



Estudio de viabilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios ecoturísticos en el
municipio de Tierralta, Córdoba.

Corporación Universitaria Remington

Facultad de Ciencias Empresariales

Programa Administración de Empresas

Waldemar Petro Pérez

Jorge Iván Palacios Palacios

Gustavo Andrés Ibáñez Bello

Tutor

Corporación Universitaria Remington

Facultad de ciencias empresariales

Sede Apartadó, Antioquia

2023

DEDICATORIA

Por el esfuerzo que he hecho durante esta etapa académica y de mucho aprendizaje le hago esta dedicatoria a mi madre, a mis hermanos y familiares y aquellos que no creyeron en mí si pude y si lo logré, y de esta forma demuestro que soy una persona capaz de lograr lo que se propone.

Jorge Iván Palacios Palacios

Teniendo en cuenta los esfuerzos que requerí para poder llegar hasta estas instancias de mi vida académica, hago esta dedicatoria a mi padre, el cual ha sido un gran ejemplo para mi vida y aunque en muchos momentos, cuando necesite de su ayuda desconfió de mí, creyó que lo defraudará sin embargo hoy en día lo entiendo y creo que lo que hizo me ha hecho mejor persona y con más ganas de seguir adelante.

Waldemar Petro Pérez

Se la dedico a todos los que no confiaron en mí.

Gustavo Andrés Ibáñez Bello



AGRADECIMIENTOS

Por todo el apoyo que me han brindado durante este proceso de aprendizaje, agradezco a la corporación NUEVA ILUSIÓN por sostener económicamente esta carrera, desde sus inicios hasta el final. Agradezco a mi familia por el apoyo desde la parte emocional, por haber creído en mí, por impulsarme día a día en esta carrera. También quiero agradecerle muy especialmente a mi primo Wilson Jaramillo Petro, por apoyarme, sacrificar muchas cosas por mí.

Waldemar Petro Pérez

Por todo el apoyo recibido agradezco a mi madre a mis hermanos a mi pareja y a todos aquellos que de una u otra forma hicieron parte de este proceso que no fue fácil pero que con esfuerzo pude lograr, gracias y mil gracias por el apoyo brindado es algo que nunca olvidaré y que siempre llevaré en mi corazón, gracias infinitas.

Jorge Iván Palacios Palacios

Le agradezco a mi familia por todo el apoyo incondicional que me dio durante el tiempo de mi carrera, amigos, compañeros de trabajo y en especial a mi pareja sentimental. **;;;Gracias de corazón!!!...**

Gustavo Andrés Ibáñez Bello

Resumen.

En este trabajo de grado se diseñó un plan de negocio para la creación de una empresa ecoturística en el municipio de Tierralta. Tomado de evidencias del departamento y municipio en relación con el ecoturismo tales como la flora y fauna que se encuentra ubicada posteriormente en la región Alto Sinú.

El siguiente proyecto de viabilidad surge en la necesidad de crear una empresa ecoturística que permita conocer los sitios turístico atractivo del municipio que está encaminado a proteger el medio ambiente, logrando obtener retribución, rentabilidad y crecimiento del desarrollo en el sector a través de turistas; Dando la oportunidad de alcanzar mercados, diseñando un estudio del mercado para la creación de la empresa ecoturística en el municipio de Tierralta.

Por último, se determina el estudio financiero donde se pudo observar que la utilidad que deja la empresa ECOSINÚ en el servicio prestado proyecta una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 36% y un Valor Presente Neto (VNP) de \$100.163.097, se puede decir u/o concluir que en 5 años estaría recuperando el capital.

Palabras claves: Plan de negocio, diseño, viabilidad de proyecto, ecoturismo, estudio del mercado.

Abstract

A business plan is designed to create an ecotourism company in Tierralta relating the fauna and flora that the municipality has in the department of Córdoba. The main objective of the project is to observe the feasibility of the project, where a business plan was designed from its market study.

As a result of the business plan, a market for tourists in the municipality was highlighted, in addition to knowing that the "Ecosinú" ecotourism park project as an environmental company manages to obtain remuneration, profitability and growth where the sector develops through the tourist, since that there is a wealth of nature.

Finally, the financial study was determined where it was observed that the profit generated by the company ECOSINÚ in the service provided projects an Internal Rate of Return (IRR) of 36% and a Net Present Value (NPV) of \$100,163,097. It can be said or concluded that in 5 years the capital would be recovered.

Keywords: Business plan, design, project feasibility, ecotourism, market study

Tabla de contenido.

Introducción	17
Planteamiento del problema.....	20
Justificación	21
Objetivos	23
Objetivo general.....	23
Objetivos específicos	23
Antecedentes	24
Revisión Teórica	28
Revisión teórica	29
Estudio de viabilidad.....	29
Creación de una empresa	31
Ecoturismo	33
Eco	33
Turismo.....	33
Estudio Mercado	36
Mercadotecnia.....	37
Estudio administrativo	38
Estudio ambiental.....	39
Estudio técnico.....	41
Estudio Legal	43
Las leyes	119
Las políticas ambientales y turísticas recientes del país	120
Evaluación financiera.....	45
Presupuesto de inversiones	45

Presupuesto de costos de operación.....	45
Presupuesto de ingresos.....	45
Diseño metodológico.....	46
Método de investigación.....	46
Cuantitativo.....	46
Cualitativo.....	46
Tipo de estudio.....	47
Fuentes de información.....	47
Población.....	47
Muestra.....	48
Tipo de muestreo.....	48
Resultados de la encuesta.....	50
Estrategias para la gestión de mercado.....	62
Estrategias de precio.....	62
Precios paquetes turístico.....	62
Estrategias de producto.....	63
Estrategias de promoción.....	63
Estrategias de plaza.....	64
Potencial de la idea de negocio.....	65
Análisis del macroentorno.....	66
Dimensión tecnológica.....	66
Económica.....	67

Social y demográfica	68
Política	69
Legal	70
Cultura	71
Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).....	71
Ambiental.....	72
Análisis Pestel.....	¡Error! Marcador no definido.
El modelo de las 5 fuerzas de Porter.....	77
Modelo 5 Fuerzas de Porter para el sector ecoturismo	78
Análisis del sector económico	80
Entorno demográfico	80
Tamaño de la población	80
Entorno económico	82
Desempleo.....	82
Entorno tecnológico.....	83
Grado de tecnología de la competencia	83
Uso de las redes sociales	83
Entorno natural	84
Responsabilidad social	85
Entorno político	85
Normatividad para la prestación de un servicio.....	86

Producto	87
Mercado	88
Precio	89
Mercado de las materias primas.....	89
Descripción del proceso de actividades	91
Punto de encuentro.....	91
Ambiente de aprendizaje	91
Paisaje de aves	92
Parches de bosque.....	92
Punto de hidratación	92
Arquitectura natural	92
Avistamiento represa Urrá.....	92
Reserva natural	92
Canto del agua	93
Insumos requeridos	93
Descripción del proceso	94
Terreno	94
Estructura de construcción	94
Cotización	95
Compra de materiales.....	95

Instalación de materiales	95
Acabados	95
Cierres	95
Ubicación	96
Geográfica de Córdoba	96
Ubicación Tierralta	97
Recorrido de Montería a Tierralta	¡Error! Marcador no definido.
Distribución de planta	98
Diseño de plano	98
Diseño arquitectónico	100
Tipo de maquinaria y equipo a utilizar	100
Maquinaria y Equipos	101
Enseres y Muebles.....	101
Requerimientos	102
Tamaño de la planta	102
Localización	102
Ingeniería del proyecto.....	102
Mano de obra necesaria	102
Perfiles.....	102
Análisis de la demanda del turista II Trimestre (2019-2023) en Colombia	104
Estructura organizacional.....	106

Diseño organizacional.....	106
Misión	106
Visión.....	106
Organigrama.....	106
Estructuras de cargos.....	108
Estudio administrativo y legal	116
Estudio legal	116
Organización jurídica.....	116
Requisitos legales	118
Inscripción en el Registro Nacional de Turismo.....	118
Otras normas y reglamentaciones que deben tenerse en cuenta.	119
Balance de apertura.....	123
Presupuesto de inversiones	124
Capital de trabajo.....	124
Inversiones fijas	124
Presupuesto de costos de operación.....	125
Gastos de administración.....	125
Gastos salariales.....	125
Gastos de comercialización	127
<i>Costos por depreciación</i>	128
Costos de ventas.....	128



Presupuesto de ventas estimadas	129
Proyección de estado de resultado	129
Proyección de Balance General	130
Proyección de Flujo de Caja	133
Revisión de Riesgos	135
Conclusión	136
Referencias.....	138



Lista de Gráficas

Gráfica 1	50
Gráfica 2	51
Gráfica 3	51
Gráfica 4	51
Gráfica 5	52
Gráfica 6	53
Gráfica 7	53
Gráfica 8	54
Gráfica 9	54
Gráfica 10	55
Gráfica 11	55
Gráfica 12	56
Gráfica 13	56
Gráfica 14	56
Gráfica 15	57
Gráfica 16	58
Gráfica 17	58
Gráfica 18	59
Gráfica 19	60
Gráfica 20	60
Gráfica 21	61
Gráfica 22	61

Lista de tablas.

Tabla 1 Precio de venta de los paquetes turísticos	62
Tabla 2 Análisis Pestel de la empresa Ecosinú	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 3 Análisis Pestel oportunidades y amenazas	76
Tabla 4 Insumos	93
Tabla 5 Como llegar a Tierralta.....	97
Tabla 6 Distribución de áreas ECOSINÚ.....	100
Tabla 7 Maquinaria y Equipos	101
Tabla 8 Enseres y Muebles.....	101
Tabla 9 Demanda de turista periodo II Trimestre (2019-2023) en Colombia	104
Tabla 10 Demanda del turista general	105
Tabla 11 Estructura de cargos	108
Tabla 12 Identificación de cargo Gerente	110
Tabla 13 Identificación de cargo Administrador.....	111
Tabla 14 Identificación de cargo Contador	112
Tabla 15 Identificación de cargo Servicio al Cliente	113
Tabla 16 Identificación de cargo Logística	114
Tabla 17 Identificación de cargo Guía	115
Tabla 18 Inversión inicial.....	123
Tabla 19 Presupuesto de inversión	124
Tabla 20 Inversión en activos fijos muebles, enseres y equipos de oficina	124
Tabla 21 Gasto Administrativo proyectada por 5 meses.....	125
Tabla 22 Gastos de empleados	125



Tabla 23 Gasto de comercialización crecimiento salarial en 5 años	127
Tabla 24 Depreciación anual de activos fijos.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 25 Costos anual de ventas proyectadas por servicio	128
Tabla 26 Presupuesto de ventas estimadas por 5 años	129
Tabla 27 Estado de resultado proyectado por 5 años	130
Tabla 28 Mapeo de riesgo	135

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Modelo Canvas.....	27
Ilustración 2 Conceptos y fundamentos del marco teórico de investigación.	28
Ilustración 3 Fases del nacimiento de una empresa.....	32
Ilustración 4 Tres consideraciones que sustentan el concepto de mercadotecnia.	38
Ilustración 5 Partes que conforman un estudio técnico.	42
Ilustración 6 Modelo de las 5 Fuerzas de Porter	77
Ilustración 7 Pirámide poblacional.....	80
Ilustración 8 Población por sexo	81
Ilustración 9 Escala de personal por la actividad económica	81
Ilustración 10 Estadísticas del uso de redes sociales.....	84
Ilustración 11 Proceso de actividades ecológica	91
Ilustración 12 Proceso de fabricación establecimiento ECOSINÚ	94
Ilustración 13 Mapa de Córdoba	96
Ilustración 14 Mapa Tierralta	97
<i>Ilustración 15 Distribución de Áreas Superficie del terreno 1247.27 m².</i>	<i>98</i>
Ilustración 16 Diseño arquitectónico de ECOSINÚ.....	100
Ilustración 17 Demanda del turista periodo II Trimestre (2019-2023) en Colombia	104
Ilustración 18 organigrama de la empresa Ecosinú.....	106

Introducción

Colombia es un País conformado por 32 departamentos en los cuales se dispone de una amplia variedad de cualidades de riqueza de recursos naturales y biodiversidad, entre los departamentos referenciados esta Córdoba, el cual se ubica en la región caribe y “cuenta con una extensión de 25.020 kilómetros cuadrados (Km²) ocupando el Décimo quinto (15) lugar en extensión a nivel nacional” (TodaColombia, 2019) lo cual implica un gran potencial para diversas actividades productivas.

Al departamento en mención pertenece el municipio de Tierralta Córdoba, el cual tiene como base principal de su economía actividades como ganadería, agricultura, pesca etc., todo esto enmarcado en la alta riqueza natural que se extiende a abundancia en flora y fauna, lo que da cabida al desarrollo de actividades que permitan generar alternativas de diversificación productiva en el ecosistema productivo de esta localidad.

Así entonces, bajo el contexto planeado se vislumbra la existencia de un alto potencial para el desarrollo de actividades ecoturísticas en el municipio de Tierralta Córdoba, por ende, el presente trabajo da cuenta del Estudio desarrollado en el marco de establecer la viabilidad de la creación de una empresa prestadora de servicios ecoturísticos como una alternativa para el desarrollo y la protección del medio ambiente y la potencialización de la economía de dicho municipio.

En consecuencia, el desarrollo del estudio se presenta bajo la secuencia lógica de los estudios de factibilidad a través de los siguientes pasos, en primera instancia se desarrollan los elementos fundamentales “planteamiento del problema, justificación y establecimiento de los objetivos” para lo que se realizó una intensa revisión de información suministrada por entidades públicas y privadas en lo referente a las variables de observación, además, se identifican y

relacionan antecedentes de investigación inherentes al estudio propuesto, como herramienta para el debate y la comparación en los resultados obtenidos.

Adicionalmente, se establecen y exponen los principales elementos conceptuales a en un marco teórico fundamentado en los procesos de estudios de factibilidad como, factibilidad, el marketing y sus variables, la clasificación de las empresas, es el estudio financiero en torno a la evaluación del potencial de éxito de un proyecto de inversión.

Además, en coherencia a los objetivos propuestos se presenta el desarrollo de:

1. Análisis del macroentorno y microentorno utilizando las herramientas matrices PESTEL y las 5 fuerzas de Porter, Adicionalmente, se expone la metodología, donde se abordan el tipo de investigación, instrumento de recolección de datos, cálculo de muestra y tipo de muestreo.
2. Descripción de los resultados del proceso de investigación de mercados y el establecimiento de estrategias para la gestión de mercado el marco de la puesta en marcha del proyecto, también, se realiza en un análisis de la demanda histórica del mercado, Acto seguido se realizan diversas proyecciones como: la demanda general del mercado por servicio del año 1 a 5.
3. Se establece la conformación del mercado de las materias primas, estipulando los principales proveedores con los que se apoyaría la cadena de suministros para su respectivo abastecimiento, también, se realiza un análisis de la competencia.
4. Se realiza el estudio técnico consolidado mediante la descripción del proceso productivo, las necesidades de inversión en activos e infraestructura, la macro y micro localización.

Se desarrolla el estudio administrativo del proyecto, en el cual se establece la estructura organizacional, el diseño de cargos con la respectiva descripción de los perfiles y la conformación de la plataforma estratégica (Misión, Visión, Valores y Políticas corporativas), también, se ahonda en la identificación de la figura jurídica que favorece al proyecto para la constitución legal de la empresa.

5. Se identifican y describen las leyes relacionadas con los deberes y derechos que en torno al funcionamiento de la organización.
6. Se desarrolla el estudio financiero del proyecto, en el que se abordan presupuestos de ingresos, costos y gastos esperados, y la consecuente proyección de estados financieros, también se realiza la evaluación de la factibilidad económica a través de la determinación del valor presente neto, la tasa interna de retorno y el periodo de recuperación de la inversión.

Por último, se identifican los riesgos asociados a proyectos de inversión.

Planteamiento del problema

La pandemia cambió las tendencias del consumidor, y debido al impacto que este tubo ya se puede analizar cuáles serán las principales demandas del futuro. En el caso del turismo, las personas buscarán principalmente naturaleza y poco daño medio ambiental.

Colombia es un País que goza de gran riqueza de recursos naturales y en ella se encuentra ubicado el departamento de Córdoba, en la región caribe el cual cuenta con una extensión de 25.020 kilómetros cuadrados (Km²), ocupando el Décimo quinto (15) lugar en extensión a nivel nacional lo cual implica un gran potencial para diversas actividades productivas. Dentro del departamento de Córdoba se encuentra el Municipio de Tierralta, el cual es rico en flora y fauna, contando con parte del patrimonio natural nacional como lo es el parque paramillo, que cuenta con una zona de gran vegetación, por lo tanto, se evidencia la gran riqueza de sus tierras que han permitido a sus pobladores desarrollar diversas actividades económicas.

Así entonces, el Municipio de Tierralta cuenta con un terreno amplio y basto de lugares y paisajes atractivos que denotan un gran potencial para el aprovechamiento de actividades ecoturísticas en las que personas locales y foráneos serían potenciales demandantes.

A pesar de lo expresado, actualmente en el Municipio de Tierralta no existe una amplia oferta orientada a la explotación asociada particularmente a temas relacionados con prestación de servicios ecoturísticos, debido al probable desconocimiento o falta de visión de sus habitantes de ahí nace la necesidad de crear un lugar que cuente con los espacios idóneos para que turistas y habitantes disfruten de estos espacios en familia y puedan conocer más de esta cultura que caracteriza al municipio de Tierralta.

Justificación

Este proyecto se hace con el fin de evaluar la creación de una empresa prestadora de servicios ecoturísticos en el municipio de Tierralta Córdoba tanto para los habitantes y visitantes de cualquier parte del mundo, por ende, del mismo se consolidan los siguientes beneficios derivados.

A través del proyecto se evalúa la viabilidad de generar una oferta de mercado que contribuirá a ampliar las alternativas de espacios de esparcimiento donde las familias y diversos grupos sociales puedan conectar con el medio ambiente en su estado más silvestre y natural, disfrutando del ecosistema mediante actividades que les permitan mejorar y reducir el estrés de la vida cotidiana lo que contribuye con aportar a cumplimiento nacional del ODS 3 Salud y Bienestar.

Por otro lado, la evaluación del proyecto permitirá analizar el potencial de colocación de recursos en una actividad económica partiendo del principio de efectividad, cimentado en un análisis integral medible en términos financieros.

También, el proyecto se justifica al considerar su ejecución permite evaluar la existencia prospectiva en generación de riquezas propias de los inversionistas y en forma transversal en su impacto en el aumento de la riqueza en el municipio debido la generación de una dinámica de explotación económica que implica la generación de empleos directos e indirectos aportando a generar sustento económico de múltiples grupos familiares lo que contribuye con aportar a cumplimiento nacional de los ODS 1 eliminación de la pobreza y 8 trabajo decente

El proyecto se justifica, además, por verificar la factibilidad de una actividad productiva bajo la cual se pretende contribuir a la protección de diversas especies de flora y fauna nativas del territorio cordobés que se encuentran en peligro de extinción. lo que contribuye con aportar al

cumplimiento nacional de los ODS 13 acción por el clima, 14 vida submarina y 15 vida de ecosistemas terrestres.

Por último, la presente investigación aporta desde el enfoque metodológico ya que las técnicas, métodos e instrumentos implementados pueden servir como punto de referencia para procesos de investigación idénticos o relacionados.

Objetivos

Objetivo general

Determinar la viabilidad de la creación de una empresa prestadora de servicios ecoturísticos en el municipio de Tierralta, Córdoba.

Objetivos específicos

- ❖ Establecer el potencial de mercado en torno a la creación de una empresa ecoturística en el municipio de Tierralta, Córdoba.
Elaborar el estudio técnico para la creación de una empresa ecoturística en el municipio de Tierralta, Córdoba.
- ❖ Efectuar el estudio administrativo para la creación de una empresa ecoturística en el municipio de Tierralta, Córdoba.
- ❖ Realizar el estudio legal para la creación de una empresa ecoturística en el municipio de Tierralta, Córdoba.
- ❖ Desarrollar el estudio ambiental para la fundación de una organización prestadora de servicios ecoturísticos en el municipio de Tierralta, Córdoba.
- ❖ Realizar la evaluación financiera prospectiva para la puesta en marcha de una empresa prestadora de servicios ecoturísticos en el municipio de Tierralta, Córdoba.

Antecedentes

Agudelo et al., (2015) desarrollaron el estudio titulado “Plan de negocios para una empresa de ecoturismo y aventura en el municipio de San Francisco Antioquia.” para el cual se apalancan en un enfoque mixto “cualitativo y cuantitativo” con alcance descriptivo, la población objetivo del estudio fueron las personas de la ciudad de Medellín con un rango de edad entre 15 y 49 años, en total 1.251.672 habitantes, para una muestra de 400 personas determinada mediante la ecuación para el cálculo de muestra de población finita, consideraron valores de probabilidad para $P = 0.5$ y $Q = 0.5$, y un margen de error del 5%.

En cuanto a los resultados del estudio de mercado, se concluyó tener dos sedes principales una en San Francisco y la otra en el municipio de Medellín con base a que los turistas llegan en las dos partes razonando los costos de los turísticos, dando el estudio técnico viable en el proyecto (Agudelo et al., 2015).

además, mediante el estudio administrativo y legal, se denota una sociedad simplificada por acciones teniendo un compromiso con las normas que regulan el comercio y las sociedades tributarias, a su vez se cuenta con una planeación vital que accede al mercado determinando el rumbo de las estrategias, además se contará con personal altamente calificado y comprometido en el proyecto. Desde el punto de vista administrativo y legal, se establece viable ya que contarán con el cuidado de las leyes y el personal capacitado para responder en su momento (Agudelo et al., 2015).

Por último, el estudio financiero permite analizar que no es viable los planes de negocio porque se presentan pérdidas constantemente y esto hace que la inversión no sea retornada nuevamente a pesar de que el estudio realizado se tendría una proyección de 900 turistas en el primer año. Se podría considerar una rentabilidad al tener esta cantidad de personas en el año,

pero analizando los gastos administrativos y sus ventas se considera que este negocio tendrá pérdidas en su totalidad en ciertas utilidades significativas, pero a la vez muy significativa ya que impacta a el estado financiero de acuerdo con los indicadores realizados. El proyecto sería viable si se tuviera una cantidad de turista de 3.700 por año (Agudelo et al., 2015).

Para concluir, se pudo identificar que el ecoturístico a nivel nacional cuenta con unas garantías favorables para el medio ambiente, se destacar que el plan a desarrollar en la parte legal es muy garantizado existiendo leyes que respalden estos tipos de empresas. Sin embargo, se destaca con las probabilidades que se desarrollaron en la investigación de que el proyecto no es viable para el montaje de la empresa en San Francisco, ya a menudo se presentan pérdidas concurrentes en el tema de la inversión lo que comprueba no rentable ya que muestra una TIR y un VPN negativo (Agudelo et al., 2015).

Por otro lado, Rodríguez (2019) realizó el estudio titulado “Proyecto de grado Creación de empresa turística agencia de viajes especializada en recorridos naturales y culturales” el cual se desarrolló basado en con base en el método mixto “cuantitativo y cualitativo”

La población objetivo del estudio fueron los turistas nacionales y extranjeros que están entre las edades de 17 a 65 años, la muestra correspondió a 60 huéspedes de 3 hoteles de la ciudad de Cartagena: Hotel OR, Hotel San Pietro y Hotel Monte Rey (Rodríguez, 2019).

En cuanto a los resultados del estudio de mercado se encontró que el porcentaje de mujeres que desarrollan actividades turísticas en la ciudad de Cartagena es mayor que el de los hombres, también se destaca que las actividades de comercio y turismo crecieron entre el año 2017 y 2018 apalancado en llegada de visitantes no residentes del departamento de Bolívar

También, se estableció que en departamento de Bolívar cuenta con una variedad de ventajas para competir a nivel nacional e internacional turístico por lo que este plan de negocio

puede tener aceptación en el mercado debido a que existen agencias de viajes en la ciudad de Cartagena (Rodríguez, 2019).

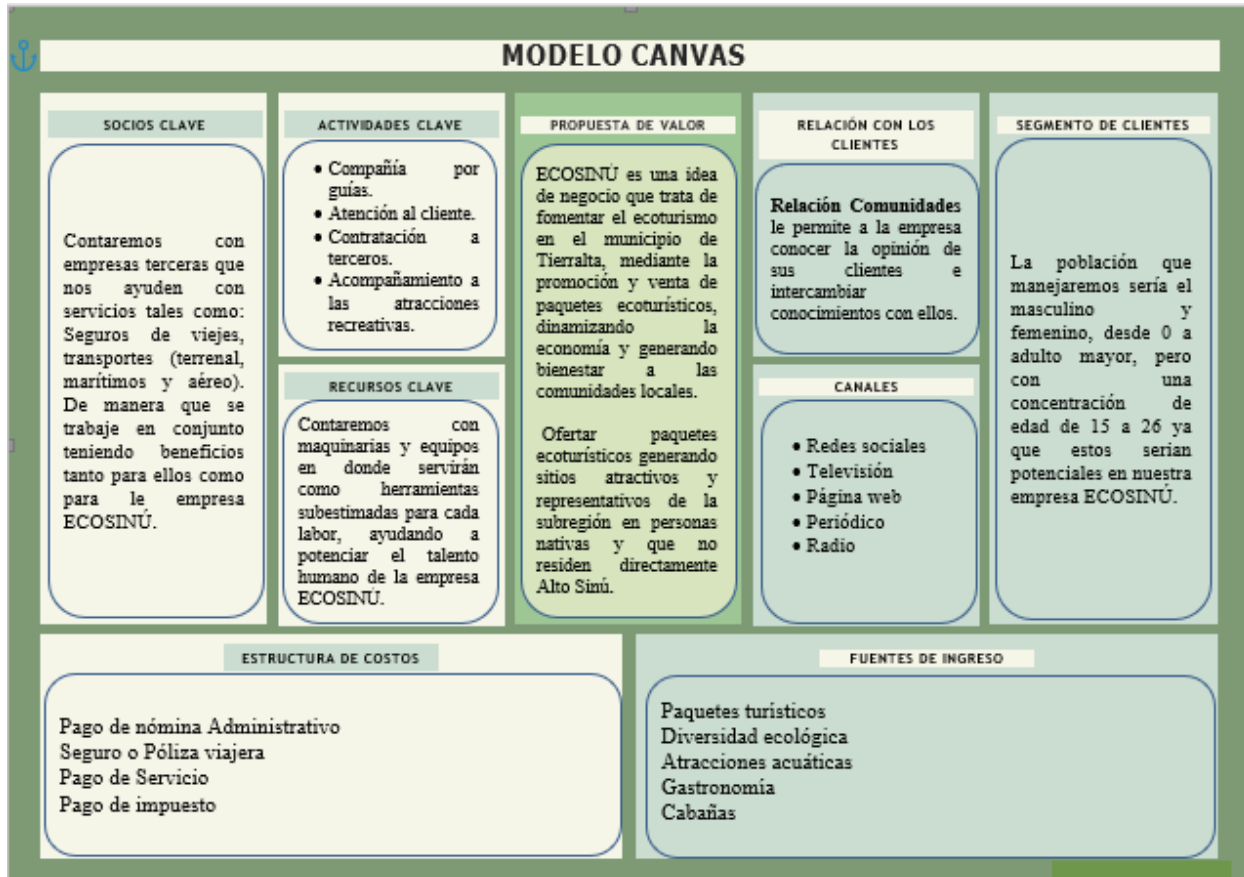
Por otra parte, en el estudio técnico de la empresa Agencia de viajes ECO-CULTURA. desde el enfoque operativo la agencia de viaje planea vender

Se estableció como ubicación del proyecto Plazoleta Benkos Biohó Centro, calle 35 núm, la cual se basó en accesible a la zona turística, Centro Histórico y a diversos hoteles y otros puntos estratégicos de la Ciudad (Rodríguez, 2019, p. 70).

La agencia se proyecta a un periodo de 4 años, (Rodríguez, 2019)

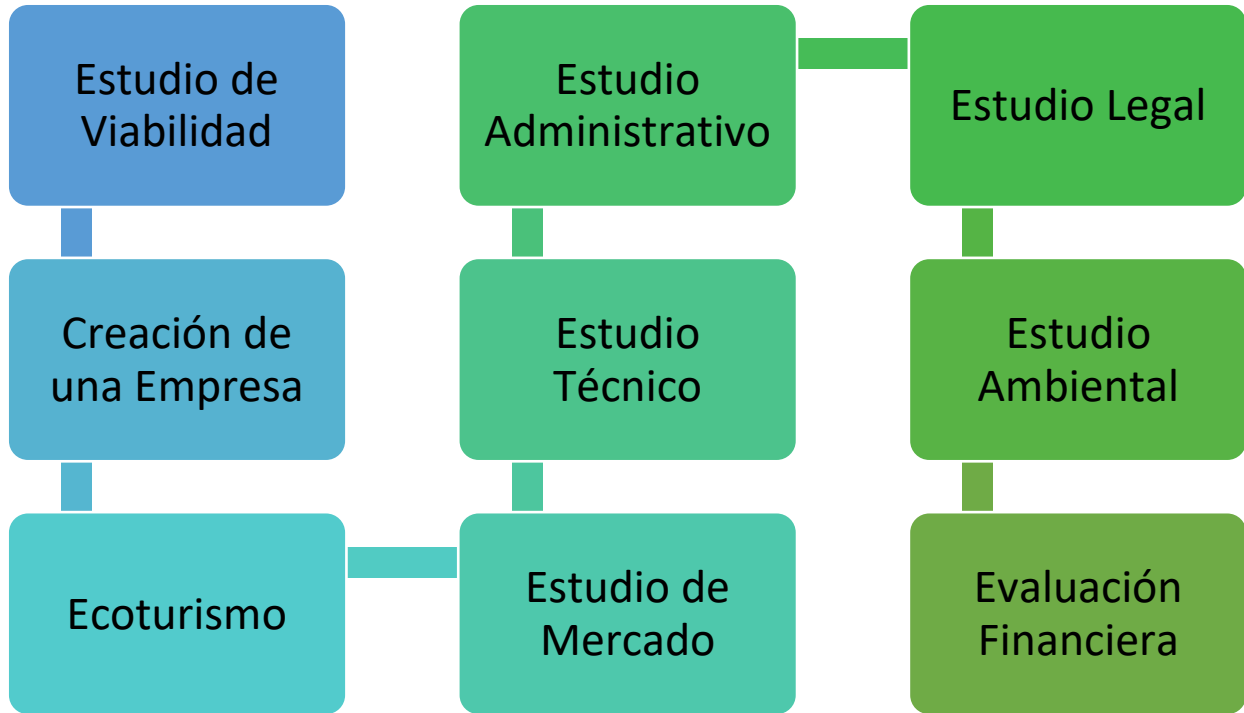
Finalmente se concluye que el plan de negocios a desarrollar es factible montarlo en la ciudad de Cartagena porque tiene condiciones adecuadas para el desempeño y la atención a los clientes garantizado seguridad y calidad en los servicios a ofertar. Sin embargo, es de considerar que las estimaciones sobre el contexto base permiten observar que el proyecto es financieramente inviable dado su VAN negativo.

Ilustración 1 Modelo Canvas



Revisión Teórica

Ilustración 2 Conceptos y fundamentos del marco teórico de investigación.



Fuente: Elaboración propia basados en componentes principales del proyecto

Revisión teórica

El conocimiento teórico permite direccionar de forma pertinente los procesos fundamentados en métodos de investigación por lo tanto a continuación se relacionan los principales conceptos y fundamentos teóricos a considerar en el marco del desarrollo de un estudio de factibilidad para creación de empresas.

Por lo tanto, a continuación, se abordan conceptualmente los elementos que integran los estudios que permiten conocer los diferentes factores que se necesitan para la realización de un proyecto capaz de cumplir los parámetros necesarios y que este genere impacto en la sociedad.

Estudio de viabilidad

Inicialmente tenemos el estudio de viabilidad, en el cual lo tenemos enmarcado ya que es el proyecto para realizar. De acuerdo con OBS Business School (2021)

La viabilidad de un proyecto es su capacidad para finalizar satisfactoriamente, entregando los resultados esperados con la iniciativa. Analizar esta cualidad antes de la etapa de planificación sirve como guía para impulsar la toma de decisiones desde la comprensión integral de los parámetros del proyecto, los objetivos a alcanzar y los factores de riesgo. (OBS Business Schoolz, 2021)

Respecto al estudio de viabilidad según Villarruel (2015) El concepto viabilidad es utilizado en la disciplina Evaluación de Proyectos para expresar contenidos diversos. En los textos de autores con origen disciplinar en la ingeniería o en la “ingeniería económica”, se entiende la viabilidad como capacidad de un Proyecto de lograr un buen desempeño financiero, es decir una tasa de rendimiento aceptable. Es por ello por lo que se lo utiliza como sinónimo de rentabilidad. (Villarruel, 2015)

Por otro lado, según. Sobrero (2009) Los estudios sobre viabilidad siguen el curso de profundización de intensidad analítica que se verifica en la formulación. La formulación recorre las distintas dimensiones de un Proyecto (financiera, técnica, operativa, etcétera) y, a medida que se profundiza, atraviesa distintas etapas, idea, perfil, prefactibilidad, factibilidad, diseño definitivo. (p. 8)

Con base a lo anterior se tiene en cuenta que para desarrollar un proyecto de viabilidad hay que tener en cuenta estudios técnicos que relacionan la etapa inicial con la final, en el que este proporciona rendimientos en la información obtenida para poder determinar si es viable o no el proyecto. Evaluando las etapas o los estudios, desarrollaremos a continuación y a lo largo del documento.

Creación de una empresa

Crear una empresa es el sueño de muchas personas, sin embargo, es de mucha importancia tener ciertas pautas para lograr el objetivo. No es una tarea fácil por lo que aquel que decida emprender necesita de mucha ayuda y dedicación para lograr crear una empresa.

Los estudios más recientes se centran en los factores que influyen en la fase que precede a la apertura de una empresa. Estos investigan las circunstancias que motivan a los emprendedores a concebir ideas empresariales y los elementos que facilitan el progreso en la implementación del proceso. Se destaca la noción de que la creación de una empresa comienza mucho antes de que esta entre en funcionamiento en el mercado. En este contexto, se otorga importancia significativa a la figura del emprendedor y a los enfoques teóricos que examinan los estímulos individuales que impulsan a la acción y a la identificación de oportunidades. Además, se consideran factores relacionados con el desarrollo de habilidades creativas, la planificación y la gestión de proyectos empresariales. (Rearte, 2002, p. 13)

Por otra parte, respecto a la definición de (Núñez, 2004) “Los nuevos desafíos del mercado implican nuevos paradigmas de pensamiento no sólo en términos empresariales sino, en términos académicos” (p. 2)

Otros autores han afirmado lo siguiente:

Existe escasa información sobre los elementos que impulsan a las personas a emprender la creación de una nueva empresa. Este desconocimiento se atribuye a la falta de datos sobre los procesos de gestación que anteceden al establecimiento definitivo de un nuevo negocio. En su mayoría, los análisis han empleado el trabajo autónomo como indicador del comportamiento empresarial y han recurrido a modelos aditivos lineales para explicar el fenómeno del "emprendimiento".

Los modelos resultantes no han tenido mucho éxito en las predicciones y la concepción difiere de las características más destacadas en las narrativas típicas de emprendimiento empresarial. Estas historias personales resaltan la combinación singular de eventos que conduce al inicio de una nueva empresa. Contrariamente, un estudio piloto que identificó a individuos involucrados en el desarrollo de nuevas empresas ofrece insights sobre los negocios en fase de gestación.

El análisis preliminar, que emplea la Detección Automática de Interacción (AID), investiga las combinaciones exclusivas de eventos que subyacen a la decisión de emprender la creación de una nueva empresa. Se revela que siete de cada diez nuevas empresas en Estados Unidos son iniciadas por individuos de entre 25 y 34 años, que poseen empleos a tiempo completo, a tiempo parcial o que gestionan otro negocio. Además, se observa un respaldo limitado al impacto del desempleo o de una "restricción de liquidez" en el proceso de creación de empresas. (Reynolds, 1997)

Ilustración 3 Fases del nacimiento de una empresa

Fases	Descripción	
Adquisición de Motivación	Se refiere a la búsqueda de estímulo y compromiso para lograr el objetivo de establecer una empresa (desde el individuo mismo, los grupos relacionados, la comunidad y la familia)	} ETAPA DE CONCEPCIÓN
Búsqueda de Ideas	Se refiere a encontrar una idea en la cual parezca razonable gastar tiempo en su evaluación. O una forma alternativa de establecer una empresa (a través de franquicias, licencias, etc.)	
Validación de la Idea	Se refiere al evaluación técnica y comercial del producto.	→ 1ª. Transición
Identificación de los recursos	Se refiere al desarrollo del plan de cómo establecer la empresa. Esto implica identificar los recursos requeridos, el tiempo, los proveedores adecuados y otras fuentes de asistencia.	} ETAPA DE GESTACIÓN
Negociación para crear la empresa	Se refiere a la aplicación del plan, es decir el contacto y negociación con los clientes, los proveedores, los bancos, los empleados, el estado, etc.	
Nacimiento de la empresa	Se refiere al desarrollo de los sistemas, rutinas, habilidades y relaciones necesarios para el funcionamiento de la empresa.	→ 2ª. Transición

Fuente: Gibb y Ritchie (1982)

Fuente: Recuperado de Fernando (Graña, 2002, p7).

Ecoturismo

Eco

El prefijo **Eco** puede relacionarse hoy en día fácilmente con palabras como ecología, ecológico, ecosistema. En todos los casos hablamos de palabras que hacen referencia a la naturaleza y en el caso específico de la ecología, estamos además señalando una ciencia o estudio relativamente nuevo que tiene por objetivo el cuidado y la preservación del medio ambiente. (Bembibre, 2012)

Turismo

Se conoce con el término de turismo a todas aquellas actividades que los seres humanos realizan cuando viajan y permanecen de corrido por el término de menos de un año fuera de su entorno habitual con un fin preeminentemente vacacional y de ocio. (Ucha, 2009)

Conforme a la definición de The British Ecotourism Market (2002, citada por la Organización Mundial del Turismo, Sf) *el término «ecoturismo» se aplica a toda forma de turismo que reúne las siguientes características:*

1. *Gira en torno a la naturaleza y la principal motivación de los turistas es la observación y la apreciación del entorno natural, así como de las culturas tradicionales prevaletentes en las zonas naturales.*
2. *Incluye aspectos pedagógicos y de interpretación de la naturaleza.*
3. *Por lo general, aunque no siempre, la organización está a cargo de operadores turísticos especializados y se orienta a grupos reducidos. En los destinos, los proveedores de servicios asociados suelen ser empresas pequeñas de propiedad local.*
4. *Minimiza los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural.*
5. *Contribuye al mantenimiento de las zonas naturales que constituyen el atractivo ecoturístico, ya que:*
 - *genera beneficios económicos para las comunidades receptoras, las organizaciones y las autoridades que gestionan las zonas naturales con fines de conservación;*
 - *ofrece a las comunidades locales oportunidades alternativas de empleo e ingresos;*
 - *potencia la sensibilización de las poblaciones locales y de los turistas respecto a la importancia de la conservación de los bienes naturales y culturales.*

La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha estado involucrada en la promoción y desarrollo del ecoturismo desde la década de 1990. En este contexto, ha elaborado un conjunto de directrices que se centran en la estrecha relación entre las áreas protegidas y el turismo. El objetivo de estas directrices es asegurar que el turismo contribuya a los propósitos de conservación de las áreas protegidas sin generar impactos negativos sobre ellas.

En el contexto del Año Internacional del Ecoturismo declarado en 2002, la Organización Mundial del Turismo (OMT) llevó a cabo diversas iniciativas con el objetivo de fomentar la coexistencia armoniosa entre la actividad turística y la preservación de la biodiversidad y los valores culturales en áreas naturales. Estas acciones incluyeron la organización de conferencias regionales y la Cumbre Mundial del Ecoturismo. Además, la OMT publicó directrices y metodologías para el desarrollo del ecoturismo, así como estudios de mercado. Asimismo, brindó apoyo a actividades a nivel regional y nacional, buscando promover prácticas sostenibles y responsables en el ámbito del ecoturismo.

En respuesta a la solicitud de la Asamblea General de las Naciones Unidas, la Organización Mundial del Turismo (OMT) elaboró un informe detallado sobre las acciones emprendidas por los Estados y las principales organizaciones internacionales durante el Año Internacional del Ecoturismo. Este informe buscaba proporcionar una visión integral de las iniciativas y esfuerzos realizados en el ámbito del ecoturismo a nivel mundial.

Además, la OMT llevó a cabo una serie de informes específicos sobre los mercados, con el propósito de profundizar en el conocimiento de siete países considerados como mercados emisores significativos para el ecoturismo. Estos informes posiblemente ofrecieron análisis detallados sobre las tendencias, preferencias y comportamientos de los

turistas en relación con el ecoturismo en esos países particulares. (Organización Mundial Del Turismo, 2002)

Durante muchos tiempos aproximadamente más de dos décadas el tema ecoturismo ha sido uno de los temas más tratados debido que lo incluyen en el sector del turismo; Se ha destacado ciertos componentes esenciales que el ecoturismo tiene en los sectores turístico.

Muchos autores piensan o expresan diferente cuando se refieren a el ecoturismo por eso es de destacar los aportes que nos brinda el padre del turismo, ecoturismo y turismo sostenible. Según (Ceballos-Lascuráin, 1992),

El ecoturismo es aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales. (p. 84)

Por otro lado, se afirma según Quintero y Bernal (2017) el ecoturismo es uno de esos conceptos que por la ambigüedad que abarca su significado, pretende integrar conceptos tanto de lo económico, como en lo ambiental. Es un concepto práctico, cuya pretensión es generar un equilibrio entre el beneficio económico y el cuidado del medio ambiente, por lo que ha sido complejo llegar a un acuerdo en cuanto a su concepción específica y unificada. (p. 8)

Asimismo, Fernández (2003) valora que “el ecoturismo es uno de los productos especializados considerados fundamentales para la diversificación de la oferta cualificada del sector turismo en Colombia tanto para el mercado nacional como para el internacional” (p. 26).

El ecoturismo se menciona por primera vez o se escucha monótonamente a partir de la década de los 80's donde se referían a términos turísticos sostenible, verde, naturaleza, responsable, ético. Con el fin moderno (MinComercio., 2012). señala que: “el ecoturismo se asocia con turismo rural, de campo, verde, de aventura, entre otros, especialmente a nivel comercial, con el fin de atraer viajeros generando lucro”.

Estudio Mercado

Para alcanzar ciertos objetivos en un proyecto de viabilidad es fundamental tener en cuenta el estudio de mercado donde Según Kotler (1996): “La investigación de mercados es la planeación, recopilación y análisis de la información relevante para la toma de decisiones en las estrategias de marketing de las organizaciones”.

Según (Urbina, 2010) “El estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (p.7).

Por otro lado, Según Urbina (2010), el estudio de mercado desempeña un papel fundamental al anticipar una política de precios adecuada, analizar la estrategia óptima de comercialización y abordar la primera interrogante crucial: ¿existe un mercado viable para el producto que se pretende desarrollar? En caso de obtener una respuesta afirmativa, el estudio prosigue.

Sin embargo, si la respuesta es negativa, se plantea la posibilidad de llevar a cabo un nuevo estudio más preciso y confiable. En situaciones en las que la intención de invertir en el proyecto es inquebrantable y no se identifica una demanda potencial clara para el producto, se sugiere aumentar de manera

significativa la inversión en mercadotecnia y publicidad. Este enfoque tiene como objetivo impulsar vigorosamente la aceptación del nuevo producto en el mercado. (Urbina, 2010),

Por lo que tiene como un gran objetivo ayudar al fabricante o vendedor a saber encontrar el plus del deseo al comprador y consumidor identificando sus placeres al momento de comprar. Pero para eso se necesita una buena investigación donde se pueda recopilar información acertada donde la información que resulte sea apropiada a la hora de tomar una decisión.

Mercadotecnia

La mercadotecnia según Kotler y Armstrong (2013) lo define como “un proceso social y directivo mediante el que los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de valor con los demás.” (p. 5).

“La mercadotecnia también se debe de comprender no en el sentido de hacer una venta si no en el sentido de satisfacer las necesidades de los clientes” (Kotler y Armstrong, 2013, p. 5).

En otra definición que es importante y que hay que tener en cuenta es la de De la Garza (2009) “la mercadotecnia es la actividad humana dirigida a satisfacer las necesidades, carencias y deseos de los consumidores por medio de procesos de intercambio.” (p. 2).

Otra semejanza muy bien aportada por Stanton (2007) Define “La mercadotecnia es un sistema global de actividades de negocios, proyectados para planear, establecer el precio, promover y distribuir bienes y servicios que satisfacen deseos de clientes actuales y potenciales.”

Por otro lado, Pride y Ferrel (1997) nos habla que la mercadotecnia “es el proceso de crear distribuir, promover y fijar precios de bienes, servicios e ideas para facilitar la satisfacción de relaciones de intercambio en un entorno dinámico” (p. 4).

Analizando los autores y su pensamiento referente a la mercadotecnia todos tiene una palabra en común y es **Intercambio**; Donde describe que se utiliza contrastantemente en las relaciones de dos procesos o exponentes, así como lo expresa Kotler & Armstrong (2013) en la siguiente ilustración 2 del concepto mercadotecnia “ considera que el logro de las metas organizacionales dependen de determinar las necesidades y los deseos de los mercados meta y de facilitar la satisfacción deseada con mayor efectividad y eficiencia que los competidores” (p. 20).

Ilustración 4 Tres consideraciones que sustentan el concepto de mercadotecnia.



Fuente: Recuperado de (Kotler y Armstrong, 2013, p. 12).

Estudio administrativo

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa.

Además, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con el propósito de plantear un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Logrando un muestreo del aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que se debe tener en cuenta en la clasificación para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas. (Parra, López, Pellat, y Puerta, p. 1)

Según Koontz y Weihrich (2002, citado por Marín y Atencio, 2008) “el proceso administrativo comprende las actividades interrelacionadas de: planificación, organización, dirección y control de todas las actividades que implican relaciones humanas y tiempo” (p. 163).

Según Marín Portillo y Cárdenas (2008), la tarea primordial de la administración consiste en interpretar los objetivos establecidos por la organización y convertirlos en acciones organizacionales mediante la planificación, organización, dirección y control de todas las actividades llevadas a cabo en las distintas áreas y niveles de la empresa. El propósito de estas acciones es lograr los objetivos de la manera más apropiada para la situación particular. (p. 3)

La administración comprende diversos elementos, para su ejecución es necesario establecer procedimientos mediante los cuales se puedan generar soluciones claras a problemas determinados, dentro de todo proceso los patrones establecidos siguen una serie de normativas y controles que permiten regular sus acciones.

Estudio ambiental

Respecto al enfoque estudio ambiental Según Salazar y Montoya, et al (2014) El desarrollo sostenible y ámbito Internacional La sostenibilidad implica para las empresas actuar de manera responsable con el desarrollo de las generaciones futuras. Y mientras en Colombia apenas se dan los primeros pasos en estos temas, algunos países europeos ya toman una cantidad

de complejas decisiones ambientales con implicaciones financieras para las cuales se requiere un costeo preciso en los métodos de tratamiento ambiental existentes y los que se puedan proponer a futuro. (p. 178)

En Reino Unido, la UK Environmental Protection proporciona un sistema de créditos para el reciclaje que ofrece incentivos económicos para asegurar que los componentes de la corriente de desechos se reciclan, lo que de otra manera no se podría hacer. La idea detrás de este sistema, implementado desde 1992, es que cualquiera que remueva materiales de la corriente de desechos puede recibir la cantidad de dinero que de otra manera la autoridad local tiene que pagar para recogerlos y disponer de ellos.

Esto requiere calcular los costos de disposición de desechos tanto a corto como a largo plazo (Business Strategy and the Environment, 2017). Por su parte, Brasil y Uruguay se destacan en Latinoamérica como países pioneros en la adopción de políticas, incentivos y prácticas de carácter económico-ambiental de este tipo.

En Brasil, por ejemplo, el Consejo Federal de Contabilidad (CFC) por medio de la Resolución 774 de 1994, pone de relieve las exigencias de protección del medio ambiente como un factor que puede poner en peligro la continuidad de las organizaciones tanto como de la humanidad (Rodríguez y de Oliveira, 2009).

Teniendo en cuenta lo descrito, por ahora es posible afirmar que uno de los retos más grandes que enfrentan los gobiernos y la sociedad actual consiste en crear, o por lo menos contribuir, desde distintas disciplinas a la construcción de un modelo donde Economía, Sociedad y Medio Ambiente confluyen íntegramente hacia un equilibrio de intereses que permita un desarrollo sostenible de verdad.

Estudio técnico

De acuerdo con Rosales (2005), un estudio técnico tiene como finalidad proponer y evaluar diversas opciones tecnológicas para la producción de bienes o servicios necesarios.

Este análisis no solo permite verificar la viabilidad técnica de cada opción, sino que también identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para llevar a cabo el proyecto. En consecuencia, proporciona información crucial sobre los costos de inversión y operación, así como el capital de trabajo requerido para la ejecución del proyecto. (Rosales, 2005)

Por otro lado, (Facultad de Economía – UNAM, sf) Dice El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

Ahora bien, el alcance del estudio técnico según Urbina (2010) “El estudio técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal”. (p.7).

Según Chain y Chain (2003) el Objetivo del Estudio Técnico, es identificar la función de producción óptima que garantice la utilización eficiente y efectiva de los recursos disponibles en la fabricación del bien o servicio deseado. A partir de la elección de esta función óptima, se pueden determinar las exigencias de equipos, maquinaria, mano de obra, insumos y materias primas, entre otros aspectos. Este análisis facilita la cuantificación precisa de los costos de operación asociados al proceso productivo.

Analizado lo expuesto por los señores Chain y Chain sobre el objetivo del estudio técnico vemos que Gabriel Baca Urbina en su libro Evaluación de Proyectos (6 ed.) también expresa Objetivos y generalidades del estudio técnico.

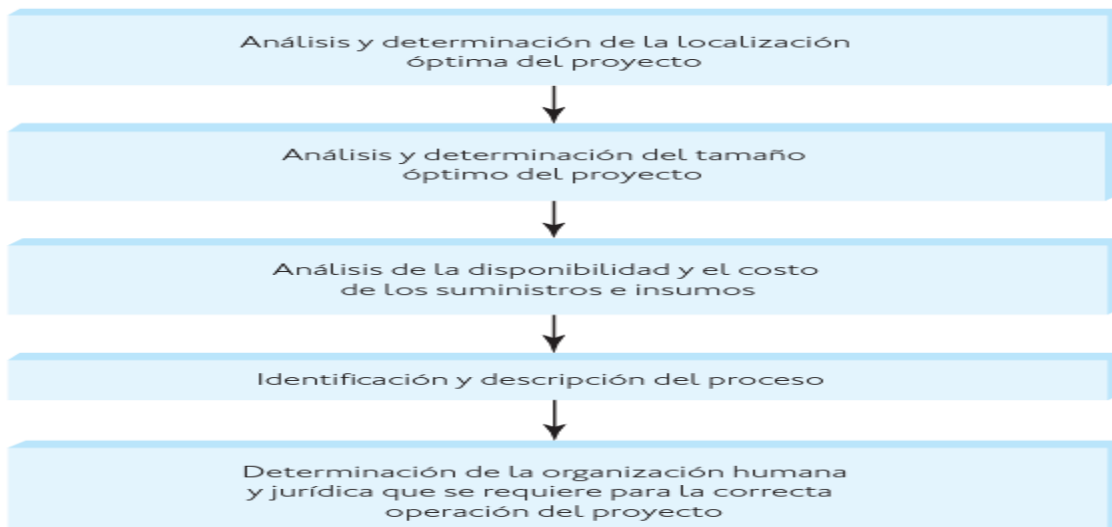
Los objetivos del análisis técnico-operativo de un proyecto se desglosan de la siguiente manera:

- Confirmar la viabilidad técnica para la fabricación del producto propuesto.
- Analizar y definir el tamaño, la ubicación, los equipos, las instalaciones y la organización óptimos necesarios para llevar a cabo la producción.

En síntesis, el análisis técnico-operativo de un proyecto busca responder preguntas clave relacionadas con la ubicación, cantidad, momento, método y recursos necesarios para producir el bien o servicio deseado. Por lo tanto, este aspecto abarca todos los elementos vinculados al funcionamiento y operación efectiva del proyecto. (Urbina, 2010, p. 74).

Las partes que conforman el estudio técnico se muestran en la ilustración 4.

Ilustración 5 Partes que conforman un estudio técnico.



Fuente: Tomada de (Urbina, 2010, p. 75).

Así entonces, en el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico tiene como objetivo principal proporcionar información esencial para cuantificar tanto las inversiones necesarias como los costos operativos asociados a esta área específica del proyecto.

Estudio Legal

Cuando se tienen las ideas claras, se deben seguir los siguientes pasos para crear legalmente una empresa en Colombia:

(World Legal Corporation, 2020) Indica que el proceso para abrir una empresa implica varios pasos esenciales:

- Elección del nombre o Razón Social: Verificar la disponibilidad en la Cámara de Comercio a través del Registro Único Empresarial (RUES).
- Definición del tipo de sociedad: Determinar si la empresa será una persona jurídica, representada por una o varias personas físicas, o si corresponderá a una persona natural.
- Definición de la actividad económica: A través del sitio web de la Cámara de Comercio de la ciudad, encontrar el código CIIU del rubro de la empresa.
- Establecimiento de estatutos: Crear los estatutos de la empresa, documento crucial que establece los roles de los socios y miembros, recomendándose la revisión por un abogado.
- Registro Único Tributario (RUT): Iniciar el proceso en la DIAN para obtener el pre-RUT, necesario para obtener el NIT o Número de Identificación Tributaria.
- Apertura de cuenta bancaria: Abrir una cuenta a nombre de la empresa con el nombre registrado y el certificado de pre-RUT. Luego, obtener el RUT definitivo de la DIAN.
- Inscripción en la Cámara de Comercio: Este paso es fundamental para la constitución legal de la empresa en Colombia y para acceder a beneficios tributarios.

- Certificado de Uso del Suelo: Tramitarlo en el Departamento Administrativo de Planeación Municipal o en la Oficina de Urbanismo de la ciudad donde estará establecida la empresa.
- Certificado de Seguridad: Cumplir con las normas de seguridad establecidas por las autoridades y obtener la aprobación de un supervisor municipal para obtener el certificado.
- Inscripción en el Sistema de Seguridad Social: Registrar a los empleados de la empresa en el Sistema de Seguridad Social y otras instituciones relacionadas con los trabajadores.
- Otras certificaciones específicas: Dependiendo del rubro y actividades de la empresa, obtener certificados como Concepto Sanitario, Concepto Ambiental, Concepto de Manipulación de Alimentos, entre otros, conforme a los requisitos específicos.

También define según Departamento Nacional de Planeación República de Colombia, (2013) “El estudio legal busca determinar la viabilidad de las alternativas de solución propuestas a la luz de las normas que lo rigen, en cuanto a usos de suelo, patentes y legislación laboral entre otras”.

En el área legal la nación colombiana ha venido trazando una amplia legislación de gran importancia para la conservación de los recursos naturales. Para ello ha implementado leyes y normas que ayuden de esta. Resaltamos la constitución política de 1991, debido a que garantiza o protege el derecho que todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. (artículo 79) (Departamento Nacional de Planeación República de Colombia, 2013)

Con base de los parámetros que necesita el estudio de viabilidad de la empresa Ecosinú referente a la evaluación financiera implementaremos unos pasos que resaltaron de manera específica y eficaz los paso a paso que tendremos en cuenta al momento de ejecutar el proyecto.

Presupuesto de inversiones

- Capital de trabajo: Efectivo y bancos, Inventario de materia prima, cartera de cuentas por cobrar.
- Inversiones fijas: Terrenos, Construcciones y obras civiles, Maquinaria y equipo.
- Inversiones diferidas: Gastos de organización y de montaje, estudios técnicos, jurídicos, ambientales.

Presupuesto de costos de operación

- Costos de producción o fabricación: Costos variables (materias primas y materiales directos, mano de obra directa con Prestaciones), Costos fijos (materiales e insumos indirectos, mano de obra indirecta con prestaciones)
- Gastos de administración: Salarios ejecutivos y administrativos
- Gastos de ventas y comercialización: Gastos de comercialización
- Costos por depreciación y amortización
- Costos financieros: Intereses del capital prestado, amortización de la deuda.

Presupuesto de ingresos

- Ventas esperadas
- Otros ingresos esperados.

Diseño metodológico

Método de investigación

La creación de la empresa ecoturística se basa en el método mixto, cuantitativo y cualitativo.

Cuantitativo

Los métodos cuantitativos son más fuertes en validez externa ya que con una muestra representativa de la población hacen inferencia de dicha población a partir de una muestra con una seguridad y precisión definidas, por lo tanto una limitación de los métodos cualitativos es la dificultad para generalizar, por otro lado la investigación cuantitativa con las pruebas de hipótesis no solo permite eliminar el papel del azar descartar o rechazar una hipótesis, sino que permite cuantificar la relevancia de un fenómeno midiendo la reducción relativa del riesgo (Calero, 2000)

Este proyecto va encaminado a una empresa ecoturística que busca establecerse en el municipio de Tierralta en el departamento de Córdoba. Por otra parte, se trabajarán con las encuestas previamente realizadas a habitantes del departamento de Antioquia, Bolívar y Córdoba, especialmente en el municipio Tierralta.

Cualitativo

Taylor y Bogdan (1987) “definen a la metodología cualitativa en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable”. (p. 7)

En este plan seleccionaremos habitantes de los departamentos de Antioquia, Bolívar y Córdoba, para determinar información detallada de las personas encuestadas.

Tipo de estudio

La investigación se basa en el tipo de **estudio descriptivo**, debido a que una de las características del trabajo son la geografía y demografía del territorio, comportamiento de los habitantes de Córdoba. Por lo tanto, también se recopiló información por medios de encuesta utilizando informes investigativos.

Fuentes de información

Fuente primaria: Esta es toda información que tenemos a la mano donde tenemos información originaria del sector, fuentes de personas que habitan en el territorio o acontecimientos que ocurren en el diario; investigación informativa que proviene de encuesta, entrevista observación y opinión.

En este estudio realizaremos una encuesta con una secuencia en donde le preguntaremos a personas que residen en los territorios de Córdoba y específicamente en Tierralta y ciertos límites de Bolívar en Antioquia. Donde así, podremos estructurar un objetivo claro basado en el estudio del mercado.

Fuente secundaria: Este tipo de fuente se recurrirá a páginas web, índices, manuales de turismo y/o ecoturismo, fuentes geográficas y todos aquellos materiales que mediante la búsqueda virtual que podamos utilizar se proporcione información actuales y confiables

Población

La población se puede considerar que es la totalidad de donde se puede aplicar y realizar la investigación. La población objeto de estudio del estudio está conformada por las personas con edades entre 20 y 64 en la región de Urabá, en total 359.590 estudio socio económico CCU 2020 según el DANE.

Muestra

La muestra es solo una parte del todo que es el objeto de investigación.

Para determinar la muestra se aplicó la siguiente fórmula, tomada de (Aguilar, 2005, p.5)

Donde:

$$n = \frac{NZ^2pq}{d^2(N - 1) + Z^2pq}$$

Donde:

N = Total población.

Z = Nivel de confianza.

d = Margen de error.

p = Porcentaje de éxitos.

q = Porcentaje de fracasos

Datos:

N = 226825

Z = 1.96

d = 0.1

p = 0.5

q = 0.5

$$n = \frac{123.980 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{10\%^2(123.980 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n= 96

123.980 = Población Tierralta año 2023

Tipo de muestreo

Se utilizará el muestreo no probabilístico por conveniencia; ya que esta técnica no se les brindará a todos los habitantes de Tierralta u Córdoba, tal motivo hace que la oportunidad sea selectiva.

Fase 1: Estudio de mercado del proyecto. El estudio de mercado se realiza a través de una encuesta con el objetivo de identificar percepciones, expectativas y factores relacionados con el comportamiento de los consumidores potenciales del negocio. Para lo cual se diseñó un

instrumento con veintidós (22) preguntas que abarcan aspectos relacionados con la oferta, la demanda, el producto, el precio, la plaza, la promoción, que servirán como base en el diseño de las estrategias de marketing.

Fase 2; 3; 4 y 5: representada en los estudios: estudio administrativo, estudio legal, estudio financiero se apalanca en función de los resultados de la investigación de mercado y la captación de información secundaria relacionada con la evacuación en cuestión: Información recabada en los informes de entidades públicas y privadas, web grafía, artículos libros e informes de diversas entidades y estudios relacionados.

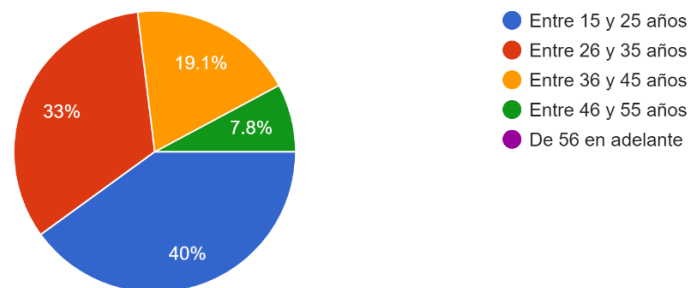
Resultados de la encuesta

De acuerdo a la encuesta realizada en el municipio de Tierralta Córdoba se obtuvo información valiosa acerca de las preferencias de los habitantes, que será de mucha ayuda para lograr nuestro objetivo como lo es la creación de un parque ecoturístico “**Ecosinú**” que será un proyecto que ayude con la economía de este municipio rico en flora y fauna y por otra parte aprovechar la riqueza turística que caracteriza a este municipio, a continuación les compartimos la información recolectada por medio de la encuesta realizada en el municipio de Tierralta Córdoba, la cual arrojó los siguientes resultados.

Gráfica 1

¿Cuál es su rango de edad?

115 respuestas

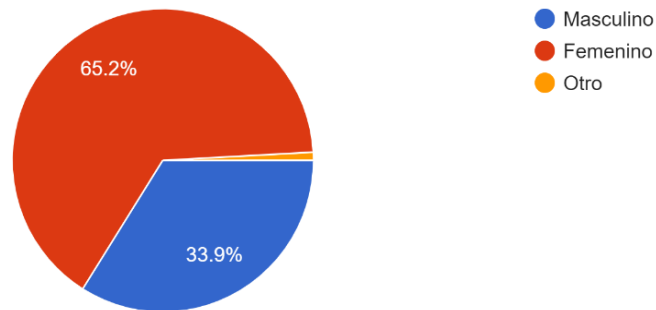


La Gráfica 1 revela que la distribución de las edades de las personas encuestadas se encuentra principalmente en dos rangos: 15 a 25 años, con un 40%, y 26 a 35 años, con un 33%. Además, se identificó un 7.8% en el grupo de edad de 46 a 55 años. En resumen, las visitas más frecuentes podrían ser realizadas por jóvenes y adultos.

Gráfica 2

¿Cuál es su género?

115 respuestas

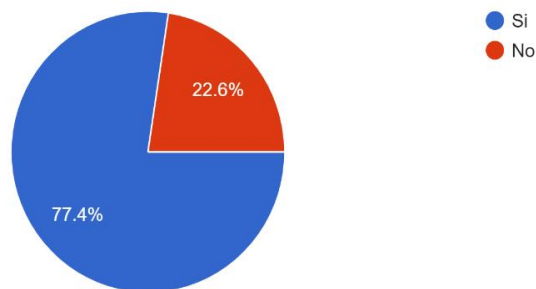


La Gráfica 2 indica que el sexo femenino es predominante, representando el 65.2%, seguido por el sexo masculino con un 33.9%. Hay una minoría de otro sexo, equivalente al 0.9%. Esto sugiere que, según la investigación, el sexo femenino es dominante en la muestra.

Gráfica 3

¿Ha visitado un parque ecoturístico como actividad recreacional?

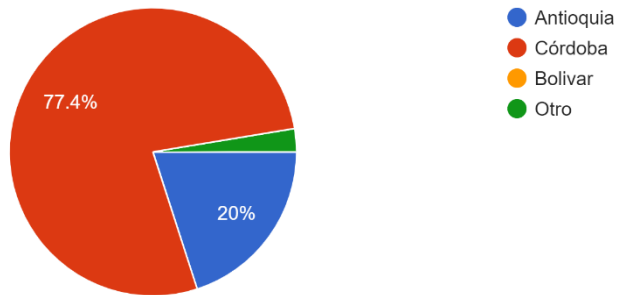
115 respuestas



La Gráfica 3, se observa que el 77.4% de la población ha participado, mayoritariamente visitando parques ecoturísticos, mientras que el 22.6% indica no haberlo hecho. Con base en estos datos, se puede concluir que la mayoría de la población ha asistido a lugares ecoturísticos.

Gráfica 4

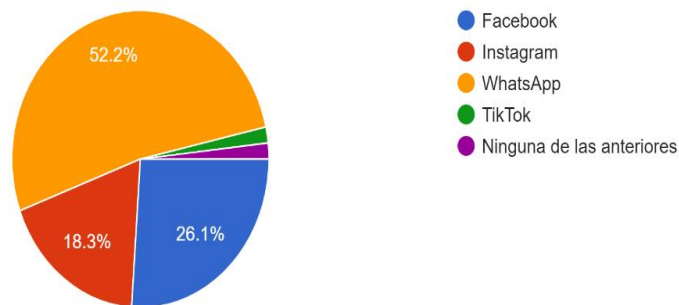
¿En qué departamento te encuentras?
 115 respuestas



En el Gráfico 4, se evidencia que el departamento principal abarca el 77.4% de la población, siendo Córdoba. Un 20% corresponde a Antioquia, y el 2.6% restante se distribuye en otros departamentos. Por lo tanto, se puede concluir que la mayoría de la comunidad encuestada pertenece al departamento de Córdoba.

Gráfica 5

¿Cuál es la red social que más utiliza?
 115 respuestas

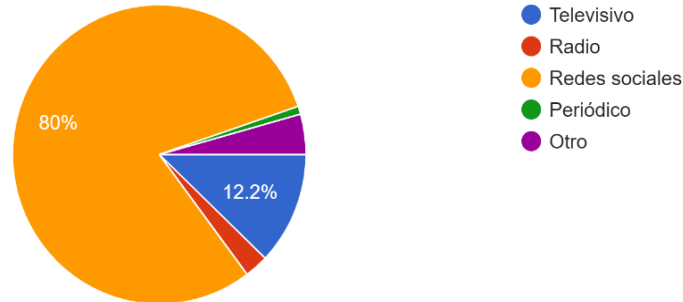


Según el Gráfico 5, WhatsApp es la red social más utilizada, alcanzando el 52.2% en la encuesta, seguida por Facebook con un 26.1%. En contraste, TikTok es la menos utilizada, registrando un 3.4%, o también la opción de ninguna de las anteriores.

Gráfica 6

¿A través de qué medio buscas informarte?

115 respuestas

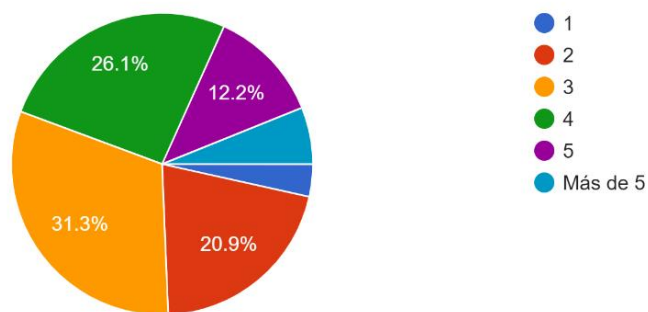


Según el Gráfico 6, el medio más empleado por la población se divide en tres categorías principales: el 80% utiliza redes sociales, el 12% prefiere la televisión, y un 7.2% opta por medios como la radio, periódico u otros. Estos resultados indican que las redes sociales son percibidas como el medio más informativo por la mayoría de la población encuestada.

Gráfica 7

¿Cuántas personas viven en su hogar?

115 respuestas

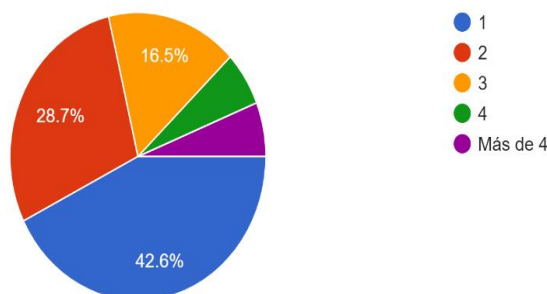


En el gráfico 7 aproximadamente el 78.3% de los hogares de las personas encuestados tienen de 2 a 4 personas, el resto se concentra en familias de 5 o más integrantes.

Gráfica 8

¿Cuántas veces al año visitas sitios turísticos?

115 respuestas

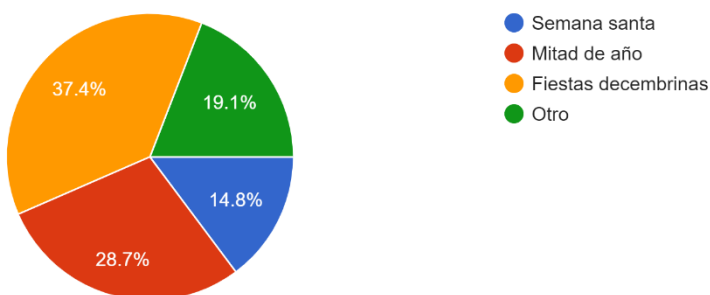


En la Gráfica 8 se representa la distribución de los encuestados según el número de visitas anuales a sitios turísticos. El 42.6% realiza una visita al año, el 45.2% visita de 2 a 3 veces anualmente, y un 12.2% frecuenta estos lugares 4 o más veces al año.

Gráfica 9

¿Cuál es la temporada del año en la que prefiere salir a pasear?

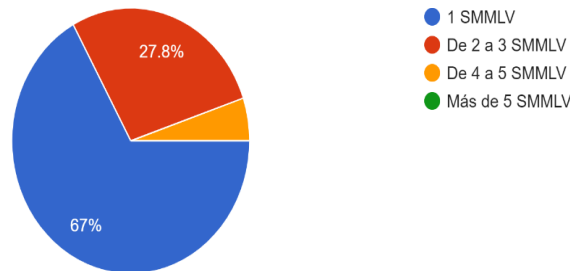
115 respuestas



La Gráfica 9 muestra las preferencias de la población en cuanto a la temporada del año para salir a pasear. Los resultados son los siguientes: un 37.4% prefiere las fiestas decembrinas, el 28.7% opta por la mitad de año, el 14.8% elige la semana santa, y un 19.1% indica otra temporada. Esto sugiere una distribución activa de actividades a lo largo de todo el año.

Gráfica 10

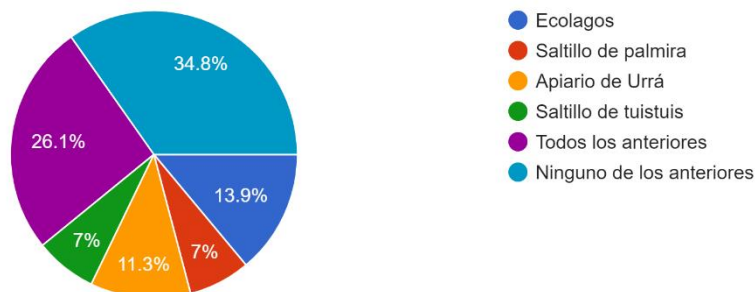
¿Cuál es su promedio de ingresos mensuales? (SMMLV : Salario mínimo mensual legal vigente)
115 respuestas



El Gráfico 10 revela un promedio elevado de ingresos mensuales en las familias del departamento de Córdoba, con una precisión del 67%. El 67% de las familias ganan 1 salario mínimo legal vigente, el 27.8% tienen ingresos entre 2 y 3 salarios mínimos legales vigentes, y el 5.2% perciben 4 salarios mínimos legales vigentes o más.

Gráfica 11

En el municipio de Tierralta. ¿Qué lugares turísticos conoces?
115 respuestas

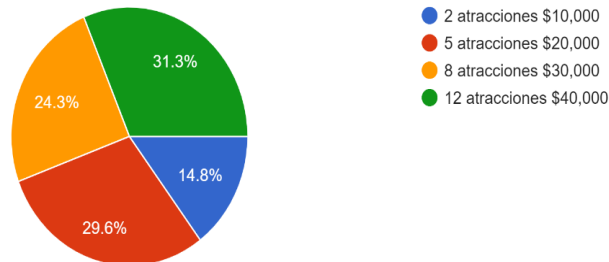


La Gráfica 11 indica una alta demanda de los sitios turísticos en Tierralta, ya que el 34.8% está familiarizado con Ecolagos y el 26.1% conoce todos los lugares mencionados. Esto sugiere un interés significativo por parte de la población en los sitios turísticos locales.

Gráfica 12

¿Cuánto está dispuesto a pagar por el servicio en un parque ecoturístico, en cuanto a las atracciones? (Por persona)

115 respuestas

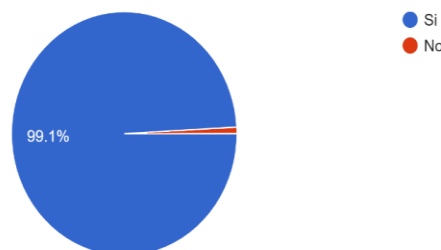


En la Gráfica 12, se presentan los resultados en relación con la cantidad de dinero que los pobladores están dispuestos a pagar por el servicio prestado en el parque ecoturístico. Los datos indican que un 14.8% está dispuesto a pagar \$10,000 por 2 atracciones, el 29.6% opta por \$20,000 por 5 atracciones, el 24.3% elige \$30,000 por 8 atracciones, y el 31.3% está dispuesto a pagar \$40,000 por 12 atracciones.

Gráfica 13

¿Le gustaría encontrar paquetes con precios fijos y paquetes promocionales?

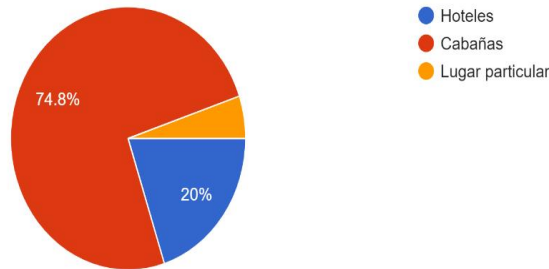
115 respuestas



En el Gráfico 13, se observa que un 99.1% de la población encuestada prefiere paquetes promocionales y/o precios fijos sin variedad. En contraste, el 0.9% restante de la población no prefiere que los precios estén fijados ni que existan paquetes promocionales.

Gráfica 14

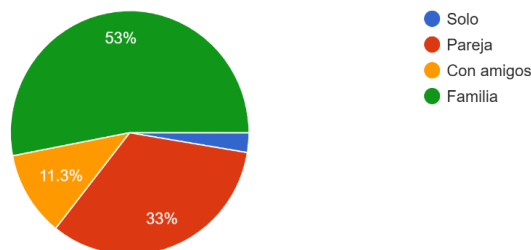
¿En qué lugar prefiere hospedarse?
 115 respuestas



La Gráfica 14 muestra que el 74.8% del total de la población prefiere hospedarse en cabañas, mientras que el 20% prefiere hoteles. Por último, un 5.8% elige un lugar particular. Se concluye que el porcentaje dominante prefiere hospedarse en cabaña.

Gráfica 15

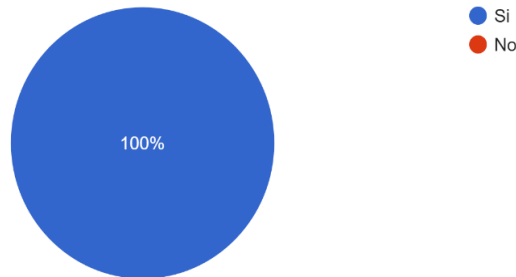
Al realizar un viaje. ¿Con quién prefieres ir?
 115 respuestas



La Gráfica 15 revela las preferencias de la población en cuanto a compañía durante sus viajes. El 53% disfruta viajar con la familia, seguido por las parejas con un 33%, mientras que un 11.3% prefiere viajar con amigos. Por último, el menos frecuentado es viajar solo, con un 2.7% de preferencia.

Gráfica 16

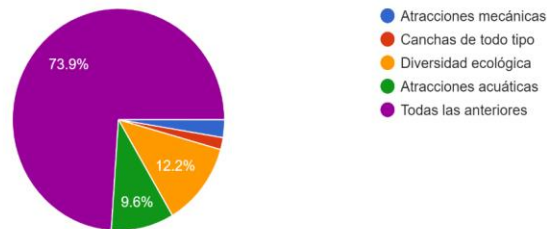
¿Le gustaría que existiera un parque Ecoturístico en Tierralta?
 115 respuestas



La Gráfica 16 demuestra de manera concluyente que el 100% de la población encuestada está de acuerdo con la existencia de un lugar ecoturístico en Tierralta.

Gráfica 17

¿Qué tipo de atracciones le gustaría en el parque Ecoturístico?
 115 respuestas

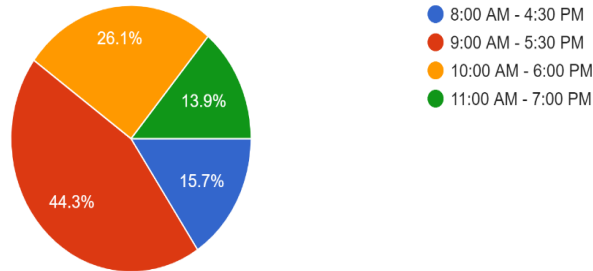


La Gráfica 17 refleja que las preferencias de los habitantes respecto a las atracciones que les gustaría encontrar en el parque ecoturístico. Donde un 9.6% expresó interés en atracciones acuáticas, un 12.2% mencionó la diversidad ecológica, y el 73.9%, que constituye la mayoría, prefiere todas las opciones anteriores. Además, un 4.3% indicó interés en canchas de todo tipo y atracciones mecánicas.

Gráfica 18

¿Cuál considera el horario adecuado para la presentación de los servicios del parque Ecoturístico?

115 respuestas



En la Gráfica 18, se define un horario de múltiples rotaciones según las preferencias de los habitantes para el servicio prestado en el parque ecoturístico:

Un 44.3% prefiere el horario entre las 9:00 am y las 5:30 pm.

Un 15.7% opta por el horario entre las 8:00 am y las 4:30 pm.

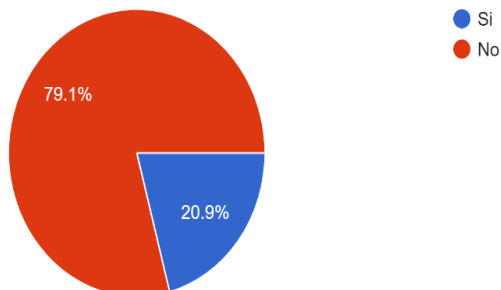
Un 26.1% elige el horario entre las 10:00 am y las 6:00 pm.

Un 13.9% prefiere el horario entre las 11:00 am y las 7:00 pm.

Dando como preferencia 9:00am a 5:30pm por su mayor porcentaje.

Gráfica 19

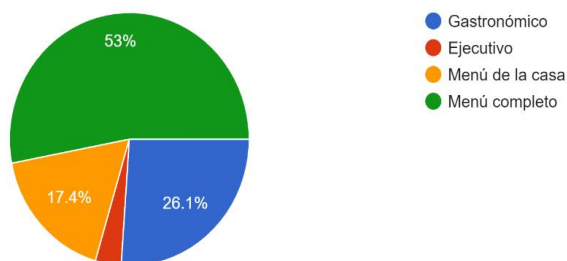
¿Considera que los parques Ecoturísticos en la zona son suficientes?
115 respuestas



En la Gráfica 19, los resultados indican que la cantidad de parques ecoturísticos en la zona no es percibida como suficiente, ya que el 79.1% de la población expresó esta opinión, mientras que solo el 20.9% consideró lo contrario. En conclusión, la mayoría de las personas piensan que los lugares ecoturísticos en esta zona son insuficientes.

Gráfica 20

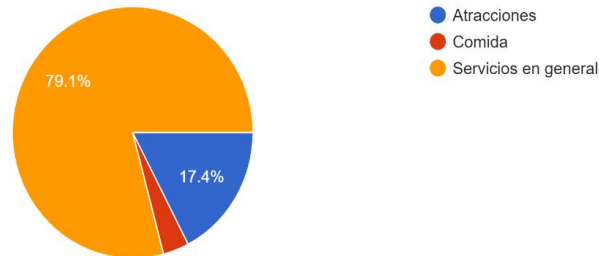
¿Qué tipo de menú le gustaría encontrar en un sitio turístico?
115 respuestas



La Gráfica 20 refleja las preferencias de la población en cuanto al menú que prefieren en el parque ecoturístico. Los resultados son los siguientes: un 26.1% prefiere opciones gastronómicas, el 17.4% opta por el menú de la casa, el 53% prefiere el menú completo, y el 3.5% elige opciones ejecutivas. Esto sugiere que el menú completo es dominante entre la población encuestada.

Gráfica 21

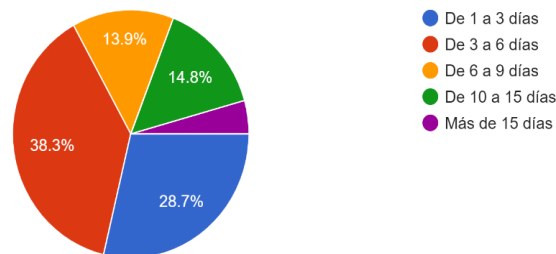
¿Qué es lo más importante para ti en un parque Ecoturístico?
 115 respuestas



La Gráfica 21 revela que la población prefiere un buen servicio en general, con un 79.1%. En contraste, el 17.4% prefiere atracciones y un 3.5% da prioridad a las opciones de comida. Esto indica una clara preferencia por la calidad del servicio en general por parte de la población encuestada.

Gráfica 22

¿Cuántos son los días aproximados que sales de vacaciones?
 115 respuestas



La Gráfica 22 muestra que las vacaciones permanentes, con una duración de 1 a 6 días, son más frecuentes, representando aproximadamente el 67%. En comparación, las vacaciones con una duración de 10 días a 15 días o más son menos comunes, abarcando alrededor del 33%.

Estrategias para la gestión de mercado

Se implementará una planificación de mercado ejecutando las estrategias para que los turistas sean atraídos por los servicios, asegurando las necesidades de los clientes y la evolución del entorno empresarial por lo que a continuación tendremos tácticas de mercado.

Estrategias de precio

Se planteó fijar los precios de acuerdo con las ventas de los productos, en el cual se ha tomado en cuenta el costo neto total de los servicios que integra el paquete más una utilidad razonable.

Precios paquetes turístico

El precio total de los paquetes turísticos está ajustado por la suma de los costos más un 25% de ganancia. En la siguiente tabla tendremos el precio promedio de los paquetes turísticos y su contenido.

Tabla 1 Precio de venta de los paquetes turísticos

Paquetes	Duración Tour	Costo	Precio
Familiar 5 personas	2 días y 1 Noche	\$ 1.500.000	\$ 2.000.000
Pareja	2 días y 1 Noche	\$ 825.000	\$ 1.100.000
Individual	2 días y 1 Noche	\$ 600.000	\$ 800.000

Se identificó en la tabla anterior que a mayor escala de personal menor escala en los precios.

Estrategias de producto

En este caso, la propuesta se centra en brindar un servicio que capitalice los recursos naturales propios del municipio de Tierralta. La atención estará dirigida a satisfacer las necesidades y deseos de los visitantes, ofreciendo experiencias personalizadas y exclusivas adaptadas a las preferencias individuales de cada turista. La clave reside en proporcionar un servicio de alta calidad y una atención excepcional, respaldados por un equipo de personal capacitado y especializado en todas las áreas pertinentes para la operación de la empresa ecoturística.

Además, se establecerán alianzas estratégicas con empresas calificadas para proporcionar servicios de alimentación, seleccionando las mejores opciones disponibles en el municipio. En cuanto al alojamiento, se ofrecerán cabañas totalmente ecológicas que garantizarán comodidad en un entorno natural y campestre. Este enfoque se convertirá en un diferencial significativo en la región, destacando la preocupación por la sostenibilidad y la integración armoniosa con el entorno natural.

Estrategias de promoción

Basándose en la investigación de mercado, se ha decidido utilizar las redes sociales como aliadas en las estrategias promocionales, implementando el marketing digital para llegar al público objetivo y captar la atención de aquellos que disfrutan de navegar en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok, entre otras. Además, se planea ofrecer promociones en cada uno de los servicios, fomentando su replicación a través de WhatsApp, la red social más utilizada en la sociedad.

Adicionalmente, se contempla llegar a audiencias más amplias a través de la radio y la televisión, medios de comunicación que se identificaron como representativos en la encuesta

previa. Para consolidar la presencia en línea, se establecerá una plataforma en internet donde se desarrollará la imagen de la empresa ecoturística. Esta plataforma incluirá fotografías de los lugares exclusivos que ofrece, así como imágenes y foros relacionados con los eventos que se realicen en Ecosinú.

Estrategias de plaza

La estrategia de canales de distribución que adoptará el parque ecoturístico se fundamenta en las características de la estrategia de promoción, y uno de los puntos clave será la presencia en internet. A través de la implementación de portales digitales, se buscará vender y ofertar los servicios del parque. Además, se establecerán alianzas con agencias de viajes y plataformas de metabúsqueda online.

Adicionalmente, se contempla la colaboración con empresas de servicios alimenticios de alta calidad, así como con empresas especializadas en transporte terrestre, aéreo o acuático. Como parte de la estrategia, se priorizará la aparición en Google My Business, ya que esto fundamenta la credibilidad y la percepción de seguridad por parte de los clientes.

Potencial de la idea de negocio

importancia del ecoturismo en Colombia, aprovechando su posición como el segundo país más biodiverso del mundo. Se resalta la responsabilidad de proteger los recursos naturales y se menciona la ventaja competitiva que representa la biodiversidad para consolidar a Colombia como una potencia mundial en ecoturismo. Se subraya la riqueza en fauna y flora del país, con más de 56.000 especies registradas, y se destaca cómo empresas del sector turístico basan sus negocios en la filosofía verde, contando con el respaldo de ProColombia para atender mercados internacionales. (Procolombia, 2017)

Se señala que el turismo de naturaleza y aventura es prioritario en la estrategia de promoción internacional de ProColombia, alineado con el objetivo del Gobierno Nacional de convertir la industria turística en el principal generador de empleos y divisas. El texto destaca los pasos importantes que Colombia ha dado en materia de ecoturismo, con ocho normas técnicas creadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y una guía de buenas prácticas para prestadores de servicios en turismo de naturaleza elaborada por el Programa de Transformación Productiva (PTP). (Procolombia, 2017)

Finalmente, se resalta cómo algunos empresarios del sector reciben a viajeros extranjeros para mostrarles los paisajes colombianos, destacando el papel del turismo como fuente de empleo y contribuyendo a la conservación de los ecosistemas y la protección de las comunidades locales. (Procolombia, 2017)

Análisis del macroentorno

Dimensión tecnológica

La tecnología en Colombia ha venido creciendo en los últimos años, tanto así que actualmente este sector ocupa una parte importante en el producto interno bruto (PIB) y en el mercado laboral del país.

A través de la coparticipación financiera destinada al desarrollo de propuestas innovadoras en Tecnologías de la Información (TI) aplicadas al ámbito turístico en Colombia, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) y Colciencias buscan potenciar la creación de soluciones y aplicaciones tecnológicas dirigidas a abordar las necesidades identificadas en el sector turístico a nivel nacional. Dichas instancias gubernamentales han asignado la suma de \$4.300 millones para respaldar económicamente 12 proyectos de innovación destinados a fortalecer el ámbito turístico (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2016).

No obstante, la convocatoria tiene como objetivo fomentar la especialización de productos y servicios dentro de la industria de Tecnologías de la Información (TI), centrando sus esfuerzos en el fortalecimiento y la promoción de actividades y proyectos innovadores en TI dirigidos al ámbito turístico. Con ello, se busca acercar la investigación básica en tecnologías de la información al mercado correspondiente (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2016).

En este contexto, el propósito del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) con la iniciativa 'TIC y Turismo' es generar un valor añadido en las cadenas de producción asociadas al sector turístico a nivel nacional. Esto implica específicamente a hoteles, restaurantes, bares, empresas de transporte terrestre y aéreo,

agencias de viaje, así como a organizaciones que promueven el turismo y establecimientos comerciales vinculados con esta cadena de valor. Estos actores desempeñan un papel significativo en la economía nacional al generar empleo y productividad derivados de sus actividades (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2016).

Adicionalmente, mediante estas iniciativas de financiamiento conjunto para proyectos de Tecnologías de la Información (TI), estamos estimulando el desarrollo de un sector tan crucial para la economía nacional, como es el turismo. Este enfoque no solo impactará positivamente en la creación de empleo, sino que también contribuirá al fortalecimiento de la industria y a una ampliación de la oferta de destinos y servicios para los viajeros.

El ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, David Luna Sánchez, afirmó: "Buscamos aprovechar la tecnología en beneficio de los colombianos, promoviendo el bienestar de la población a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación" (TIC, 2016)

Fuente: (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), 2016)

Económica

Colombia ha mantenido una gestión macroeconómica y fiscal prudente, respaldada por un régimen de inflación objetivo, un tipo de cambio flexible y un marco fiscal basado en una regla fiscal moderna. Estos elementos proporcionan una sólida base para garantizar la estabilidad macroeconómica, un factor clave en la reducción de la pobreza. (Banco Mundial, 2023)

Sin embargo, a pesar del robusto crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) a una tasa del 7,3% en 2022, la economía experimentó un sobrecalentamiento, manifestado en una

actividad económica superior a su potencial, una inflación acelerada y un elevado déficit de cuenta corriente. (Banco Mundial, 2023)

A medida que el impulso del consumo reprimido durante la pandemia disminuya, las políticas monetaria y fiscal se mantengan restrictivas, y la demanda externa permanezca débil, se anticipa que el PIB crecerá solo un 1,7% en 2023. Este ajuste es necesario para corregir los desequilibrios internos y externos. (Banco Mundial, 2023)

Se proyecta que el crecimiento se recupere gradualmente a un 2,0% en 2024 y un 3,2% en 2025, a medida que la demanda externa se reactive y la inflación y las tasas de interés disminuyan. A finales de 2022, la inflación alcanzó el 13,1%, atribuida a la fuerte demanda interna, la inercia inflacionaria, la indexación de rentas, las pérdidas de cultivos debido a las intensas lluvias y la depreciación del peso colombiano. (Banco Mundial, 2023)

A pesar de este crecimiento económico, se estima una reducción modesta en la pobreza en 2022, ya que la inflación, especialmente en alimentos, afectó las ganancias en los ingresos laborales, disminuyendo en aproximadamente un 5% la reducción de la tasa de pobreza nacional. El fenómeno de La Niña ha impactado a más de 750,000 personas y causando daños en viviendas, cultivos e infraestructura en sectores clave como salud, educación y transporte. Se prevé que la pobreza se estanque en 2023, ya que el menor crecimiento dificultará la recuperación de los ingresos laborales. (Banco Mundial, 2023)

Social y demográfica

Una serie de factores, como un acceso mejorado al sistema de salud, la urbanización, niveles educativos más altos y una mayor igualdad de género en el mercado laboral, han contribuido a la disminución de las tasas de mortalidad y natalidad en Colombia. A lo largo del tiempo, se han observado cambios demográficos por grupos de edad, los cuales quedan

reflejados en los valores absolutos o la cantidad de personas en los distintos segmentos de las pirámides poblacionales. (Programa de las Naciones Unidas, 2023)

En consecuencia, la estructura demográfica se revela como un elemento relevante, ya que configura la vida social y económica, así como las demandas sociales de la sociedad. Una población predominantemente joven implica un potencial laboral significativo que puede ser aprovechado si se crean condiciones propicias para el desarrollo del mercado laboral. (Programa de las Naciones Unidas, 2023)

En este contexto, se intensificaría la actividad económica, aumentaría la productividad y se generarían mayores oportunidades de ingresos en los hogares. Por otro lado, poblaciones con predominancia de niños o personas de edad avanzada presentarán mayores demandas en los sistemas de salud y protección social, con dinámicas menos intensivas en el mercado laboral y la economía. (Programa de las Naciones Unidas, 2023)

La actual estructura poblacional en Colombia, donde prevalece una población joven, se conoce comúnmente como "bono demográfico" o "ventana de oportunidades demográficas". Desde una perspectiva temporal, esta situación representa una oportunidad para aprovechar la abundancia actual de la población en edad de trabajar, centrándose en el mercado laboral, la generación de ingresos y el crecimiento inclusivo en las agendas públicas. Al mismo tiempo, permite anticiparse al futuro mediante la promoción del ahorro y el fortalecimiento de los sistemas de salud y protección social. (Programa de las Naciones Unidas, 2023)

Política

En el ámbito internacional, los temas ambientales han adquirido una importancia sin precedentes, ya que se discuten los modelos de desarrollo que afectan la supervivencia de

diversas especies, incluida la humana. Paralelamente, el turismo ha ganado una significativa relevancia al representar una actividad en constante crecimiento, involucrando a un número creciente de personas y desarrollando una importante función educativa. Inicialmente considerados como antagónicos, en la actualidad, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial han unido sus esfuerzos para alcanzar objetivos comunes centrados en la conservación de los recursos naturales, la generación de beneficios para las comunidades locales y el logro de un descanso y disfrute sostenible para los visitantes. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2003).

A pesar de esta colaboración, en muchos casos, las ofertas turísticas no han sido debidamente cualificadas y servicios comercializados bajo la etiqueta "eco" carecen de un diseño de producto responsable, conduciendo, en lugar de contribuir a la conservación, a la destrucción de los recursos naturales. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2003).

Ante esta realidad, es imperativo, antes de formular los elementos de la política, aclarar conceptos, avanzar en la regulación normativa de las actividades ambientales y turísticas, explorar la formulación de políticas en ambos sectores y realizar un breve diagnóstico del desarrollo del ecoturismo en Colombia (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2003).

Legal

Que la actividad turística es un derecho social de las personas que se desarrolla con observancia de los principios del desarrollo sostenible y propende por la conservación e integración del patrimonio cultural, natural y social, y conduce al

mejoramiento de la calidad de vida de la población, el bienestar social, el crecimiento económico y la satisfacción del visitante, sin agotar la base de los recursos naturales en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo, de acuerdo con los principios establecidos en el artículo 2 de la Ley 300 de 1996, modificado por el artículo 2 de la Ley 2068 de 2020. (Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo, 2021)

Que la Ley 1225 de 2008 regula la intervención de las autoridades públicas del orden nacional, distrital y municipal, en cuanto a los requisitos mínimos que deben cumplir para el funcionamiento, instalación, operación, uso y explotación, de los parques de diversiones, parques acuáticos, temáticos, ecológicos, centros interactivos, zoológicos y acuarios públicos o privados, las atracciones o dispositivos de entretenimiento, en todo el territorio nacional, para los ya existentes como para los nuevos, en función de la protección de la vida humana, el medio ambiente y la calidad de las instalaciones. (Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo, 2021)

Cultura

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

La cultura es todo lo que constituye nuestro ser y configura nuestra identidad. Hacer de la cultura un elemento central de las políticas de desarrollo es el único medio de garantizar que éste se centre en el ser humano y sea inclusivo y equitativo.

En muchos casos, el turismo cultural representa un 40% de los ingresos turísticos mundiales. Esto repercute positiva y directamente en el conjunto de los ODS, cuyas finalidades promover el crecimiento económico y el trabajo decente. Un

abuena administración del patrimonio cultural atrae inversiones turísticas duraderas y sostenibles, hace participar a las comunidades locales y preserva los sitios culturales de la de gradación. (Gobierno De Colombia; Función Pública, 2018)

Adicionalmente, las industrias creativas y las infraestructuras culturales constituyen un recurso inestimable para generar medios de subsistencia. Esto es especialmente cierto en el caso de países en desarrollo que poseen abundantes industrias creativas. Además, cabe señalar que las mujeres representan un porcentaje considerable de los empleados en el sector cultural, relativo a la igualdad de género. (Gobierno De Colombia; Función Pública, 2018)

Por otro lado, Incentivar el comercio de bienes y servicios culturales impulsa el desarrollo de los mercados locales y nacionales, propiciando la producción local y la creación de empleos decentes que son, respectivamente, las metas tercera y quinta de este ODS. (Gobierno De Colombia; Función Pública, 2018)

Finalmente, las políticas culturales que otorgan preferencia a los bienes producidos localmente contribuyen a reducir las desigualdades en y entre los países.

Ambiental

Colombia, una de las naciones con mayor biodiversidad, no podía marginarse de este proceso que cobra gran fuerza internacional. La diversidad biológica y ecosistémica existente en su territorio - considerado como uno de los doce países en el mundo que poseen megadiversidad - unida a la enorme diversidad cultural, consagran un enorme potencial para el desarrollo de actividades económicas y

socioculturales de gran valor estratégico. Desde 1992 Colombia forma parte del grupo de los 175 países que suscribieron el Convenio de Diversidad Biológica, aprobado durante la Conferencia de la Naciones Unidas para el Medio Ambiente y Desarrollo, también denominada Cumbre de Río. (Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo Ministerio De Ambiente, Vivienda Y Desarrollo Territorial, 2003)

Una de las herramientas implementadas para hacer realidad los postulados de la Declaración de Río, fue el convenio entre los Ministerios de Medio Ambiente de Colombia y Alemania, a través del cual se ha avanzado en el cumplimiento de los objetivos definidos en dicha Cumbre, asumiendo este reto con responsabilidad y aplicando mecanismos propios que integren la planeación de las actividades. Ello abre el espacio a diversas posibilidades de uso de los recursos, en especial el turismo practicado de forma sostenible.

La Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1992), consagra elementos que deben ser tenidos en cuenta; algunos de ellos son:

- *Principio 1. Los seres humanos constituyen el centro de las atenciones sobre el desarrollo sostenible. Tienen derecho a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.*
- *Principio 3. El derecho al desarrollo debe ejercerse en forma tal que responda equitativamente a las necesidades de desarrollo y ambientales de las generaciones presentes y futuras.*

- *Principio 4. A fin de alcanzar el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente deberá constituir parte integrante del proceso de desarrollo y no podrá considerarse en forma aislada.*
- *Principio 5. Todos los Estados y todas las personas deberán cooperar en la tarea esencial de erradicar la pobreza como requisito indispensable del desarrollo sostenible, a fin de reducir las disparidades en los niveles de vida y responder mejor a las necesidades de la mayoría de los pueblos del mundo.*

(Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo Ministerio De Ambiente, Vivienda Y Desarrollo Territorial, 2003)



Análisis Pestel

Tabla 2 Análisis PESTEL de la empresa Ecosinú

P	E	S	T	E	L
<p>Político</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Cambios de gobiernos ❖ Regular las políticas ambientales y turística ❖ Productos responsables ❖ Políticas en los sectores locales ❖ Conflictos 	<p>Económico</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Inflación ❖ Desempleo ❖ Pobreza ❖ Ingreso laboral ❖ Crisis nacional 	<p>Social</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Sistema de salud ❖ Nivel de educación ❖ Cultura ❖ Igualdad de género ❖ Protección social ❖ Demografía 	<p>Tecnológico</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Internet ❖ Cambios tecnológicos ❖ Industria ❖ Investigación ❖ Tecnologías emergentes 	<p>Ecológico</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Cambio climático ❖ Vehículo ecológico ❖ Desarrollo sostenible ❖ Calentamiento ambiental ❖ Productos biodegradables 	<p>Legal</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Regulación de sectores ❖ Decretos municipales y gubernamental ❖ Principios establecidos ❖ Regulación de leyes nacionales

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3 Análisis PESTEL oportunidades y amenazas

	FACTORES	Oportunidad	Amenaza	Corto plazo	Largo plazo
	Cambios de gobiernos		X	X	
P	Regular las políticas ambientales y turística	X			X
	Productos responsables	X			X
	Políticas en los sectores locales		X	X	
	Conflictos		X	X	
	Inflación		X	X	
	Desempleo		X	X	
E	Pobreza		X		X
	Ingreso laboral		X	X	
	Crisis nacional		X	X	
	Sistema de salud		X	X	
	Nivel de educación	X			X
S	Cultura	X			X
	Protección social		X		X
	Demografía	X			X
	Internet		X		X
	Cambios tecnológicos	X		X	
T	Industria	X		X	
	Investigación	X		X	
	Tecnologías emergentes	X			X
	Cambios climáticos		X	X	
	Vehículos ecológicos		X	X	
E	Desarrollo sostenible	X		X	
	Productos biodegradables	X			X
	Calentamiento ambiental		X		X
	Regulación de sectores	X		X	
	Decretos municipales y gubernamentales		X		X
L	Principios establecidos	X		X	
	Regulación de leyes nacionales		X		X

Fuente: Elaboración propia

El modelo de las 5 fuerzas de Porter

Vamos a analizar en este punto de manera teórica los sectores que tiene el proyecto de viabilidad desde un punto de vista. Y para eso nos servirá de mucho las 5 fuerzas de Michel Porter, conocido ingeniero y profesor de la Harvard Business School.

Para eso, se les plantea un gráfico en el cual está un modelo compuesto por las 5 fuerzas que determinará el atractivo esquema.

Ilustración 6 Modelo de las 5 Fuerzas de Porter



Fuente: Tomada de las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia por Michael Porter (p. 2).

Amenaza de entrantes: “Los nuevos entrantes en un sector introducen nuevas capacidades y un deseo de adquirir participación de mercado, lo que ejerce presión sobre los precios, costos y la tasa de inversión necesaria para competir”. (Porter, 2008, p. 2).

El poder de los proveedores: “Los proveedores poderosos capturan una mayor parte del valor para sí mismos cobrando precios más altos, restringiendo la calidad o los servicios, o transfiriendo los costos a los participantes del sector”. (Porter, 2008 p. 4).

El poder de los compradores: Los clientes poderosos –el lado inverso de los proveedores poderosos– son capaces de capturar más valor si obligan a que los precios bajen, exigen mejor calidad o mejores servicios (lo que incrementa los costos) y, por lo general, hacen que los participantes del sector se enfrenten; todo esto en perjuicio de la rentabilidad del sector. (Porter, 2008, p. 5)

Amenaza de los sustitutos: “Un sustituto cumple la misma función –o una similar– que el producto de un sector mediante formas distintas”. (Porter, 2008, p. 6)

Rivalidad entre competidores existentes: La rivalidad entre los competidores existentes adopta muchas formas familiares, incluyendo descuentos de precios, lanzamientos de nuevos productos, campañas publicitarias, y mejoramiento del servicio. Un alto grado de rivalidad limita la rentabilidad del sector. (Porter, 2008, p. 7)

Modelo 5 Fuerzas de Porter para el sector ecoturismo

Ahora, del sector de ecoturismo obtenemos el siguiente análisis:

Amenazas de nuevos competidores en el mercado: Se estima que Ecosinú entre al mercado con nuevas prácticas y precios donde los costos sean asequibles, presentando pocas

barreras en el mercado. Además, se contará con nuevas tecnologías y herramientas que efectúen el recorrido ecológico que se brindará; siendo un paso sencillo al ingresar a competir con Parques Ecoturísticos.

Poder de los proveedores: Se considera altamente baja ya que en la zona se manejan competencia los cuales esto genera un mayor aprovechamiento en los precios justos. Entre los proveedores que nos ayudaran o contrataremos para brindar servicio de alimentación al visitante se puede decir que existen muchas las cuales reducen los altos costos.

Poder de los compradores: Medio, en la medida que ofrecemos paquetes ecoturístico-moderados y con comodidad a los bolsillos de los turistas. Inclinando ventajas competitivas debido que no se encuentran unidos bajo una misma agrupación siendo ser grupos de todas partes; diciendo que la negociación de los clientes (turista) no es tan variable.

Amenazas de los productos o servicios sustitutos: Existe un alto grado de amenaza o rivalidad ya que en Colombia hay 59 parques de reserva nacional y más de 20 empresas dedicadas al ecoturismo. Pero el mayor ultimátum es el Parque Nacional Natural Paramillo que se encuentra en Tierralta y estaría ubicada a 2 kilómetros de Ecosinú. En el cual, no está de lleno al turismo ecológico, siendo este un factor de línea directa o competidor si en su momento deciden ofertar o vender paquetes ecoturísticos en la zona.

Rivalidad entre competidores existentes: Hay un alto grado de rivalidad en los competidores existentes en Colombia. Según la página [el Economista América de Colombia](#) hay un aproximado de 102 empresas dedicadas al Ecoturismo en los cuales están distribuida en todos los departamentos de Colombia, siendo Cundinamarca con las mayores empresas (16) seguida Antioquia (15) con una escala donde Córdoba está ubicada en el puesto número 6 con

(6) empresas estimadas. Tendremos numerosas empresas que ofrezcan los mismos servicios, por lo que los esfuerzos que tendremos para conseguir competir serán de mucha importancia.

Análisis del sector económico

Entorno demográfico

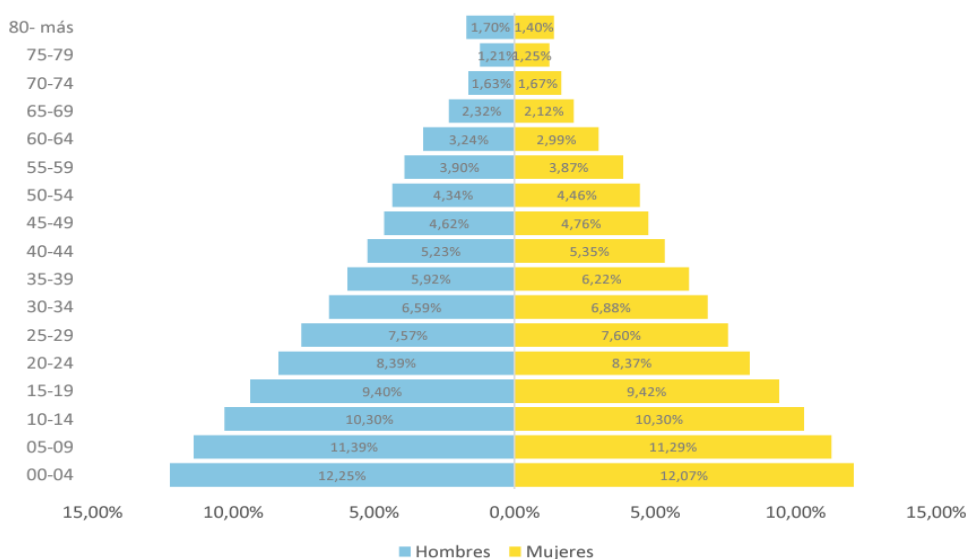
El propósito del entorno demográfico es estudiar y comprender las variables de la población y de manera como se encuentra distribuida. Implementando en el estudio la edad, sexo, niveles educativos, distribución de la geografía y la diversidad poblacional etc.

Tamaño de la población

Según la información estadística recopilada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. DANE (2020)

Ilustración 7 Pirámide poblacional

Población Total: 95.177 Habitantes

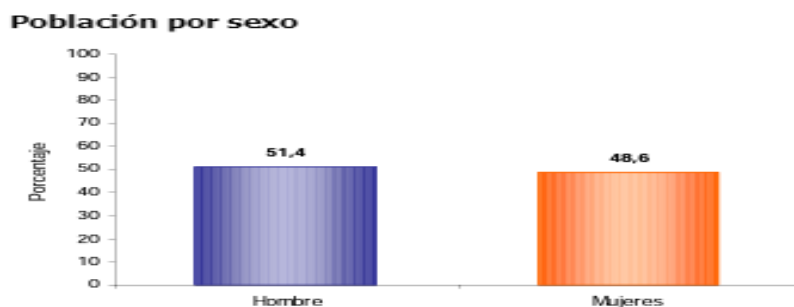


Fuente: Tomada de (plan de desarrollo, 2020)

De la ilustración 6. Pirámide poblacional, se puede observar que el 51.58% de la población del municipio de Tierralta se encuentra entre 0 a 24 años. Es decir, los jóvenes representan la mayoría de los habitantes, con un total de 49.099.

Según las cifras reportadas por el DANE, la mayoría de la población se encuentra ubicada en la zona rural, con un total de 51.624 habitantes respecto a los 43.553 habitantes de la zona urbana.

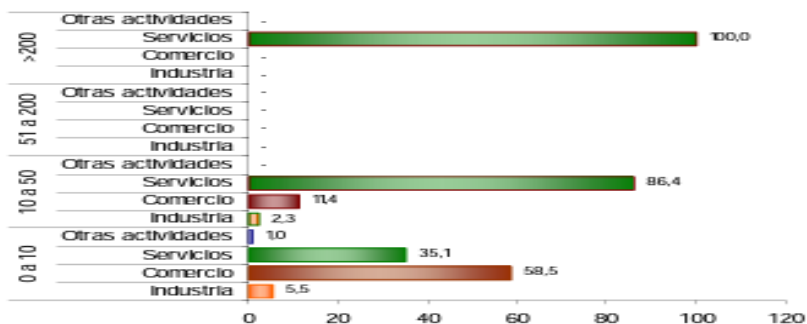
Ilustración 8 Población por sexo



Del total de la población de Tierralta el 51,4% son hombres y el 48,6% mujeres.

Ilustración 9 Escala de personal por la actividad económica

Establecimientos según escala de personal por actividad económica



En los establecimientos con mayor número (0 a 10 empleos) el Comercio (58,5%) es la actividad más frecuente y en el grupo de 10 a 50 personas la actividad principal es Servicios (86,4 %).

Fuente: Tomada de (DANE, 2005)

Entorno económico

El componente económico del entorno general aborda la distribución y utilización de los recursos dentro de la sociedad; comprende, además, factores tales como balanza comercial, tasa de desempleo, cotización, precios de las materias primas, tasas de interés e inflación, etc. (Colombia Potencia De La Vida, S.F.)

El sector turístico colombiano sigue en plena recuperación luego de los efectos que generó la pandemia de 2020 a esta industria. Así lo Confirman los datos de la Cuenta Satélite de Turismo reportados por el DANE, que indican que al cierre de 2022 la contribución del sector turístico a la economía fue del 2,1%.

Esta cifra es superior en 0,4 puntos porcentuales al aporte que hizo este sector a la economía colombiana en 2021, cuando participó con del 1,7%. Sin embargo, todavía está levemente por debajo del registro de 2019, un año referente para este sector, cuando su contribución fue del 2,6%. (Colombia Potencia De La Vida, 2023)

Por otro lado, las actividades productivas que hoy sostienen el que hacer económico de Tierralta se ubican básicamente en los sectores primarios y terciarios de la economía. Se destacan dentro del sector primario las siguientes: La producción agropecuaria, la ganadería vacuna, la extracción maderera y la pesca. (Alcaldía Municipal de Tierralta, Córdoba, s.f.)

Desempleo

La caída de las ocupaciones labores en el sector ecoturístico presentó una caída muy tendencia por el tema de COVID 19 en lo cual determinó pérdida en los sectores turístico

dentro de esos los sitios aglomerados fueron muy afectados y más los sitios visitados turísticamente.

Por otro lado, esa afectación en la economía se vio muy reflejada en el nivel de desempleo donde superó los dos dígitos de desempleo por parte de la sociedad, pero el año 2021 al 2022 se representa un incremento de 61% respecto a las actividades turísticas; donde se encuentran actividades como alojamiento, servicio de comida y bebidas, servicios ambientales, transporte de pasajeros, entre otros servicios.

Entorno tecnológico

El entorno tecnológico comprende las herramientas que están disponibles para las empresas u organizaciones, ya que les permite tomar decisiones sobre la planificación estratégica y la adaptación de cada una de las condiciones del mercado; manteniendo informado y actualizado del mercado.

Grado de tecnología de la competencia

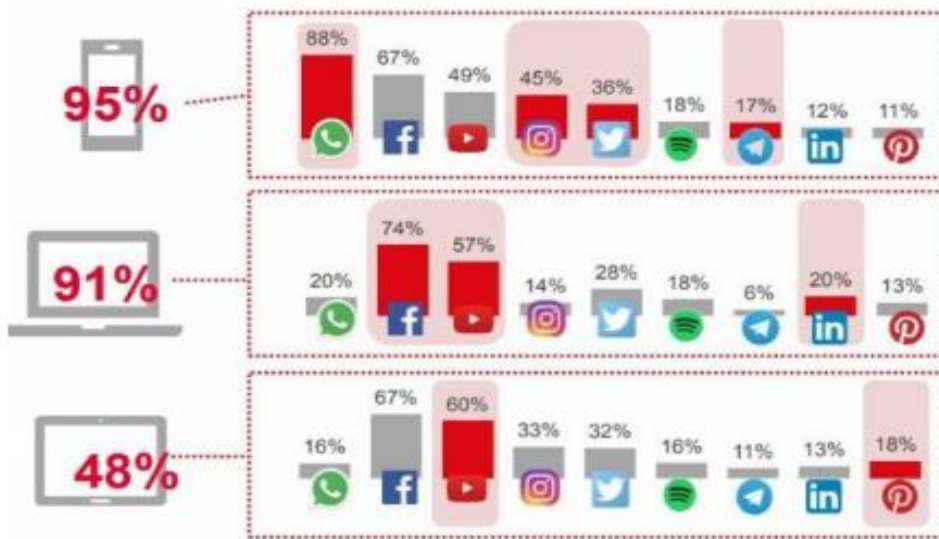
Cada empresa es moderna con las expectativas de ciertas competencias. En este ámbito se inclina a las habilidades y capacidades que tienen las organizaciones para competir con la competencia; Utilizando eficazmente las destrezas personales y profesionales dando la ventaja en el mercado laboral estando mejor preparado al enfrentar desafíos tecnológicos en constante cambio.

Uso de las redes sociales

El uso de las redes sociales por las empresas ha venido creciendo en los últimos años, debido a los efectos positivo como negativo en la existencia de las empresas. En las compañías u organizaciones utilizan para ofrecer sus productos o servicios interactuando con el cliente de una manera segmentada, permitiendo llegar eficaz y oportuna al ofertar.

Las empresas del marketing digital constantemente están pendientes del uso de cada una de las aplicaciones y dependiendo de esta, así será el manejo según la información. A continuación, veremos una gráfica donde enseña el comportamiento del uso de las aplicaciones informáticas.

Ilustración 10 Estadísticas del uso de redes sociales



Fuente: Estudio Realizado por Hootsuite And We Are Social (2018)

Entorno natural

El entorno natural o ambiental comprende de las reglamentaciones, decretos y políticas que establecerán para proteger y conservar el medio ambiente, así como también cumplir con los requisitos establecidos en cada dependencia donde se encuentra dicha empresa a realizar su labor.

Responsabilidad social

La responsabilidad empresarial social, debe tener unos compromisos y obligaciones frente a la protección del medioambiente delante la sociedad, en donde cumpla de carácter obligatorio los requisitos de compensación con la comunidad ubicada en la zona de la empresa.

Las sociedades que están comprometidas a la responsabilidad empresarial social tienen un valor agregado frente a las demás empresas porque tienen muchas ventajas causando impacto positivo en el ámbito ambiental a corto y largo plazo y como hay clientes que ya están tomando conciencia a esto. Es más llamativo a la hora de coger tu servicio ofertado.

El entorno natural permite educar en valores de respeto al medioambiente, a todas las empresas y seres humanos. Es por ello, que no habrá ninguna dificultad frente a este caso debido que ECOSINÚ es una empresa dedicada totalmente a la conservación natural y ambiental que tiene Colombia, enfocándose a la preservación del entorno donde a su vez ofrece múltiples espacios para la realización de un amplio abanico de actividades lúdicas-ambiental.

Entorno político

El componente político del entorno general designa la actitud básica de la población y el Gobierno hacia la rendición de cuentas; entre los factores pueden figurar: los grupos de interés, las autoridades reguladoras, la estabilidad política, el desarrollo de normas jurídicas, los partidos políticos, la concentración del poder, etc. (Colombia Potencia De La Vida, S.F.)

La constitución política de 1991, y de acuerdo con el artículo 79, a través de las políticas se busca que las personas tengan el derecho a gozar de un ambiente sano, se garantiza la participación de la comunidad y se protege la diversidad e integridad del ambiente, se

conservan las áreas de especial importancia ecológica y se fomenta la educación ambiental.

(Colombia Potencia De La Vida, S.F.)

Normatividad para la prestación de un servicio

La Constitución Política colombiana y el Estatuto del Consumidor establecen el régimen jurídico de protección del derecho a la seguridad e indemnidad de los consumidores. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo será el encargado de apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las regiones del país, con el fin de mejorar su competitividad, su sostenibilidad e incentivar la generación de mayor valor agregado, lo cual permitirá consolidar su presencia en el mercado local y en los mercados internacionales, cuidando la adecuada competencia en el mercado local, en beneficio de los consumidores y los turistas, contribuyendo a mejorar el posicionamiento internacional de Colombia en el mundo y la calidad de vida de los colombianos.

Decreto 1471 De 2014: El cual tiene por objeto reorganizar el Subsistema Nacional de la Calidad (SNCA) en materia de normalización, reglamentación técnica, acreditación, evaluación de la conformidad, metrología y vigilancia y control. Según esto, el Subsistema Nacional de la Calidad (SNCA) tendrá los siguientes objetivos:

- *Promover en los mercados la seguridad, calidad, confianza, innovación, productividad y competitividad de los sectores productivos e importadores de productos.*
- *Proteger los intereses de los consumidores.*
- *Facilitar el acceso a mercados y el intercambio comercial.*

- *Proteger la salud y la vida de las personas, así como de los animales y la preservación de los vegetales.*
- *Proteger el medio ambiente y la seguridad nacional.*
- *Prevenir las prácticas que puedan inducir a error al consumidor.*

(Decreto 1471 de 2014)

Las empresas colombianas deben tener en cuenta los entornos políticos que cumple en su localidad ya sea nacional, departamental, regional y municipal; Donde estarán reguladas con las leyes de cada una de ellas, manteniendo el orden y la justicia de estas; las empresas deben estar al tanto de cada ley que va a regular en una zona determinada, ya que los gobiernos pueden promulgar nuevas leyes o modificar las existentes en respuesta a cambios sociales.

Producto

Según Kotler Y Armstrong (2013) el producto es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad, el producto lo define también como el potencial de satisfactores generados, antes durante y después de la venta, y que son susceptibles de intercambio. Según Kotler, un producto no es un objeto o servicio físico, sino que puede ser cualquier cosa, incluso una idea o persona, que pueda satisfacer una necesidad o deseo del cliente. Un producto satisface la necesidad de un consumidor y además da un valor tangible. (p. 197)

Ecosinú es una empresa que se crea con el objetivo de brindar un servicio a los habitantes del municipio de Tierralta Córdoba y sus alrededores, la cual brindará diferentes tipos de servicios entre ellos: juegos de atracciones mecánicas, atracciones acuáticas, diversidad ecológica, lagos donde se practique la pesca, restaurante, canchas para hacer todo

tipo de deportes, ya que observamos la necesidad y la falta de lugares ecoturísticos en dicho municipio, en Ecosinú ofreceremos productos de alta calidad para nuestros visitantes.

Ecosinú es una empresa que se dedica al ecoturismo y quedará ubicada en el municipio de Tierralta Córdoba, según nuestra encuesta realizada encontramos que hay inconformidad con los habitantes a cerca de lugares turísticos en la zona y ahí entramos nosotros a brindar un servicio de alta calidad pensando en esa población insatisfecha, siendo conscientes de las competencias que existen a nivel nacional de empresas que se dedican al ecoturismo como lo son ecoturismo mag tour en Barranquilla, ecoturismo y pesca deportiva nuevo amanecer en vichada entre otras que de una u otra forma son nuestra competencia tanto directa como indirecta ya que se dedican al ecoturismo pero no operan en el sector donde estaremos ubicados.

Mercado

Nuestro mercado potencial son los habitantes del departamento de Córdoba y sus alrededores, y nuestro mercado objetivo son los habitantes del municipio de Tierralta, nuestro objetivo principal es brindar un servicio ecoturístico de calidad a nuestros clientes, que se sientan conformes y podamos llenar sus expectativas ya que en las encuestas realizadas pudimos observar muchas inconformidades por falta de un lugar ecoturístico que cumpla con la demanda de los habitantes del municipio de Tierralta y sus alrededores.

Tierralta es un municipio que goza de una naturaleza basta y amplia, que de una u otra manera puede ser explotada para el beneficio de sus habitantes, brindándoles lugares para pasar en familia, recrearse, disfrutar de una diversidad ecológica en fauna y flora entre otras

atracciones; con este proyecto también generamos múltiples empleos tanto directos como indirectos, pues con la visita de turistas la economía puede mejorar de una forma notable.

Precio

En relación con los precios estos serán de manera asequibles para los clientes y que la empresa pueda obtener ganancias significativas para el sostenimiento a largo plazo.

Con la encuesta realizada pudimos determinar los precios más favorables para los clientes y que no nos afecte la sostenibilidad de la empresa basados en los ingresos mensuales legales vigentes de los habitantes, donde dominó 1 SMMLV con el 67%, de esta manera nos enteramos de que los habitantes de Tierralta Córdoba en su mayoría ganan el mínimo legal vigente; También de acuerdo con los costos de producción, la competencia, la demanda del mercado fue posible determinar los precios adecuados.

De acuerdo con la encuesta que realizamos sobre los precios que nuestros clientes están dispuestos a pagar por las diferentes atracciones obtuvimos los siguientes resultados 2 atracciones por el valor de 10.000 un 14.8%, 5 atracciones por el valor de 20.000 un 29.6%, 8 atracciones 30.000 un 24.3% y por último 12 atracciones por el valor de 40.000 un 31.3% de esta forma pudimos darnos cuenta de que los precios establecidos tuvieron una buena aceptación.

Mercado de las materias primas

Nuestra principal materia prima son nuestros clientes ya que brindaremos un servicio, y por otra parte nuestra infraestructura que será de gran calidad y estará ubicada en un punto estratégico para mayor comodidad de los visitantes, y que también puedan disfrutar de diferentes servicios que les podamos brindar como restaurantes donde puedan disfrutar de los

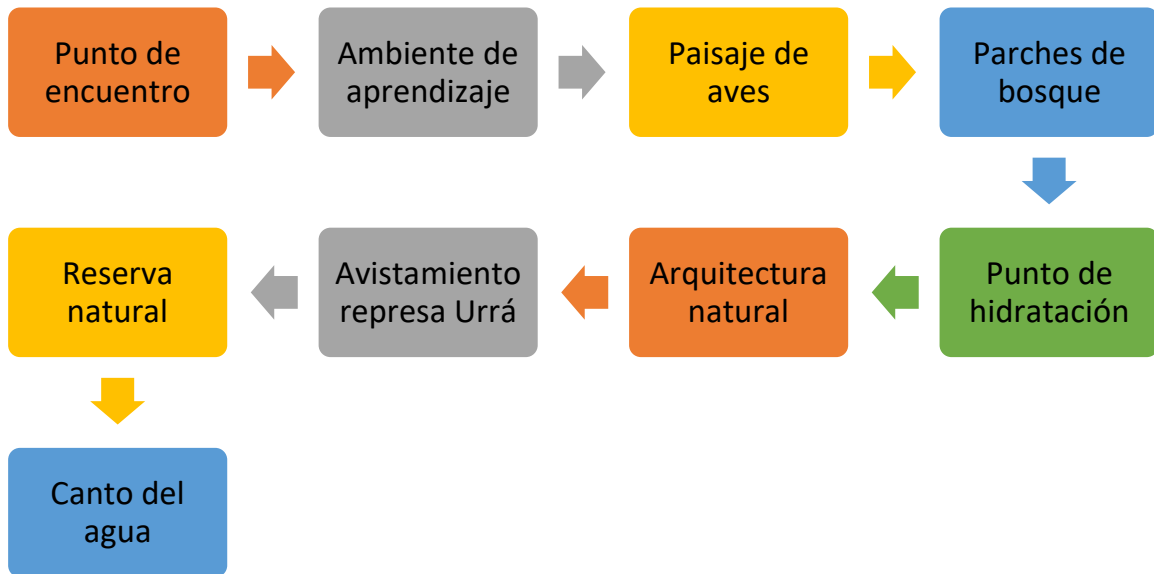


platos típicos de la región, todo lo relacionado con mecatos, venta de jugos típicos, también prestaremos servicios de alojamiento, según la encuesta realizada las cabañas son las preferidas por los visitantes.

Descripción del proceso de actividades

El parque Ecosinú llevará a cabo los siguientes procesos de las actividades para el servicio que se oferta:

Ilustración 11 Proceso de actividades ecológica



Fuente: Elaboración propia

Punto de encuentro

En esta parte del proceso vamos a reunir todo el personal que estará listo para salir a conocer las aventuras del paraíso de Ecosinú.

Ambiente de aprendizaje

Consiste en dar a conocer el panorama y especificaciones que tiene el recorrido ecológico, ilustrando las reglas y normas que tiene este al momento de caminar por el sendero y los lugares específicos.

Paisaje de aves

En esta parte del proceso, vamos a encontrar diferentes tipos de aves en un paisaje natural y ecológico donde la visualización será el epicentro del inicio de la caminata dando una finides en el oído de cada oyente. En este proceso se estima tener un tiempo de 20 minutos en el recorrido y el centro del hábitat de las aves.

Parches de bosque

Este proceso se concentrará en el recorrido en donde se dará a conocer la importancia que tienen los bosques en la naturaleza, presentando los deterioros que puede tener un bosque por falta de cuidado y control de los humanos hacia la naturaleza

Punto de hidratación

Este punto se lleva a fin con el objetivo de refrescar e hidratar tomando un descanso para continuar con el recorrido.

Arquitectura natural

En este proceso se llevará un sentido de admiración y asombro intentando controlar la naturaleza y dándole orden, obteniendo resultado de reflexión al visitante brindando enseñanzas a través de una arquitectura natural que estará en el trayecto.

Avistamiento represa Urrá

En este paso, se contará con avistamiento del panorama acústica que tiene Urrá, donde se enseñara la importancia que tiene la represa en el municipio de Tierralta y sectores de Córdoba.

Reserva natural

Parque Nacional Natural Paramillo, siguiente parada o secuencia que tiene la caminata ecológica en donde se llevará a conocer la reserva natural donde podrán ver el proceso colonizador iniciando desde el Alto Sinú a mediados del siglo pasado.

Canto del agua

En este último proceso de actividad se llegará a la cascada natural donde su sonido habitual y espectacular hace un ambiente crucial escuchando y viendo caer el agua y el cantaros de los pájaros que adornan sus alrededores; Con este punto se culminará la caminata ecológica.

Insumos requeridos

Los insumos necesarios para la producción de la estructura de la empresa ECOSINÚ, son los siguientes:

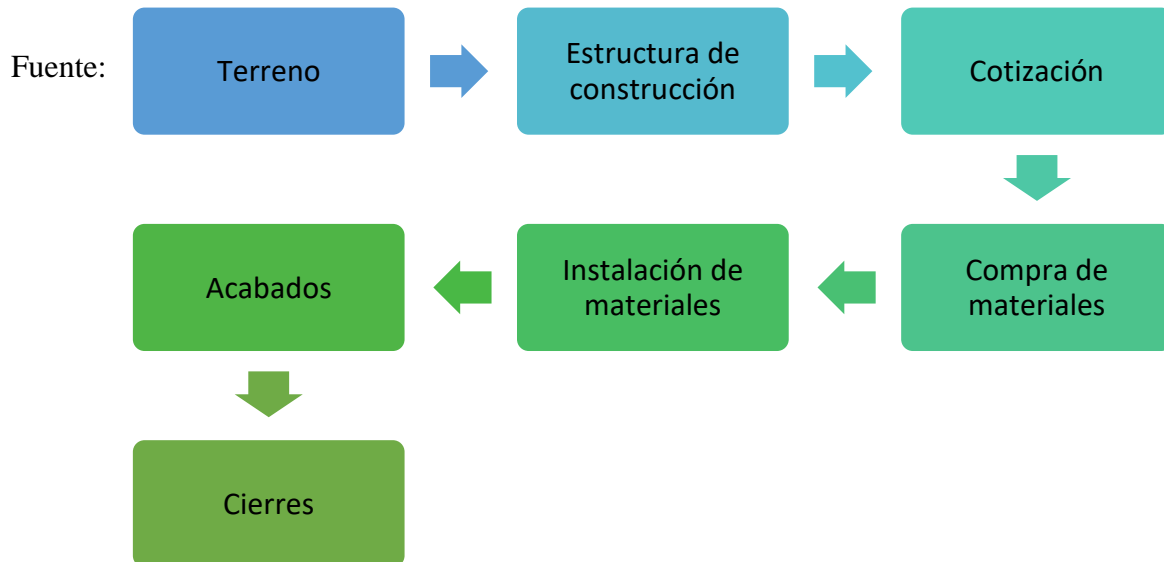
Tabla 4 Insumos

Contenido	Descripción	Material	Cantidad
Senderos ecológicos	Son pequeños caminos que permiten recorrer con mayor facilidad y seguridad un área determinada. El sendero ecológico está enmarcado en los elementos naturales.	❖ Rocas o troncos	2
		❖ Tabla en madera	
Cabañas	Estructura de construcción pequeña, rústica y generalmente de madera, diseñada para servir como vivienda temporal o refugio en áreas rurales o montañosas. Las cabañas son conocidas por su aspecto acogedor y su conexión con la naturaleza.	❖ Madera	4
		❖ Techo de teja	
		❖ Piedras	
		❖ Adobes	
		❖ Ladrillos	
Muro de escalar ecológico	Muro de escalada que se ha diseñado y construido con consideraciones ambientales y sostenibilidad en mente. Estos muros están diseñados para minimizar su impacto en el entorno natural y promover prácticas ecológicas en la escalada en roca.	❖ Soga	2
		❖ Madera	
		❖ Colchonetas	
		❖ Pintura	
		❖ Agarres	

Descripción del proceso

La idea de la empresa ECOSINÚ es llevar a cabo los procesos de construcción de senderos ecológicos, cabañas y muros de escalar:

Ilustración 12 Proceso de fabricación establecimiento ECOSINÚ



Elaboración propia

Terreno

En esta parte del proceso, vamos a tener la mejor ubicación de cada uno donde puedan cumplir con los requisitos legales y los permisos de construcción donde el panorama sea atractivo para los visitantes y turistas.

Estructura de construcción

En este proceso vamos a diseñar las estructuras de la construcción de senderos ecológicos, cabañas y muros de escalar para saber que materiales o insumos requeridos para la edificación.

Cotización

En este punto del proceso, es importante tener la lista detallada con todos los materiales o insumos que requieren; Los materiales a comprar se debe tener en cuenta precios unitarios de cada producto al igual que tengan estándares de calidad necesarios para la realización del proyecto.

Compra de materiales

En esta parte, después de tener una cotización de los materiales y saber exactamente qué vamos a realizar; se prosigue a comprar la materia prima pertinente tanto en costo, calidad y cantidad. Con el fin de obtener excelentes resultados en el proceso de fabricación del establecimiento de ECOSINÚ.

Instalación de materiales

En este proceso es fundamental conseguir a los profesionales calificados, adecuados y capacitados para llevar a cabo la instalación de cada uno de los materiales que solicite o que esté en los planos para la construcción; Porque es un proceso que requiere de habilidades, precisión y atención al detalle. Ya que en la instalación depende la durabilidad, rendimiento y apariencia del proyecto.

Acabados

En este punto se espera un toque final, en donde el proyecto mejora la apariencia faltando detalles estéticos que se aplica a una estructura como pinturas, accesorios, detalles decorativos, mueble y decoración de pared.

Cierres

Este punto es la finalización de cada una de las estructuras a fabricar, en donde se da por culminado la construcción entregando la obra al propietario.

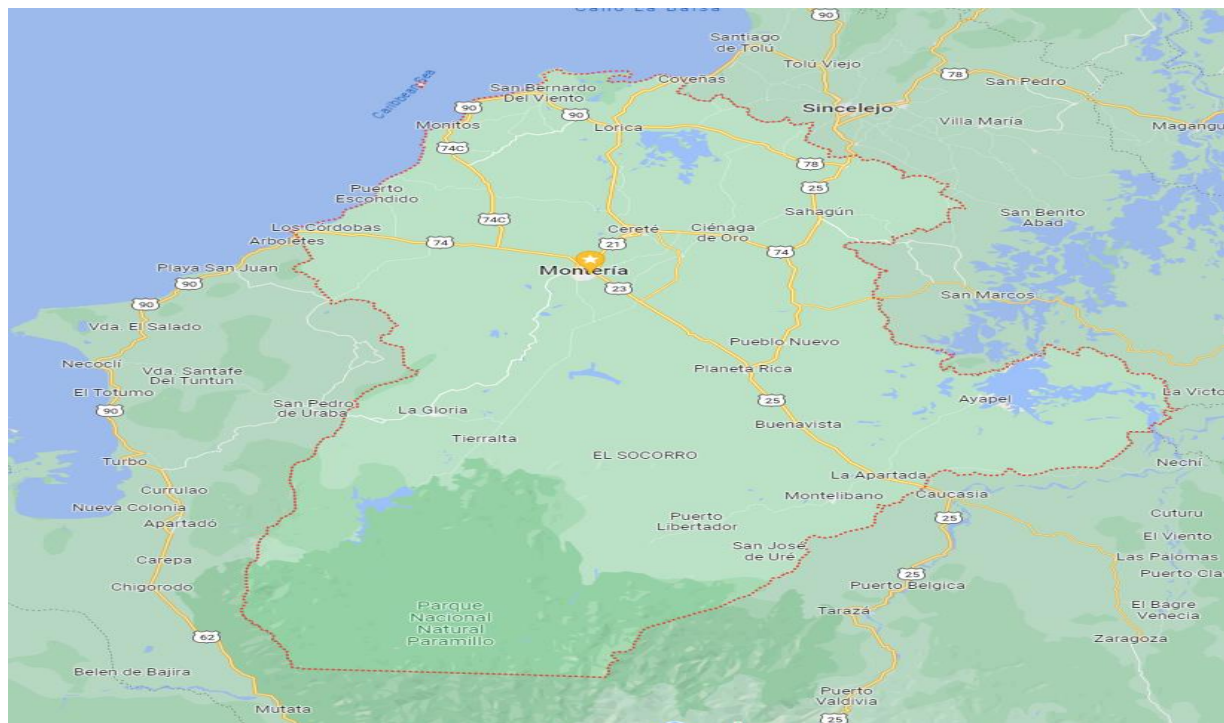
Ubicación

Geográfica de Córdoba

Córdoba limita con los departamentos Sucre, Bolívar y Antioquia. está conformada por 30 municipios, entre los cuales se encuentra Tierralta.

En la imagen se muestra el departamento de Córdoba de forma detallada.

Ilustración 13 Mapa de Córdoba

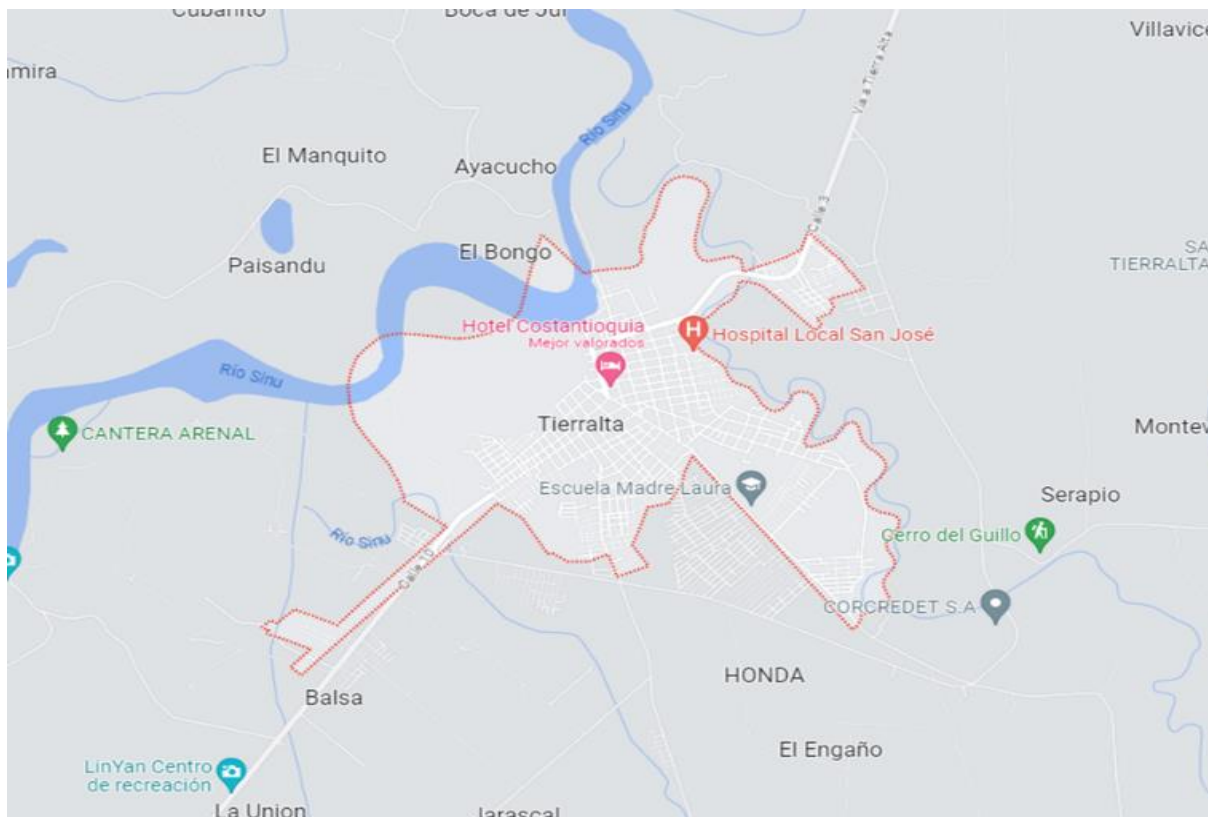


Fuente: Tomada por Google Maps

Ubicación Tierralta

En la siguiente imagen se muestra el municipio de Tierralta de forma detallada.

Ilustración 14 Mapa Tierralta



Fuente: Tomada por Google Maps

Tabla 5 Como llegar a Tierralta

Maneras de llegar a Tierralta	
Bus	1h 35m
Taxi	1h 20m
Carro Particular	1h 19m

Fuente: elaboración propia

Distribución de planta

Diseño de plano

Ilustración 15 Distribución de Áreas Superficie del terreno 1247.27 m².



Fuente: Elaboración propia

Distribución las áreas mencionadas en una planta de 1247.27 metros cuadrados. Se tiene en cuenta que estas medidas son aproximadas y deben ajustarse según las necesidades y requisitos específicos, **3 Cabañas cada una de 50 metros cuadrados (Área de alojamiento), zona de Oficinas y Recepción:** Oficinas: 100 metros cuadrados, Recepción: 50 metros cuadrados y Subtotal: 150 metros cuadrados, **Área de Alimentación:** Comedor interior: 100 metros cuadrados, Área al aire libre: 50 metros cuadrados, Cocina y servicios: 100 metros cuadrados, **Sendero Ecológico:** Sendero ecológico y áreas verdes: 300 metros cuadrados, **Zona de Actividades,** Área de



actividades recreativas: 150 metros cuadrados, **Zona Arqueológicas**, La zona

Arqueológica son 150 metros cuadrados, **Total: 1150 metros cuadrados**

Diseño arquitectónico

Ilustración 16 Diseño arquitectónico de ECOSINÚ



Fuente: Elaboración propia

Tabla 6 Distribución de áreas ECOSINÚ

Distribución de áreas		
A) Cabañas 150 m ²	B) Administración y recepción 150 m ² .	C) Área de alimentación 250 m ² .
D) Punto de encuentro 50 m ² .	E) Zona de actividades 150 m ² .	F) Zona de excursión (sendero ecológico) 300 m ² .
G) Zona arqueológica 150 m ² .		

Fuente: elaboración propia

Tipo de maquinaria y equipo a utilizar

A continuación, presentaremos en una tabla las maquinarias, muebles y enseres que se requieren para el funcionamiento de la empresa ECOSINÚ.

Maquinaria y Equipos

Tabla 7 Maquinaria y Equipos

Maquinaria y Equipos	Características	Proveedor	Precio
Computador de mesa	Janus Ryzen 5-2400g 3,6	Mercado Libre	\$ 1.677.727
	GHz, Disco Duro 1000gb	Colombia	
Proyector	Bluetooth Yaber Pro V7 9500l	Mercado Libre	\$ 1.027.111
	5g Wifi, Corrección T	Colombia	
Dispensador	Kalley K-dag De Piso Para	Mercado Libre	\$ 730.000
	Botellón Blanco	Colombia	
Cafetera	Black+Decker CM0941B	Mercado Libre	\$ 119.213
	semi automática negra de	Colombia	
Impresora	filtro 120V	Mercado Libre	\$ 1.063.872
	Multifuncional EPSON	Colombia	
Teléfono	Ecotank L4260	Mercado Libre	\$ 155.000
	Inalámbrico Gigaset A270	Colombia	
	negro	Colombia	

Fuente: Elaboración propia

Enseres y Muebles

Tabla 8 Enseres y Muebles

Enseres y Muebles	Descripciones	Proveedor	Precio
Escritorio	RTA Muebles Astana madera	Mercado Libre	\$ 181.900
	aglomerada de 120cm x 73.5cm x	Colombia	
Tablero	50cm blanco	Mercado Libre	\$ 133.900
	Acrílico Borrable Cuadrulado	Colombia	
Sillas Deco	120x80cm+portaborrado	Mercado Libre	\$ 762.150
	Hato Apilable-elegante-eventos	Colombia	
Silla Ejecutiva	Ergonómica Reclinable Con	Mercado Libre	\$ 179.900
	Espaldar Grande	Colombia	

Fuente: Elaboración propia

Requerimientos

Tamaño de la planta

Para el proyecto ECOSINÚ, se visiona una empresa pequeña ya que se va a contar con un personal no superior a 10 y el monto a invertir no sobre pasa (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Localización

Se establecerá un sitio adecuado para la ubicación de este, complementando impacto ambiental, facilidad de construcción, terrenos y espacios asequibles a los turistas y visitas oportunas.

Ingeniería del proyecto

Se centrará en la planificación, diseño implementación y control necesario para la ejecución del proyecto. Méndez (2014) afirma: “La ingeniería se relaciona con la parte técnica del proyecto, por lo tanto, es muy importante en esta fase del estudio tener la asesoría de personas con experiencia comprobada en el área del proyecto” (p.50).

Mano de obra necesaria

Por último, tendremos en cuenta todas las características del personal que requiere la empresa ECOSINÚ (perfiles, habilidades, competencias y destrezas) de los principales cargos de la empresa, reclutando personal capacitado y adecuado para cada una de las funciones del cargo; Obteniendo compromisos de planificación, análisis, servicio y ejecución.

Perfiles

- ❖ Gerente
- ❖ Administrador



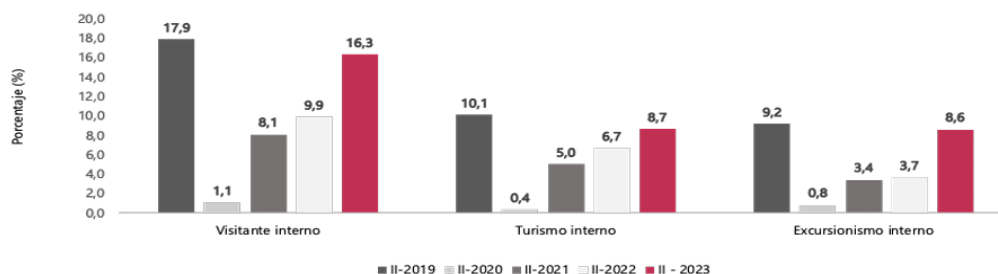
- ❖ Contador
- ❖ Recursos humanos
- ❖ Logística
- ❖ Guía ecoturístico

Análisis de la demanda del turista II Trimestre (2019-2023) en Colombia

Se proyectará la de manda del mercado del turista en los periodos año 2019 – 2023 considerando los datos del comportamiento de la visita interna, turismo y excursionismo internos en Colombia relacionado la Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT) (DANE EGIT, 2023).

Ilustración 17 Demanda del turista periodo II Trimestre (2019-2023) en Colombia

Gráfico 1. Porcentaje de visitantes internos, turismo interno y excursionismo interno Total 24 ciudades y áreas metropolitanas II trimestre (2019-2023)



Fuente: Tomada de (DANE EGIT, 2023)

En la anterior grafica se muestra el porcentaje de visitantes interno, turismo interno y excursionismo que hay en Colombia entre 2019 y el 2023.

Con base del comportamiento del turismo manifiestan que DANE EGIT (2023) el total de visitantes correspondiente a las ciudades y áreas metropolitana en Colombia.

Tabla 9 Demanda de turista periodo II Trimestre (2019-2023) en Colombia

Ciudades y áreas metropolitana	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Total, año %
	Visitante interno	17,90%	1,10%	8,10%	9,90%	16,30%
Turismo interno	10,10%	0,40%	5,00%	6,70%	8,70%	30,90%
Excursionismo interno	9,20%	0,80%	3,40%	3,70%	8,60%	25,70%
Total, porciento	37,20%	2,30%	16,50%	20,30%	33,60%	109,90%

Fuente: Elaboración propia

La anterior tabla cuenta del comportamiento de la demanda entre 2019 y 2023 generando el ingreso de las visitas turísticas de Colombia, donde nos proyectaremos la demanda general del servicio a prestar con la empresa Ecosinú. Mediante lo cual, se tendrá en cuenta la proyección de los años 2019 y 2023.

Tabla 10 Demanda del turista general

Año	PIB	Personas que consume	Porcentaje	Total, personas
2020		Pandemia		
2021	1,70%	1.600.000	16,50%	264.000
2022	2,10%	2.100.000	20,30%	426.300
2023	3,20%	3.200.000	33,60%	1.075.200
2024	3,95%	3.326.400	33,60%	1.117.670
2025	3,95%	3.200.000	33,60%	1.117.670
2026	3,95%	3.200.000	33,60%	1.117.670

Fuente: Elaboración propia

Además, se proyecta los años 2024, 2025 y 2026 con una referencia 3.2 de crecimiento para el PIB nacional en el turismo.

Tabla 11 Proyección de Ventas

Proyección	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paquete Turístico Familiar 5 personas (2 días y 1 noche)	\$ 60.000.000	\$ 72.600.000	\$ 96.013.500	\$ 132.498.630	\$ 190.466.781
Paquete Turístico individual (2 días y 1 noche)	\$ 240.000.000	\$ 290.400.000	\$ 384.054.000	\$ 5.299.945.220	\$ 761.867.123
Paquete Turístico Parejas (2 días y 1 noche)	\$ 44.000.000	\$ 53.240.000	\$ 70.409.900	\$ 97.165.662	\$ 139.675.639
Total, costo	\$ 187.068.280	\$ 205.775.108	\$ 236.641.374	\$ 283.969.649	\$ 354.962.061

Fuente: Elaboración propia

Se pretende establecer un crecimiento constante en las ventas, siendo de gran importancia para el desarrollo y crecimiento de la empresa, por ende, se proyecta un crecimiento para el primer año del 10% y un crecimiento para los años subsiguientes sostenido del 15%

Estructura organizacional

Diseño organizacional

Misión

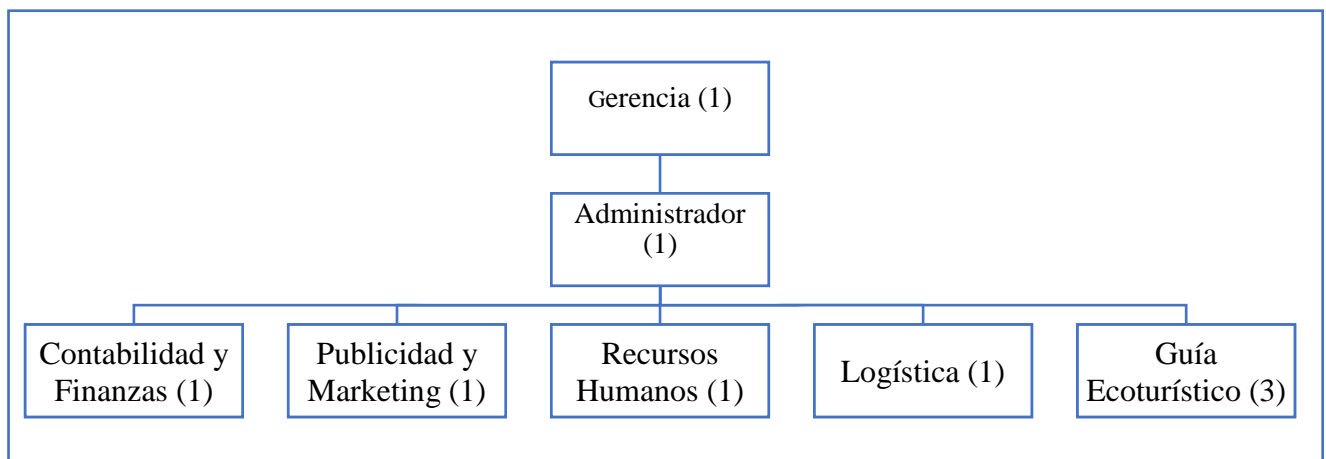
Crear un espacio de relaciones entre el ser humano y el medio ambiente, garantizando el respeto y la sostenibilidad de la naturaleza y los individuos que allí se encuentran. Viajando a través de la naturaleza para que el mundo del futuro sea mejor al que recibimos.

Visión

Ser líderes del ecoturismo a nivel nacional, con destinos atractivos y de impacto para visitantes y nativos su destino principal sería el municipio de Tierralta Córdoba, brindando a nuestros visitantes un servicio de la mejor calidad y por otra parte promover un ecoturismo que cuide y proteja el medio ambiente, y poder contribuir al incremento de la economía en esta región.

Organigrama

Ilustración 18 organigrama de la empresa Ecosinú



Fuente: Elaboración propia

La estructura anterior tiene una estructura funcional, debido que la empresa se divide por funciones y se reúne en un solo departamento a todos los que se dediquen a una actividad o varias relacionadas lo cual permitirá.

- ❖ Actividades y responsabilidades definidas.
- ❖ Esfuerzos de trabajos interdependientes
- ❖ Mejor innovación y creatividad
- ❖ Facilitación la supervisión
- ❖ Aprovechamiento de los recursos especializados

Estructuras de cargos

Tabla 12 Estructura de cargos

Cargo	Cantidad	Perfil
Gerente	1	<p>Planean, organizan y dirigen las operaciones de los establecimientos que ofrecen servicios de alojamiento, de hoteles, de venta al por menor y otros servicios. El desempeño competente en la mayoría de las ocupaciones de este subgrupo principal requiere habilidades del tercer nivel de competencias de la CIUO. (Ministerio del trabajo - MinTrabajo, s.f., P. 226)</p>
Administrador	1	<p>Planean, organizan, dirigen y supervisan actividades de establecimientos que ofrecen servicios de alimentos y bebidas; coordinan actividades del personal y cumplen con las normas sanitarias y de higiene. (Ministerio del trabajo - MinTrabajo, s.f., P. 230)</p>
Contador	1	<p>Planifican, organizan y administran sistemas contables y financieros para personas y organizaciones de acuerdo con la normativa nacional e internacional; evalúan, controlan y cumplen con las obligaciones fiscales, establecen los procedimientos para la gestión de la información, contable, financiera y tributaria, garantizan y proporcionan información veraz, oportuna y de acuerdo con normatividad; asesoran en materia contable. Se pueden desempeñar en organizaciones con departamentos contables y financieros, empresas especializadas en servicios contables y de auditoría, el sector público y privado, servicio a personas naturales y jurídicas, entre otros. (Ministerio del trabajo - MinTrabajo, s.f., P.493)</p>

Guía Logística	1	Planean, orientan, conducen, instruyen, asisten y controlan los servicios de guionaje turístico a viajeros, pasajeros o turistas, ofrecen servicios de acompañamiento e interpretación en su ámbito geográfico local a visitantes. Transmiten su conocimiento, velan y promueven la conservación y el bienestar del patrimonio natural y cultural. (Ministerio del trabajo - MinTrabajo, s.f., p. 1168)
Servicio al cliente	1	Planean, organizan, dirigen y coordinan las actividades de establecimientos hoteleros, moteles y establecimientos similares que ofrecen alojamiento de huéspedes y otros servicios. Ya sea como director de un departamento o como el gerente general de una empresa u organización que no cuenta con una estructura jerarquizada de directivos. Se pueden desempeñar en hoteles, moteles, hosterías, residencias estudiantiles, entre otros. (Ministerio del trabajo - MinTrabajo, s.f., p.228)
Guía de turismo	1	Planean, orientan, conducen, instruyen, asisten y controlan los servicios de guionaje turístico durante el servicio contratado o según su especialidad. Interpretan y velan por el bienestar del patrimonio natural y cultural de turistas, viajeros o pasajeros de acuerdo con los requerimientos técnicos, protocolos y normativa. Se pueden desempeñar en agencias de viaje, entre otros. (Ministerio del trabajo - MinTrabajo, s.f., p. 1169)

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13 Identificación de cargo Gerente

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Categoría	Nombre Del Cargo	Código
Gerente	Gerente General	13499
Versión Del Perfil	Fecha De Elaboración	Elaborado Por
1	29/06/2023	Jorge Palacios / Gustavo Ibáñez / Waldemar Petro
Vicepresidencia	Gerencia	Dirección
N/A	N/A	N/A

ii. Objetivo Del Cargo

Planear, organizar y dirigir las operaciones del establecimiento que ofrece la empresa Ecosinú y los servicios de alojamiento, de hoteles, de venta al por menor y otros servicios. El desempeño competente en la mayoría de las ocupaciones de este subgrupo principal requiere habilidades del tercer nivel de competencias de la CIUO.

III. FUNCIONES BÁSICAS

- Planificación, organización y supervisión general de las actividades desempeñadas por la empresa Ecosinú.
- Administrar los recursos de la entidad y coordinación entre las partes que la componen Ecosinú.
- Conducción estratégica de la organización y hacer las veces tanto de líder a lo interno de la empresa Ecosinú, como de portavoz a lo externo de la misma.
- Tomar decisiones asertivas, especialmente cuando se trata de asuntos centrales o vitales para la organización.
- Motivar, supervisar y mediar entre el equipo de trabajo.

Fuente: Elaboración propia a partir del marco nacional de ocupaciones (Ministerio del trabajo - MinTrabajo, s.f.)

Tabla 14 Identificación de cargo Administrador

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Categoría	Nombre Del Cargo	Código
Administración	Administrador	14120
Versión Del Perfil	Fecha De Elaboración	Elaborado Por
1	29/06/2023	Jorge Palacios / Gustavo Ibáñez / Waldemar Petro
Vicepresidencia	Gerencia	Dirección
N/A	N/A	N/A

ii. Objetivo Del Cargo

Planear, organizar y administrar el establecimiento y servicios que ofrece la empresa Ecosinú. Coordinando los colaboradores a ejecutar sus funciones establecidas, vigilando cada una de ellas para que se efectúe eficazmente. Desempeño competente en la mayoría de las ocupaciones de este subgrupo principal requiriendo habilidades del tercer nivel de competencias de la CIUO.

III. FUNCIONES BÁSICAS

- Planear, organizar, dirigir y controlar las operaciones y procedimientos de establecimientos de servicios de alimentos de acuerdo normativa.
- Coordinar, programar y supervisar el cumplimiento de las actividades y horarios del personal.
- Tomar y atender reservas, órdenes, sugerencias y consultas de clientes, evaluar su satisfacción con el servicio prestado.
- Planear, organizar y dirigir eventos especiales de acuerdo con servicio contratado.
- Asegurar el cumplimiento de los reglamentos sobre salud ocupacional y seguridad.
- Negociar con proveedores el suministro de alimentos y bebidas
- Establecer, desarrollar y gestionar los presupuestos, políticas y procedimientos de compra, precio de los productos, transacciones financieras; controlar los gastos y garantizar el uso eficiente de los recursos.
- Mantener y controlar el inventario, almacenamiento y distribución de suministros y provisiones para el servicio de alimentos.

Fuente: Elaboración propia a partir del marco nacional de ocupaciones (Ministerio del trabajo - MinTrabajo, s.f.)

Tabla 15 Identificación de cargo Contador

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Categoría	Nombre Del Cargo	Código
Contador	Contador	24111
Versión Del Perfil	Fecha De Elaboración	Elaborado Por
1	29/06/2023	Jorge Palacios / Gustavo Ibáñez / Waldemar Petro
Vicepresidencia	Gerencia	Dirección
N/A	N/A	N/A

ii. Objetivo Del Cargo

Planificar, organizar y administran sistemas contables y financieros para personas y organizaciones de acuerdo con la normativa nacional e internacional; evalúan, controlan y cumplen con las obligaciones fiscales, establecen los procedimientos para la gestión de la información, contable, financiera y tributaria, garantizan y proporcionan información veraz, oportuna de acuerdo con la normatividad; asesoran en materia contable. Se pueden desempeñar en organizaciones con departamentos contables y financieros, empresas especializadas en servicios contables y de auditoría, el sector público y privado, servicio a personas naturales y jurídicas, entre otros

III. FUNCIONES BÁSICAS

- Preparar, gestionar y apoyar en la elaboración de informes detallados de auditoría o revisoría, control de planes financieros y presupuestales de acuerdo con estrategias económicas, normatividad vigente y recomendaciones para mejorar prácticas contables y administrativas.
- Calcular los costos de operaciones de acuerdo con métodos y tipo de costo.
- Realizar capacitaciones constantes en materia contable, financiera y tributaria a empleados antiguos en caso de que haya actualización en los procesos o falta de conocimiento por parte de los auxiliares o coordinadores.
 - Coordinar y orientar el trabajo del personal a cargo y auxiliares de las áreas contables o financieras.
 - Desempeñar funciones afines.
- Asesorar, planificar y establecer políticas y sistemas presupuestarios, de control de cuentas y de otra índole.

Fuente: Elaboración propia a partir del marco nacional de ocupaciones (Ministerio del trabajo - MinTrabajo, s.f.)

Tabla 16 Identificación de cargo Servicio al Cliente

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Categoría	Nombre Del Cargo	Código
Publicidad Y Marketing	Servicio Al Cliente	1411
Versión Del Perfil	Fecha De Elaboración	Elaborado Por
1	29/06/2023	Jorge Palacios / Gustavo Ibáñez / Waldemar Petro
Vicepresidencia	Gerencia	Dirección
N/A	N/A	N/A

Ii. Objetivo Del Cargo

Dirige Y Coordinan Las Actividades De Establecimientos Hoteleros, Moteles Y Establecimientos Similares Que Ofrecen Alojamiento De Huéspedes Y Otros Servicios. Ya Sea Como director De Un Departamento O Como El Gerente General De Una Empresa U Organización Que No Cuenta Con Una Estructura Jerarquizada De Directivos. Se Pueden Desempeñar En Hoteles, Moteles, Hosterías, Residencias Estudiantiles, Entre Otros.

III. FUNCIONES BÁSICAS

- Garantizar y supervisar el cumplimiento de los reglamentos y medidas sobre seguridad, salud ocupacional y mantenimiento de la propiedad de acuerdo con los estándares y normativa.
- Planear, garantizar y supervisar la prestación de los servicios del establecimiento dando cumplimiento a las leyes, reglamentos, estándares y normativa.
- Analizar y evaluar la satisfacción y necesidades de los clientes para solucionar las quejas y reclamos de acuerdo con los estándares y normativa.
- Desarrollar, establecer y gestionar los presupuestos, políticas, procedimientos contables y compras, controlar los gastos en suministros, equipos, servicios, garantizar el uso eficiente de los recursos del establecimiento o departamento. Planear, dirigir y supervisar la formación, entrenamiento, rendimiento, selección y contratación del personal según políticas del establecimiento o departamento.
- Desempeñar funciones afines.

Fuente: Elaboración propia a partir del marco nacional de ocupaciones (Ministerio del trabajo - MinTrabajo, s.f.)

Tabla 17 Identificación de cargo Logística

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Categoría	Nombre Del Cargo	Código
Guía Logística	Logística	5113
Versión Del Perfil	Fecha De Elaboración	Elaborado Por
1	29/06/2023	Jorge Palacios / Gustavo Ibáñez / Waldemar Petro
Vicepresidencia	Gerencia	Dirección
N/A	N/A	N/A

ii. Objetivo Del Cargo

Planean, orientan, conducen, instruyen, asisten y controlan los servicios de guionaje turístico a viajeros, pasajeros o turistas, ofrecen servicios de acompañamiento e interpretación en su ámbito geográfico local a visitantes. Transmiten su conocimiento, velan y promueven la conservación y el bienestar del patrimonio natural y cultural.

III. FUNCIONES BÁSICAS

- Planear la logística y vigilar el cumplimiento del protocolo diplomático en la visita del turística local y extranjeros.
- Coordinar acciones de cumplimiento de planes y programas misionales trazados por el Organismo de Tránsito.
- Desarrollar, establecer y gestionar los presupuestos de operaciones de logística y servicios conexos para el ingreso, salida, tránsito y depósito de hospedaje, controlar los gastos y garantizar el uso eficiente de los recursos según requerimientos del cliente y normativa de comercio.
- Planear, establecer y controlar los términos de entrega, precios, costos, y soluciones a las contingencias para el transporte según los modos y medios a nivel internacional y nacional.

Fuente: Elaboración propia a partir del marco nacional de ocupaciones (Ministerio del trabajo - MinTrabajo, s.f.)

Tabla 18 Identificación de cargo Guía

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Categoría	Nombre Del Cargo	Código
Guía	Guía De Turismo	51131
Versión Del Perfil	Fecha De Elaboración	Elaborado Por
1	29/06/2023	Jorge Palacios / Gustavo Ibáñez / Waldemar Petro
Vicepresidencia	Gerencia	Dirección
N/A	N/A	N/A

ii. Objetivo Del Cargo

Planean, orientan, conducen, instruyen, asisten y controlan los servicios de guionaje turístico durante el servicio contratado o según su especialidad. Interpretan y velan por el bienestar del patrimonio natural y cultural de turistas, viajeros o pasajeros de acuerdo con los requerimientos técnicos, protocolos y normativa. Se pueden desempeñar en agencias de viaje, entre otros.

III. FUNCIONES BÁSICAS

- Planear y controlar el servicio de guionaje turístico de acuerdo con el servicio contratado.
- Diseñar recorridos turísticos según requerimientos técnicos y normativos.
- Conducir usuarios de acuerdo con técnicas y tipo de recorrido turístico y normativa.
- Velar y fomentar la protección y bienestar del patrimonio cultural y natural, turistas, viajeros o pasajeros según requerimientos técnicos y normativos.
- Apoyar la gestión y desarrollo de destinos turísticos teniendo en cuenta la normativa del sector.
- Traducir información en idioma extranjero o lenguas nativas de acuerdo con requerimientos técnicos.
 - Saludar y registrar visitantes, turistas, viajeros o pasajeros y emitir cualquier identificación, placas o dispositivos de seguridad que se requiera según requerimientos técnicos y normativos.
- Desempeñar funciones afines.

Fuente: Elaboración propia a partir del marco nacional de ocupaciones (Ministerio del trabajo - MinTrabajo, s.f.)

Estudio administrativo y legal

Estudio legal

El sector ecoturístico en Colombia es regulado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, principalmente a través de la ley 300 de 1996 que corresponde a Ley General de Turismo. Por otra parte, esta reglamentada.

Por el Decreto Nacional 2590 de 2009, "Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones". ARTÍCULO 29. Promoción del ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuaturismo y turismo metropolitano.

El Estado promoverá el desarrollo del ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuaturismo y turismo metropolitano, para lo cual el plan sectorial de turismo deberá contener directrices y programas de apoyo específicos para estas modalidades, incluidos programas de divulgación de la oferta. (ley 300 de 1996)

Organización jurídica

Prestadoras de servicios ecoturístico, deben estar inscrito en el registro mercantil y tener establecimiento de comercio. Se puede registrar como persona natural o jurídica en la cámara de comercio de Montería y se constituirá entonces bajo la figura societaria de **Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S** que tiene las siguientes características.

- ❖ Se constituye mediante documentos privados.
- ❖ Es unipersonal o puede estar constituida por varios accionistas.
- ❖ Su naturaleza siempre será comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social.
- ❖ No es obligatoria la revisoría fiscal, ni la junta directiva.



- ❖ Sociedad de capital.
- ❖ Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Requisitos legales

Inscripción en el Registro Nacional de Turismo

Todas las empresas prestadoras de servicios ecoturísticos que operen en Colombia deben inscribirse en el Registro Nacional de Turismo, esto es de importancia para funcionamiento ya que el registro debe actualizarse anualmente; El registro se lo delegaron a la cámara de comercio a partir del año 2012. los prestadores de servicios turísticos que se relacionan a continuación deben inscribirse en el Registro Nacional de Turismo:

- ❖ *Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas.*
- ❖ *Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.*
- ❖ *Las oficinas de representación turística.*
- ❖ *Los guías de turismo.*
- ❖ *Las empresas captadoras de ahorros para viajes y de servicios turísticos prepagados.*
- ❖ *Los concesionarios de servicios turísticos en parque.*
- ❖ *Los demás que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine.*

Fuente: (COLOMBIA POTENCIA DE LA VIDA, s.f.)

Es de importancia saber que las empresas constituidas deben cumplir con sus obligaciones legales establecidas por la ley. Por lo siguiente deberán cumplir con 3 trámites necesarios.

- ❖ Obtener el Registro Único Tributario (RUT)
- ❖ Matricularse en el Registro Mercantil.
- ❖ Matricularse en la oficina de Industria y Comercio del municipio.

Otras normas y reglamentaciones que deben tenerse en cuenta.

- ❖ Norma Técnica Sectorial - Colombia (NTS AV04 -2003)
- ❖ La Ley 1101/2006 amplía la cobertura de los empresarios y fortalece el Fondo de Promoción.
- ❖ La Ley 1429 de 2010, que rige para micro y pequeñas empresas que tengan hasta 5.000 smmlv en activos y hasta 50 trabajadores y establece los siguientes incentivos para las empresas creadas y legalizadas a partir de diciembre 29 de 2010.
- ❖ Los paquetes turísticos deben ser diseñados por profesionales, garantizando la calidad del servicio y la protección del consumidor.

Las leyes

La ley 99 de 1993 establece en su artículo 1, núm. 2: La biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible” y en su artículo 3 especifica: “Se entiende por desarrollo sostenible el que conduzca al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus

propias necesidades. Departamento Nacional de Planeación República de Colombia (2013)

Esto implica la protección de la biodiversidad y el ecoturismo por parte de la constitución política garantizando calidad de vida para todos los habitantes del país que quieren ser partícipe del entorno.

Para el Gobierno Nacional el ecoturismo tiene un alto significado, entendido 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 y la alta biodiversidad con que cuenta. Éste ofrece, a su vez, a las comunidades locales, a los pequeños y grandes empresarios, a las organizaciones no gubernamentales, una oportunidad de explorar nuevos oficios que conlleven a una mejor calidad de vida. (MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO – MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE, 2003)

Las políticas ambientales y turísticas recientes del país

Las políticas ambientales se sustentan en una serie de principios generales contenidos en la ley 99 de 1993, que en su artículo 1 establece:

- 1. El proceso de desarrollo económico y social del país se orientará según los principios universales y del desarrollo sostenible contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de junio de 1992 sobre Medio Ambiente y Desarrollo.*
- 2. La biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible.*

3. *Las políticas de población tendrán en cuenta el derecho de los seres humanos a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.*
4. *Las zonas de páramos, subpáramos, los nacimientos de agua y las zonas de recarga de acuíferos serán objeto de protección especial.*
5. *En la utilización de los recursos hídricos, el consumo humano tendrá prioridad sobre cualquier otro uso.*
6. *La formulación de las políticas ambientales tendrá en cuenta el resultado del proceso de investigación científica. No obstante, las autoridades ambientales y los particulares darán aplicación al principio de precaución conforme al cual, cuando exista peligro de daño grave e irreversible, la falta de certeza científica absoluta no deberá utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces para impedir la degradación del medio ambiente.*
7. *El Estado fomentará la incorporación de los costos ambientales y el uso de instrumentos económicos para la prevención, corrección y restauración del deterioro ambiental y para la conservación de los recursos naturales renovables.*
8. *El paisaje por ser patrimonio común deberá ser protegido.*
9. *La prevención de desastres será materia de interés colectivo y las medidas tomadas para evitar o mitigar los efectos de su ocurrencia serán de obligatorio cumplimiento.*
10. *La acción para la protección y recuperación ambientales del país es una tarea conjunta y coordinada entre el Estado, la comunidad, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado. El Estado apoyará e incentivará la conformación de organismos no gubernamentales para la protección ambiental y podrá delegar en ellos algunas de sus funciones.*

- 11. Los estudios de impacto ambiental serán el instrumento básico para la toma de decisiones respecto a la construcción de obras y actividades que afecten significativamente el medio ambiente natural o artificial.*
- 12. El manejo ambiental del país, conforme a la Constitución Nacional, será descentralizado, democrático y participativo.*
- 13. Para el manejo ambiental del país, se establece un Sistema Nacional Ambiental - SINA- cuyos componentes y su interrelación definen los mecanismos de actuación del Estado y la sociedad civil.*
- 14.** *Las instituciones ambientales del Estado se estructurarán teniendo como base criterios de manejo integral del medio ambiente y su interrelación con los procesos de planificación económica, social y física. (Fundamentos De La Política Ambiental Colombiana, 1993)*

Estudio económico y financiero

Balance de apertura

Tabla 19 Inversión inicial

Cuentas	2023
Activos corrientes	
Disponible	\$ 214.190.545
Inversiones temporales	
Deudores (cuentas por cobrar)	
Inventarios	-
Otros activos	
Total, activo corriente	\$ 214.190.545
Activos de largo plazo	
Muebles y enseres	\$ 8.043.980
Maquinaria y equipo	\$ 1.734.213
Vehículos	-
Terrenos	\$ 30.000.000
Edificaciones	\$ 90.000.000
Equipo de computación	\$ 10.892.874
Depreciación acumulada	-
Software	-
Amortización acumulada	-
Total, activos no corrientes	\$ 140.671.067
Total, activos	\$ 354.861.612
Pasivos corrientes	
Proveedores	-
Impuesto por pagar	
Obligaciones financieras corrientes	26.731.752
Total, pasivos corrientes	26.731.752
Pasivos no corrientes	
Obligaciones financieras no corrientes	186.658.794
Total, pasivos no corrientes	213.390.545
Total, pasivos	-
Patrimonio	
Capital	\$ 141.471.067
Reserva Legal	-
Utilidades retenidas	-
Utilidad del periodo	-
Total, patrimonio	\$ 141.471.067
Total, pasivo y patrimonio	\$ 354.861.612

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto de inversiones

Capital de trabajo

Tabla 20 Presupuesto de inversión

Servicio	Cantidad	Costo unidad	Valor total
Paquete Turístico Familiar 5 personas (2 días y 1 noche)	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Paquete Turístico individual (2 días y 1 noche)	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Paquete Turístico Parejas	1	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000
Total	3	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000

Fuente: Elaboración propia

Inversiones fijas

El plan de inversión para la empresa ECOSINÚ, comprende a saber:

Tabla 21 Inversión en activos fijos muebles, enseres y equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Sillas ejecutivas	4	\$ 762.150	\$ 3.048.600
Sillas ergonómicas	10	\$ 232.900	\$ 2.329.000
Mesas	4	\$ 181.900	\$ 727.600
Tablero	2	\$ 133.900	\$ 267.800
Televisor	2	\$ 1.999.990	\$ 3.999.980
Teléfono	1	\$ 155.000	\$ 155.000
Carro	1	\$ 40.000.000	\$ 40.000.000
Equipo computo	4	\$ 1.677.727	\$ 6.710.908
Impresora	2	\$ 1.063.872	\$ 2.127.744
Video Bean	2	\$ 1.027.111	\$ 2.054.222
Cafetera	1	\$ 119.213	\$ 119.213
Dispensador de agua	2	\$ 730.000	\$ 1.460.000
Total	35	\$ 48.083.763	\$ 63.000.067

Fuente: Elaboración propia

	Pensión 16%	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 1.000.000
	ARL riesgo I 0,52%	\$ 6.525	\$ 6.525	\$ 6.525	\$ 6.525	\$ 6.525	\$ 32.625
	Caja C 4%	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 250.000
Contador publico	Honorarios	\$ 1.160.000	\$ 1.160.000	\$ 1.160.000	\$ 1.160.000	\$ 1.160.000	\$ 5.800.000
Total		\$ 19.677.848	\$ 19.677.848	\$ 19.677.848	\$ 19.677.848	\$ 19.677.848	\$ 98.389.242

Fuente: Elaboración propia

Gastos de comercialización

Teniendo en cuenta la evolución de salario mínimo mensual vigente promedio de los últimos años 10,07%, 3,50%, 6,00% y 6,00%

Tabla 24 Gasto de comercialización crecimiento salarial en 5 años

Salario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	\$ 27.840.000	\$ 30.643.488	\$ 31.716.010	\$ 33.618.971	\$ 35.636.109
Administrador	\$ 21.600.000	\$ 23.775.120	\$ 24.607.249	\$ 26.083.684	\$ 27.648.705
Servicio al cliente	\$ 13.920.000	\$ 15.321.744	\$ 15.858.005	\$ 16.809.485	\$ 17.818.054
Logística	\$ 15.000.000	\$ 16.510.500	\$ 17.088.368	\$ 18.113.670	\$ 19.200.490
Guía turístico	\$ 15.000.000	\$ 16.510.500	\$ 17.088.368	\$ 18.113.670	\$ 19.200.490
Total, salario	\$ 93.360.000	\$ 102.761.352	\$ 106.357.999	\$ 112.739.479	\$ 119.503.848

Fuente: Elaboración propia

Costos por depreciación

Tabla 25 Depreciación anual de activos fijos

Descripción	Valor	Vida útil	Tasa de salvamento 10%	Depreciación anual -10%	Total, Depreciado 5 años	Valor Residual Años 5
Sillas	\$ 3.048.600	10	\$ 304.860	\$ 274.374	\$ 1.371.870	\$ 1.676.730
Mesas	\$ 727.600	10	\$ 72.760	\$ 65.484	\$ 327.420	\$ 400.180
Tablero	\$ 267.800	10	\$ 26.780	\$ 24.102	\$ 120.510	\$ 147.290
Televisor	\$ 3.999.980	10	\$ 399.998	\$ 359.998	\$ 1.799.990	\$ 2.199.988
Teléfono	\$ 155.000	10	\$ 15.500	\$ 13.950	\$ 69.750	\$ 85.250
Carro	\$ 40.000.000	5	\$ 4.000.000	\$ 3.600.000	\$ 18.000.000	\$ 22.000.000
Equipo computo	\$ 6.710.908	3	\$ 671.091	\$ 603.982	\$ 3.019.910	\$ 3.691.001
Impresora	\$ 2.127.744	3	\$ 212.774	\$ 191.497	\$ 957.485	\$ 1.170.259
Video Bean	\$ 2.054.222	3	\$ 205.422	\$ 184.880	\$ 924.400	\$ 1.129.822
Cafetera	\$ 119.213	10	\$ 11.921	\$ 10.729	\$ 53.645	\$ 65.566
Dispensador de agua	\$ 1.460.000	10	\$ 146.000	\$ 131.400	\$ 657.000	\$ 803.000

Fuente: Elaboración propia

Costos de ventas

Tabla 26 Costos anual de ventas proyectadas por servicio

Costos anuales de ventas proyectadas por servicio					
Paquete Turístico Familiar 5 personas (2 días y 1 noche)	\$ 43.836.600	\$ 48.220.260	\$ 55.453.299	\$ 66.543.959	\$ 83.179.949
Paquete Turístico individual (2 días y 1 noche)	\$ 116.666.400	\$ 128.333.040	\$ 147.582.996	\$ 177.099.595	\$ 221.374.494
Paquete Turístico Parejas (2 días y 1 noche)	\$ 26.565.280	\$ 29.221.808	\$ 33.605.079	\$ 40.326.095	\$ 50.407.619
Total, costo	\$ 187.068.280	\$ 205.775.108	\$ 236.641.374	\$ 283.969.649	\$ 354.962.061

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto de ventas estimadas

Tabla 27 Presupuesto de ventas estimadas por 5 años

Proyección de ingreso anual por cada servicio prestado					
Proyección	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paquete Turístico Familiar 5 personas (2 días y 1 noche)	\$ 60.000.000	\$ 72.600.000	\$ 96.013.500	\$ 132.498.630	\$ 190.466.781
Paquete Turístico individual (2 días y 1 noche)	\$ 80.000.000	\$ 96.800.000	\$ 128.018.000	\$ 176.664.840	\$ 253.955.708
Paquete Turístico Parejas (2 días y 1 noche)	\$ 44.000.000	\$ 53.240.000	\$ 70.409.900	\$ 97.165.662	\$ 139.675.658
Total, costo	\$ 184.000.000	\$ 222.640.000	\$ 294.441.400	\$ 406.329.132	\$ 584.098.146

Fuente: Elaboración propia

Proyección de estado de resultado

El estado de resultados constituye una herramienta esencial para visualizar de manera detallada la evolución financiera proyectada durante los próximos cinco años. Este informe exhaustivo desglosa las cuentas de ingresos y egresos, brindando una comprensión profunda de la dinámica financiera del proyecto.

Una característica fundamental de este estado financiero es su capacidad para evaluar la rentabilidad del proyecto desde el primer año de operación. Al proporcionar un análisis minucioso de los ingresos y gastos, el informe revela si el proyecto genera una utilidad creciente con el tiempo. Esta información es crucial para determinar la viabilidad económica a largo plazo y permite tomar decisiones informadas sobre la gestión financiera.

Es relevante destacar que la proyección de una utilidad en constante aumento refleja no solo la solidez del proyecto, sino también su capacidad para generar valor de manera

sostenible. Este enfoque proactivo hacia la rentabilidad desde el inicio del funcionamiento del proyecto subraya su potencial para ser una empresa económicamente exitosa a lo largo del tiempo.

Tabla 28 Estado de resultado proyectado por 5 años

Concepto	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas	184.000.000	222.640.000	294.441.400	406.329.132	584.098.127
Costos	100.969.532	122.191.454	160.047.858	218.636.617	311.240.966
Utilidad Bruta	83.030.468	100.448.546	134.393.542	187.692.515	272.857.161
Gastos operativos	9.509.478	9.470.121	10.071.552	11.091.627	12.652.992
Utilidad antes impuestos e intereses	73.520.990	90.978.425	124.321.990	176.600.889	260.204.169
Gastos financieros	43.062.597	36.759.250	28.969.573	19.343.091	7.446.685
Ingresos financieros	0	26.230.681	56.869.793	104.642.498	177.854.855
Utilidad antes de impuestos	30.458.393	80.449.857	152.222.209	261.900.295	430.612.339
Impuestos	10.051.270	26.548.453	50.233.329	86.427.097	142.102.072
Utilidad neta	20.407.124	53.901.404	101.988.880	175.473.198	288.510.267

Fuente: Elaboración propia

Proyección de Balance General

El Balance General emerge como una pieza clave para comprender la salud financiera de un proyecto a lo largo de los próximos cinco años. Este informe detallado desglosa los activos, pasivos y patrimonio neto, proporcionando una visión integral de la posición financiera.

En particular, el Balance General permite evaluar la solidez financiera del proyecto desde sus inicios. Al examinar detenidamente los activos y pasivos, el informe ofrece una perspectiva clara sobre la capacidad de la empresa para gestionar sus recursos y deudas. Esto es esencial para determinar la estabilidad financiera desde el primer año de operación y proyectar su desarrollo a largo plazo.

Destacando la evolución de los activos y pasivos a lo largo del tiempo, el Balance General revela la capacidad del proyecto para generar crecimiento sostenible. Esta capacidad de gestión financiera efectiva se traduce en un patrimonio neto en aumento, subrayando la viabilidad económica y la creación de valor a lo largo del tiempo.

Es crucial enfatizar que la proyección de un patrimonio neto creciente no solo demuestra la estabilidad financiera, sino también la capacidad del proyecto para afrontar desafíos y aprovechar oportunidades. Al brindar una visión clara de los recursos y deudas, el Balance General se convierte en una herramienta estratégica para tomar decisiones informadas sobre inversiones, financiamiento y expansión.

Tabla 29 Estado de resultado proyectado por 5 años

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Activos corrientes						
Disponible	214.190.545	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
Inversiones temporales		87.435.603	189565976	348808326	592849517	895164915
Deudores (cuentas por cobrar)						
Inventarios	-	-	-	-	-	-
Otros activos						
Total, activo corriente	214.190.545	88.235.603	190.365.976	349.608.326	593.649.517	895.964.915
Activos de largo plazo						
Muebles y enseres	8.043.980	8.043.980	8.043.980	8.043.980	8.043.980	8.043.980
Maquinaria y equipo	1.734.213	1.734.213	1.734.213	1.734.213	1.734.213	1.734.213
Vehículos	0	0	0	0	0	0

Terrenos	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Edificaciones	90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000
Equipo de computación	10.892.874	10.892.874	10.892.874	10.892.874	10.892.874	10.892.874
Depreciación acumulada	0	(23.942.111)	(47.884.221)	(71.826.332)	(92.304.151)	(112.781.971)
Software	-	-	-	-	-	-
Amortización acumulada	-	-	-	-	-	-
Total, activos no corrientes	140.671.067	116.728.956	92.786.846	68.844.735	48.366.916	27.889.097
Total, activos	354.861.612	204.964.559	283.152.822	418.453.061	642.016.433	923.854.012
Pasivos corrientes						
Proveedores	-	-	-	-	-	-
Impuesto por pagar		10.051.270	26.548.453	50.233.329	86.427.097	142.102.072
Obligaciones financieras corrientes	26.731.752	33.035.099	40.824.775	50.451.257	62.347.663	0
Total, pasivos corrientes	26.731.752	43.086.368	67.373.228	100.684.586	148.774.761	142.102.072
Pasivos no corrientes						
Obligaciones financieras no corrientes	186.658.794					
Total, pasivos no corrientes	186.658.794					
Total, pasivos	213.390.545	43.086.368	67.373.228	100.684.586	148.774.761	142.102.072
Patrimonio						
Capital	141.471.067	141.471.067	141.471.067	141.471.067	141.471.067	141.471.067
Reserva Legal	0	0	2.040.712	7.430.853	17.629.741	35.177.061
Utilidades retenidas	0	0	18.366.411	66.877.675	158.667.667	316.593.545
Utilidad del periodo	0	20.407.124	53.901.404	101.988.880	175.473.198	288.510.267
Total, patrimonio	141.471.067	161.878.191	215.779.594	317.768.475	493.241.672	781.751.940
Total, pasivo y patrimonio	354.861.612	204.964.559	283.152.822	418.453.061	642.016.433	923.854.012

Fuente: Elaboración propia

Proyección de Flujo de Caja

El análisis del flujo de caja se erige como una herramienta vital para comprender la dinámica financiera de un proyecto en los próximos cinco años. Este informe minucioso desglosa las entradas y salidas de efectivo, proporcionando una visión detallada de la liquidez y la capacidad de generación de efectivo.

Particularmente, el flujo de caja permite evaluar la solidez financiera del proyecto desde su inicio. Al examinar de cerca las fuentes y usos de efectivo, el informe ofrece una perspectiva clara sobre la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones financieras y operativas. Esto es esencial para determinar la salud financiera desde el primer año de operación y proyectar su desarrollo a largo plazo.

Enfatizando la evolución del flujo de efectivo a lo largo del tiempo, el informe revela la capacidad del proyecto para mantener una posición de liquidez sólida. Esta habilidad para gestionar eficientemente los flujos de efectivo se traduce en la capacidad de la empresa para enfrentar desafíos financieros y aprovechar oportunidades de inversión.

Es crucial subrayar que la proyección de un flujo de caja positivo y creciente no solo demuestra la solidez financiera, sino también la capacidad del proyecto para financiar sus operaciones y proyectos futuros. Al proporcionar una visión clara de la liquidez, el flujo de caja se convierte en una herramienta estratégica para tomar decisiones informadas sobre inversiones, financiamiento y gestión de recursos.

Tabla 30 Proyección flujo de caja a 5 años

Concepto	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas	184.000.000	222.640.000	294.441.400	406.329.132	584.098.127
Costos	100.969.532	122.191.454	160.047.858	218.636.617	311.240.966
Gastos operativos	9.509.478	9.470.121	10.071.552	11.091.627	12.652.992
Utilidad operativa	73.520.990	90.978.425	124.321.990	176.600.889	260.204.169

Impuesto de renta operativo	24.261.927	30.022.880	41.026.257	58.278.293	85.867.376
Beneficio fiscal financiero	-14.210.657	-3.474.428	9.207.072	28.148.804	56.234.696
Utilidad operativa después de impuestos	63.469.720	64.429.973	74.088.661	90.173.791	118.102.097
Depreciación y amortización	23.942.111	23.942.111	23.942.111	20.477.819	20.477.819
Flujo de caja bruto operativo	87.411.831	88.372.083	98.030.771	110.651.611	138.579.917

Fuente: Elaboración propia

La Valor Actual Neto (VAN) de \$150.699.119 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto del 36% son indicadores altamente positivos que refuerzan la viabilidad financiera de la iniciativa en los próximos cinco años.

La VAN de \$100.163.097 indica que el proyecto generará un valor presente neto positivo, lo que sugiere que los flujos de efectivo futuros del proyecto superarán el costo de inversión inicial. Este resultado es alentador, ya que una VAN positiva señala que el proyecto tiene el potencial de generar beneficios financieros significativos.

Por otro lado, una TIR del 36% es una cifra robusta que supera las tasas de rendimiento esperadas en muchas inversiones. La TIR representa el rendimiento porcentual anualizado del proyecto, y una tasa del 36% sugiere una rentabilidad sustancial. Esta cifra indica que el proyecto es capaz de generar ganancias a un ritmo considerable y es financieramente atractivo.

La combinación de una VAN positiva y una TIR elevada respalda la solidez financiera y la rentabilidad del proyecto. Estos indicadores sugieren que la inversión inicial se recuperará rápidamente y que el proyecto tiene el potencial de generar beneficios considerables a lo largo del tiempo.

Revisión de Riesgos

Mapeo de riesgos

Tabla 31 Mapeo de riesgo

Matriz De Riesgos				
Factor De Riesgo	Descripción Del Riesgo	Fuente Generadora	Grado De Peligrosidad	Control Necesario
Media	Escasez de personal con conocimiento de ecoturismo que pueda concretar nuevos clientes	Mercadeo	Alto	identificar personal calificado.
Media	Dificultad para conseguir guías turístico certificados en el Municipio de Tierralta.	Operativo	Alta	Realizar convenios con entidades para capacitar personas de la población.
Media	Cambios en la normatividad vigente.	Legal	Alta	Estar vigilando los ámbitos de leyes para anticipar los cambios. Establecer estrategias constantemente para tener una amplia utilidad neta,
Alta	Gastos administrativos.	Financiero	Alta	proporcionando cifras que lleven a tomar decisiones de inversión.

Fuente: Elaboración propia

Conclusión

Luego de realizar la investigación del plan de negocio para determinar la viabilidad de crear una empresa de ecoturismo en el municipio de Tierralta del departamento de Córdoba se puede concluir que:

La empresa puede influir en la creación con el desarrollo de los fundamentos de la investigación: estudio de viabilidad, administrativo, legal, técnico, ambiental y financiera. Ocurriendo al estudio de mercado para la factibilidad del proyecto, en la que se hace referencia a la necesidad que tiene el mercado y/o turista para disfrutar las actividades integrado en el proyecto ecoturístico del parque Ecosinú. En cuanto el análisis turístico del municipio de existes empresas prestadoras del servicio turístico, pero no ecológicos obteniendo ventaja al instalar la empresa, además no cuentan con personal con la capacitación adecuada para prestar el servicio eficiente, por lo que el proyecto del parque Ecosinú considera ofertar de manera integral los servicios requeridos del mercado.

Ante el proyecto viable este arroja características requeridas operacionales que necesita el parque ecoturístico directamente el plan de negocio debido que tiene aspectos tales como la construcción, además del equipo necesarios para el buen funcionamiento de las operaciones administrativo o prestación de servicio, sumado a este proceso los implementos ambientales y reciclables para las actividades de ofertas y demandas con respecto a la creación de la empresa ecoturística.

Es importante resaltar que el Valor Actual Neto (VAN) es de \$100.163.097 indicando que el proyecto genera un valor presente neto positivo, y una Tasa Interna de Retorno del 36% cifra que es robusta que supera ampliamente la tasa de rendimiento esperadas en muchas inversiones



Por otro lado, se identificó las diferentes políticas que tiene los sectores regional y nacional en los programas asignados del gobierno. Donde se evidencia que el ecoturismo tiene muchas ventajas competitivas situación favorable a los proyectos así, por ejemplo: la ley 99 de 1993 estableciendo ayuda al sector ecológico, biodiversidad y recursos naturales y sus especies que tiene la flora y fauna potenciando el ecoturismo y el desarrollo de la regio Alto Sinú.

Referencias

Agudelo Morato, A., Ramirez Gomez, D., y Londoño Valencia, V. (2015). Plan de negocios para una empresa de ecoturismo y aventura en el municipio de San Francisco Antioquia.
https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/5596/1/TEGP_AgudeloMoratoAstridElena_2015.pdf

Alcaldía Municipal de Tierralta, Córdoba. (s.f.). Economía.

<https://www.tierralta-cordoba.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx>

Alcaldía de Tierralta. (2020). *Plan de Desarrollo 2020 – 2023 “Paz, Desarrollo y Buen Gobierno” del Municipio de Tierralta, Departamento de Córdoba.*

[https://www.tierralta-cordoba.gov.co/Transparencia/Plan%20de%20Desarrollo%2020202023/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20MUNICIPAL%20\(TIERRALTA\)%202020%20-%202023.pdf](https://www.tierralta-cordoba.gov.co/Transparencia/Plan%20de%20Desarrollo%2020202023/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20MUNICIPAL%20(TIERRALTA)%202020%20-%202023.pdf)

Banco Mundial. (2023, 7 de junio). Colombia: panorama general.

<https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview#:~:text=El%20PIB%20creci%C3%B3%20s%C3%B3lidamente%20a,alto%20d%C3%A9ficit%20de%20cuenta%20corriente.>

Bembibre, C. (julio de 2012). Definición de Eco.

<https://www.definicionabc.com/medio-ambiente/eco.php>

Becerra Salazar, W. L., & Montoya, D. H. (2014). los costos ambientales en la sostenibilidad empresarial. Propuesta para su valoración y revelación contable.

Contaduría Universidad de Antioquia, 180.

<https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/cont/article/viewFile/24>

Ceballos-Lascurain, H. (1992, February). Tourism, ecotourism and protected areas: national parks and protected areas. In IV Congreso sobre Parques Nacionales y Zonas Protegidas (pp. 84-89).

Colombia potencia de la vida. (s.f.). ¿Qué es el Registro Nacional de Turismo?

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/registro-nacional-de-turismo/%C2%BFque-es-el-registro-nacional-de-turismo#:~:text=1.,mayoristas%20y%20las%20agencias%20operadoras.>

Colombia potencia de la vida. (2023,25 de mayo). Noticia de Turismo. Turismo sigue recuperándose, como lo confirman cifras de la Cuenta Satélite a 2022.

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/turismo-recuperandose-cifras-cuenta-satelite-2022>

Colombia potencia de la vida. (s.f.). Análisis de entorno.

<https://www.funcionpublica.gov.co/web/murc/actividad-7>

Colombia potencia de la vida. (s.f.). Políticas Públicas Ambientales.

<https://www.minambiente.gov.co/planeacion-y-seguimiento/politicas-publicas-ambientales/#:~:text=Pol%C3%ADtica%20P%C3%ABlica%20Ambiental%20es%20un,Nacional%20con%20la%20finalidad%20de>

Convener . (s.f.). ¿Qué es una Junta Directiva?

<https://www.azeusconvener.es/junta-directiva>

DANE. (2005). Censo General 2005 Perfil Tierralta – Córdoba.

<https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/cordoba/tierralta.pdf>

DANE. (2023). Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT) 2023. Segundo trimestre

2023. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EGIT/bol-EGIT-IITrim2023.pdf>

Departamento Nacional de Planeación República de Colombia. (2013). Manual de Soporte Conceptual Metodología General para la Formulación y Evaluación de Proyectos.

<https://etitic.edu.co/archives/investigacion/ManualConceptual.pdf>

Decreto 1471 del 5 de agosto de 2014. Por el cual se reorganiza el Subsistema Nacional de la Calidad y se modifica el Decreto 2269 de 1993.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=58845>

De la Garza Gorostieta, M. (2009). *Promoción de ventas: estrategias mercadológicas de corto plazo*.

Decreto 3570 de 27 de septiembre 2011. Por el cual se modifican los objetivos y la estructura del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y se integra el Sector Administrativo de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

<https://minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/09/decreto-3570-de-2011.pdf>

EUROINNOVA. (s.f.). Que es un guía turístico.

<https://www.euroinnova.co/blog/que-es-un-guia-turistico#iquestqueacute-es-un-guiacutea-turiacutestico>

Facultad de Economía - UNAM. (s.f.). II. Estudio Técnico.

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

Fernández Ávila, V. R. (2003). Política para el desarrollo del ecoturismo.

https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/POLITICA_PARA_EL_DESARROLLO_DEL_ECOTURISMO.pdf

Gennero, A. M. (2004). El Proceso de creación de empresas en Argentina: factores determinantes y diferencias espaciales.

<http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/692>

Gobierno de Colombia; Función Pública. (2018). Análisis sector Cultura.

<https://www.funcionpublica.gov.co/documents/34645357/34704716/analisis-sector-cultura.pdf>

Graña, F. M. (2002). Creación de empresas. Factores asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas. <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1105>

Gómez, D. (2022, 15 de noviembre). Qué es el servicio al cliente y cómo brindarlo de forma excepcional. <https://blog.hubspot.es/service/buen-servicio-a-clientes>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación.

https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

Ley 300 de 1996. "Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones".

https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=8634

Ley 99 de 22 del diciembre de 1993. “por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones.”

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=297>

Marín Portillo, K., y Atencio Cárdenas, E. (2008). Proceso Académico-Administrativo de la Revista Científica y Ética del Investigador: estudio de un caso *Omnia*, vol. 14, núm. 3, 2008, pp. 160-183. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73711121009>

Méndez Lozano R. (2014). *Formulación y evaluación de proyectos*.

MinComercio. (2012). Diagnóstico Turismo de Naturaleza en el Mundo *Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza en Colombia*.

<https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=e1760bd0-0060-4974-9f5d-00277ce35cc9>

Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo. (2021). “*Por medio del cual se adiciona el Capítulo 13 al Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo para determinar unos Prestadores de Servicios Turísticos*”.

<https://www.mincit.gov.co/normatividad/proyectos-de-normatividad/proyectos-de-decreto-2021>

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). (2016, 9 de marzo). La tecnología, un aliado para el fomento del turismo en Colombia.

<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/14737:La-tecnologia-un-aliado-para-el-fomento-del-turismo-en-Colombia>

Ministerio del trabajo – DANE y SENA. (s.f.). Clasificación única de ocupaciones para Colombia.

<https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/61040102/20201223+Clasificacion+CUOC.pdf/48d6bd59-20fc-4f68-d829-c74ce2e90f80?t=1609861773720>

Núñez, L. G. (2004). Creación de empresas y estrategia. Reflexiones desde el enfoque de recursos. *Revista científica Pensamiento y Gestión*.

<https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/download/3609/2325/12198>

Organización Mundial Del Turismo. (2002). Ecoturismo Y Áreas Protegidas.

<https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas>

Parra, M. E., López, J. N., Pellat, A., y Puerta, C. (2008). Estudio administrativo.... un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión. Instituto Tecnológico de Sonora. Recuperado de:

<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>

Pérez, A. (22 de abril de 2021). *Estudio de viabilidad de un proyecto: estructura e importancia*. (O. B. School, Editor) Obtenido de

<https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-de-viabilidad-de-un-proyecto-estructura-e-importancia>

Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard*

Business Review, 86(1), 58-77.

https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf

Pride, W. M., & Ferrel, O. C. (1997). *Marketing - Tapa dura*. Houghton Mifflin

(Academic),

Procolombia. (2017, 7 de septiembre). *Colombia y su potencial en ecoturismo*.

<https://prensa.procolombia.co/colombia-y-su-potencial-en-ecoturismo>

Programa de las Naciones Unidas. (2023, 16 de junio). Diferencial demográfico en

Colombia una oportunidad para disminuir la pobreza en Colombia. Obtenido de

<https://www.undp.org/es/colombia/discursos/diferencial-demografico-colombia-oportunidad-disminuir-pobreza>

Quintero Puentes, P., y Bernal Mattos, C. (2007). diversificación y cultura: qué ofrece y

cómo se promociona Cartagena de indias (Colombia). *turismo y sociedad*, 8(), 106-

126. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576261178006>

Reynolds, P. D. (1997). Who Starts New Firms? . *Preliminary Explorations of Firms-in-*

Gestation, 9, pages449–462.

<https://link.springer.com/article/10.1023/A:1007935726528>

Rodríguez Casasbuenas, W. D. (2019). Eco_Cultura agencia de viajes.

2019.<http://hdl.handle.net/11371/2969>

Resolución 0531 del 29 de mayo de 2013. "Por medio de la cual se adoptan las directrices para la planificación y el ordenamiento de una actividad permitida en las áreas de Sistema de Parques Nacionales Naturales".

[2-resolucion-0531-del-2013.pdf \(parquesnacionales.gov.co\)](#)

Rosales, F. (2005). *Capítulo del estudio técnico*.

<https://es.scribd.com/doc/216879716/Capitulo-Del-Estudio-Tecnico#>

Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2004). Preparación y evaluación de proyectos. Best Sellers Internacionales—McGraw-Hill Interamericana.

[//efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.geolay.cl/pce4/prep-eval-proy/Sapag-Chain-4-edicion.pdf](https://www.geolay.cl/pce4/prep-eval-proy/Sapag-Chain-4-edicion.pdf)

Sobrero, F. (2009). Análisis de Viabilidad: La cenicienta en los Proyectos de Inversión.

FCE-UNL. Santiago, Chile <http://www.asociacionag.org.ar/pdfcap/5/Sobrero,%20Francisco>

Ucha, F. (abril de 2009). *Definición de Turismo*. DefiniciónABC

<https://www.definicionabc.com/general/turismo.php>

Urbina, G. B. (2010). *Evaluación se Proyectos*.

<https://repositorio.uvm.edu.ve/handle/123456789/323>

Valora Analitik. (2023, 25 de julio). Viajes Circular cerraría 2023 con un incremento de 20

% en ventas. <https://www.valoraanalitik.com/2023/07/25/viajes-circular-cerraria-2023-con-un-incremento-de-20-en-ventas/>

Vargas Vega, L. (2020, 2 de diciembre). *El ecoturismo es la tendencia que se impone a nivel mundial en la pospandemia.*

<https://www.google.com/amp/s/amp.larepublica.co/empresas/el-ecoturismo-es-la-tendencia-que-se-impone-a-nivel-mundial-durante-la-pospandemia-3096635>

Villarruel, S. (2015, 28 de mayo). *Viabilidad de proyectos.* <https://prezi.com/sf7yszsgtvfj/el-concepto-viabilidad-es-utilizado-en-la-disciplina-evaluac/>

World Legal Corporation. (2020, 5 de octubre). ¿Cuáles son los requisitos para crear una empresa en Colombia? <https://www.worldlegalcorp.com/blog/cuales-son-los-requisitos-para-crear-una-empresa-en-colombia/>

Walker, S. E., Etzel, M., & Stanton, W. (2007). *Fundamentos de marketing.* Editorial McGraw Hill.

<https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>

World Tourism Organization (2002). *Ecoturismo y áreas protegidas*

<https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas>



Anexos