesia

TOLOTA

7. Villa Jardín

VADO REAL

8. Paso del Río Lenguaruco
9. Iglesia San Pedro Apóstol



Cabalgatas

PORTAFOLIO DE SERVICIOS DE LA EMPRESA JARDIN DEL SOL LTDA.

LADO B



Suaita • Santander

Un paraíso por descubrir

El municipio de Suaita, se ubica sobre la cordillera oriental, al sureste del departamento de Santander, en los límites entre los departamentos de Santander y Boyacá, en un área de 280 kilómetros cuadrados, con pisos térmicos templado y frío dado que se localiza desde 1.100 metros hasta 2.400 metros sobre el nivel del mar (promedio 1.250 metros sobre el nivel del mar).

Su extensión territorial se distribuye en cuatro centros poblados, 18 veredas y la cabecera municipal, localizada a 06 ° 06' 12" de latitud norte y 73 ° 26' 45" de longitud oeste. Dista de Bucaramanga 190 kilómetros y 254 Km. de Bogotá.

El Municipio de Suaita, cuenta con un conjunto excepcional de condiciones para su desarrollo por su agradable clima, calidad en sus tierras, fauna y flora abundante, y la belleza natural de sus paisajes. Recursos que le permiten poseer zonas excelentes para diversos cultivos entre los que se destacan el cultivo de Caña de Azúcar, Café, Citricos etc. y el desarrollo de la ganadería.



Naturaleza & Diversidad





Cascada de Los Caballero

Suaita Santander
Tel. 758 00 00
jardindelsol@hotmail.com

Ven y vive un encuentro con la naturaleza

El plan incluye:

- Alojamiento en casa campestre 3 días 2 noches
- Alimentación • Transporte en chiva
- Tour por los Centros Urbanos



ANEXO J

**LUGARES DE INTERES ECOLOGICO Y CULTURAL
DEL MUNICIPIO DE SUAITA SANTANDER**

TEMPLO DE NUESTRA SEÑORA DE LA CANDELARIA



CASA DE LA CULTURA LUIS ALBERTO ACUÑA



LA LEONA



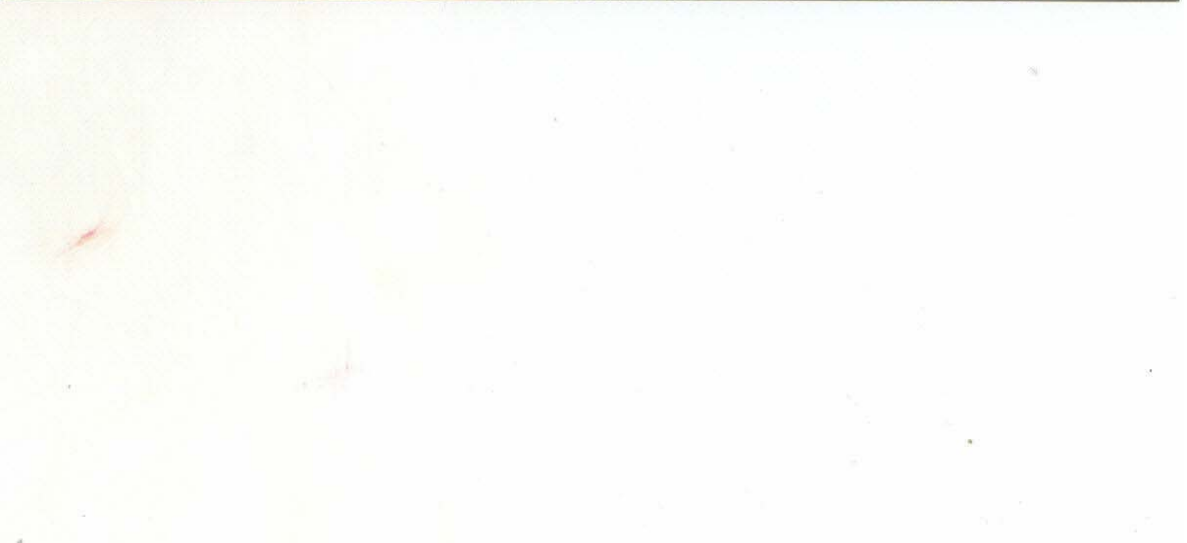
POZO DEL CURA



MESETA DE SAN JOSE DE SUAITA



CASCADA DE LOS CABALLERO



FABRICA DE SAN JOSE DE SUAITA



IGLESIA DE SAN PEDRO APOSTOL



RÍO HUERTAS



RÍO LENGUARUCO



CERRO DE PAN DE AZUCAR



RESERVA ECOLÓGICA EL RELOJ



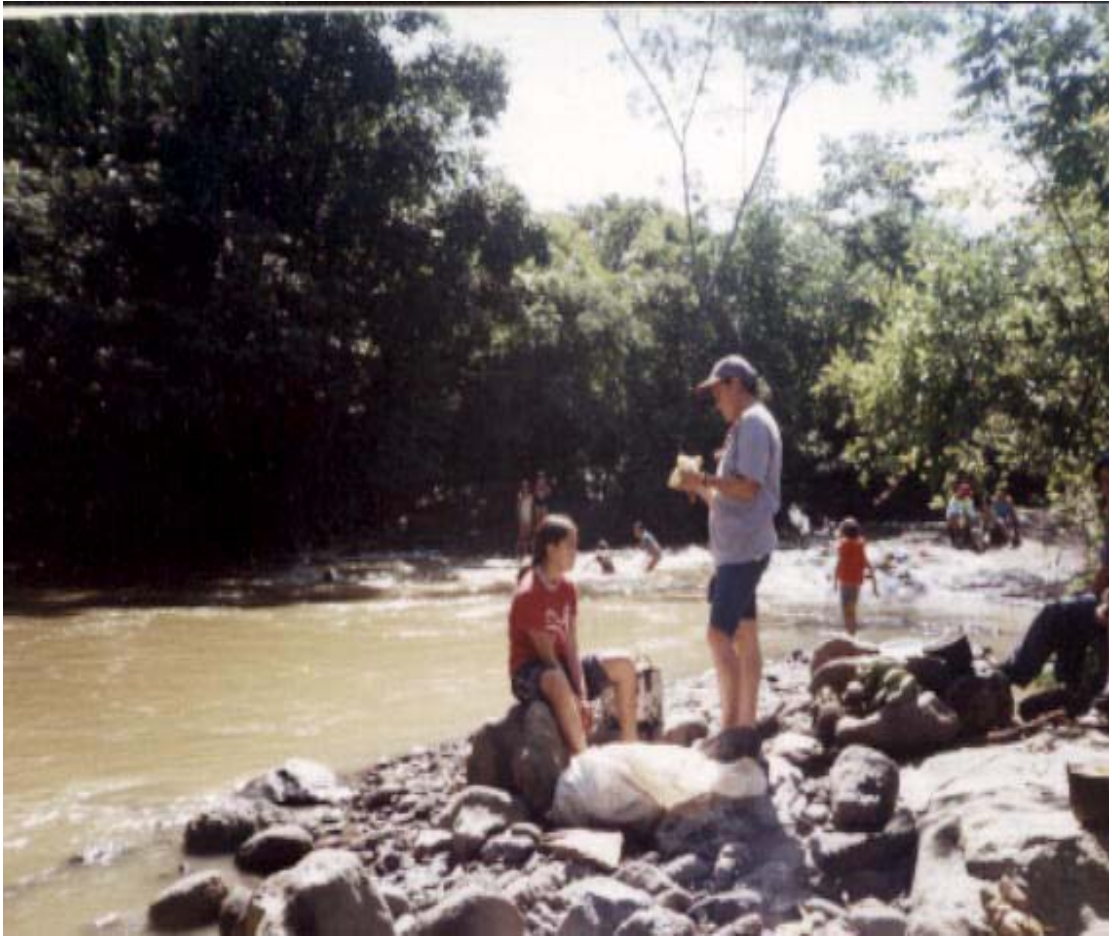
CASETEJA Y VILLA JARDÍN



EL POLEO



LA VEGA



POZO DE LA MARRANA



COLEGIO LUCAS CABALLERO



MIRADOR ALTO AMARILLO



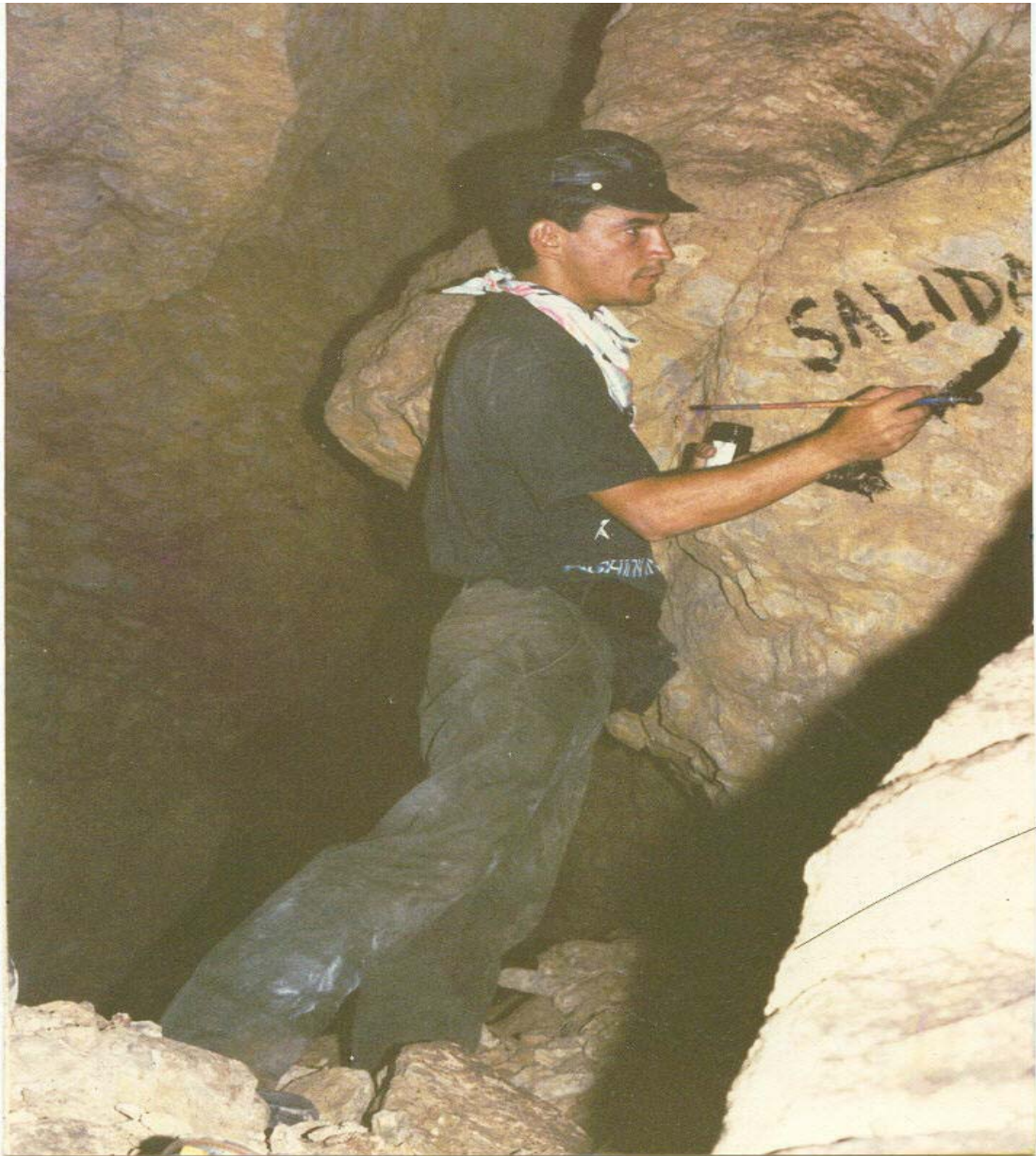
MIRADOR ALTO DE LA CRUZ



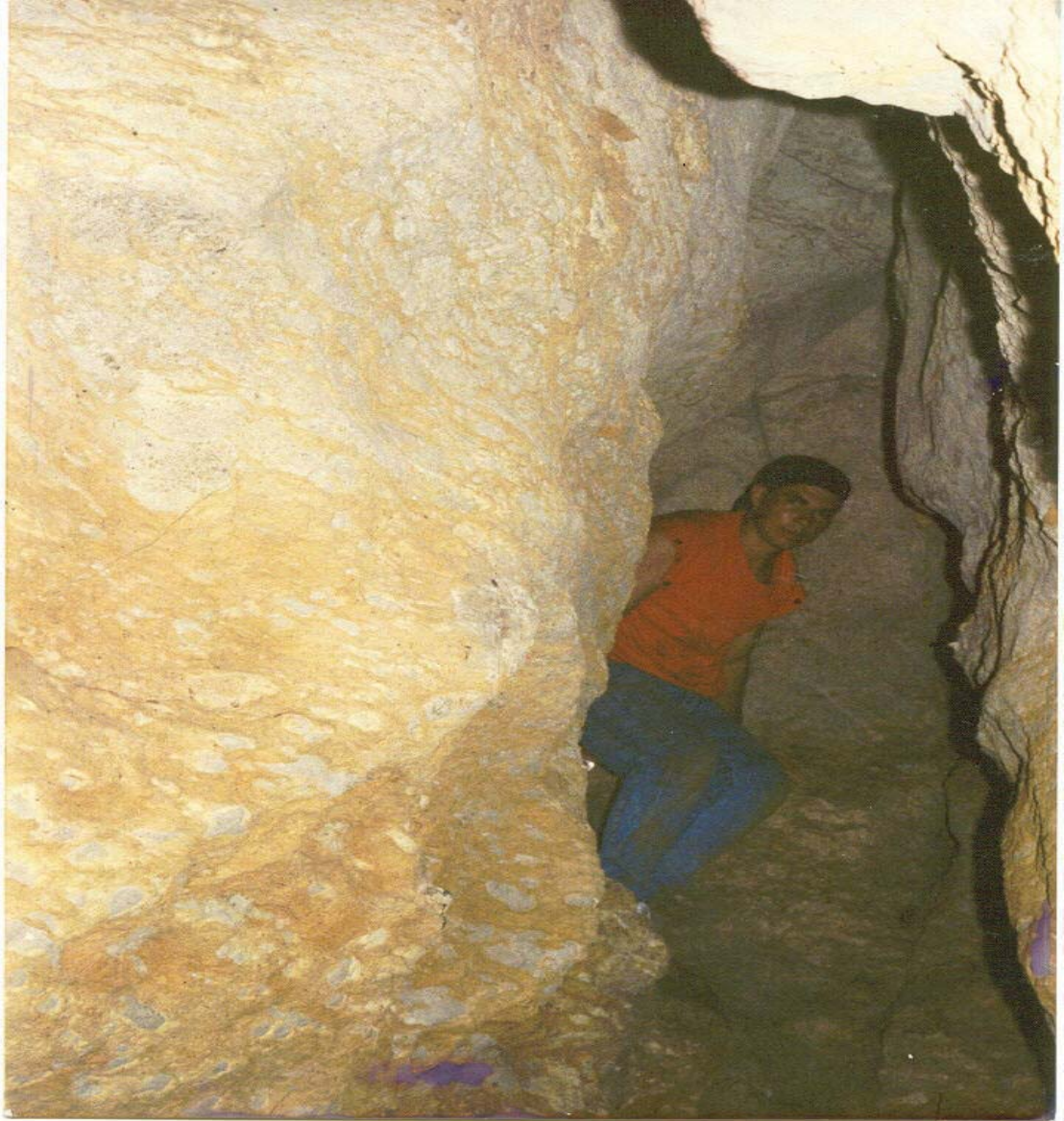
FINCAS PRODUCTIVAS



CAVERNA LA PRIMAVERA



CAVERNAS ALTO DEL CRISTAL



CAVERNAS DEL NITRO

