



La presente obra está bajo una licencia:
Atribución 2.5 Colombia (CC BY 2.5)
Para leer el texto completo de la licencia, visita:
<http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/co/>

Usted es libre de:

- Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra
- hacer obras derivadas
- hacer un uso comercial de esta obra



Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



UNIVERSIDAD CATÓLICA
de Colombia



ECOTURISMO
Santander



CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ECOTURISMO EN LA PROVINCIA DE VÉLEZ
SANTANDER

Autores

Elizabeth Hernández Santamaría - 351768

Sindy Milena Parada Parada - 351764

Jose Manuel Berbeo Rodríguez - 351757

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ECOTURISMO EN LA PROVINCIA DE VÉLEZ
SANTANDER

Trabajo de grado

Para optar por el título de Especialista en Evaluación Social y Económica de proyectos

Docente asesor

W. Andrés Paz Ortega

Ps. M.Cs. Discapacidad e Inclusión social

Universidad Nacional de Colombia

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA

2020

Agradecimientos

A Dios por darnos la sabiduría para desarrollar este proyecto, no como opción de grado, sino que también como una apuesta de vida para la creación de negocio. Por otra parte a nuestra familia por todo su apoyo incondicional en todo este reto por creer en nosotros como personas y como profesionales.

A mis compañeros por siempre colocar un granito de arena para complementar la idea, y no menos importante agradecemos al Magister W. Andrés Paz Ortega, su dedicación, su paciencia, su tolerancia y su tranquilidad a la hora de transmitir cada uno de los conocimientos, a cada uno de los docentes y a la Universidad Católica de Colombia, que orientaron cada etapa del proyecto para lograr obtener y plasmar una idea sólida y así podamos lograr una meta más, un logro más y un sueño hecho, realidad

INTRODUCCIÓN

El presente estudio de viabilidad para la creación de una empresa de ecoturismo en la Provincia de Vélez Santander busca fortalecer la dinámica eco turística de la provincia de Vélez desde un punto de vista estratégico, mediante la implementación de dos rutas turísticas zonales que agrupen en mayor grado las atractivos turísticos existentes en el área de estudio para el disfrute de la población local y visitante; permitiendo además, el desarrollo de otros sectores anexos y complementarios que en su conjunto posicionen a la provincia como destino turístico en el contexto regional y nacional.

El aspecto que impulsó a realizar el presente estudio es generar desarrollo económico y social a partir de la conformación y promoción de rutas turísticas que permitan aprovechar las atractivos paisajísticos y ecológicos de la región, los monumentos religiosos, el disfrute de la gastronomía local, rescatar costumbres como el paseo en bus, resaltando las maravillas de cada uno de los municipios de la provincia de Vélez.

En el este documento se desarrolla un estudio de mercados orientado a caracterizar los elementos básicos de la mercadotecnia como son producto, precio, plaza y promoción permitiendo inferir sobre la existencia de una demanda insatisfecha; posteriormente se diseña un estudio técnico que la localización y las rutas, se realiza una evaluación de impacto ambiental, una evaluación económica y se analizan los riesgos del proyecto, y finalmente se presentan las acciones estratégicas de seguimiento y evaluación para así definir la conveniencia o no de continuar con los estudios de factibilidad para la puesta en marcha de la empresa.

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	4
1. RESUMEN EJECUTIVO	10
1.1 Justificación.....	10
1.2 Planteamiento del problema	10
1.3 Objetivos del plan.....	11
1.3.1 Objetivo general	11
1.3.2 Objetivos Específicos	11
1.4 Metodología.....	11
1.4.1 Estrategias metodológicas para el logro de objetivos.....	12
1.5 Futuro General del Turismo en Colombia y Santander	12
2. PLANEACIÓN ESTRATEGICA	14
2.1 Misión.....	14
2.2 Visión	14
2.3 Análisis sectorial	14
2.4 Objetivos Estratégicos, tácticos y operacionales	16
2.4.1 Presentación de líneas o acciones estratégicas y sus objetivos.....	16
2.4 Filosofía del Negocio.....	16
3. CONCEPTO DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO	18
3.1 Presentación detallada del producto.....	18
3.2 Rutas Turística de la provincia	26
3.2.2 Otras Rutas	26
3.3 Imagen	27
3.3.1 Logo	27
3.3.2 Slogan.....	28
3.4 Análisis de riesgo.....	28
3.4.1 Matriz D.O.F.A.	28
4. ESTUDIO DE MERCADO Y MERCADEO	30
4.1 Investigación del mercado	30

4.1.1	Estudio del servicio	30
4.1.2	Estudio del cliente	30
4.1.3	Estudio de la oferta.....	31
4.2	Análisis de la demanda	31
4.2.1	Demanda potencial:.....	31
4.2.2	Población objetivo.....	32
4.2.3	Demanda insatisfecha.....	32
4.2.4	Participación en la demanda insatisfecha.....	33
4.3	Determinación del precio.....	33
4.4	Pronóstico de Ventas	33
4.5	Estrategias de Distribución	33
4.6	Estrategias de Promoción	34
4.7	Publicidad – Marketing mix	34
4.8	Fidelización	35
4.9	Postventa.....	36
5.	ESTUDIO TÉCNICO	36
5.1	Localización del proyecto	36
5.2	Descripción de Factores más relevantes	37
6.	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	40
6.2	Costos e Inversión	40
6.2	Costos de Producción	41
6.3	Paquetes turísticos en 6 meses	42
6.3	Ingresos y egresos proyectados.....	42
6.4	Valor Presente Neto (VPN)	43
6.5	Tasa Interna de Retorno TIR	43
7.	RECURSOS	44
7.1	Fuentes de financiamiento	44
7.1.1	Recursos propios.....	44
7.1.2	Recursos de terceros.....	44
8.	ESTUDIO SOCIAL Y AMBIENTAL	46

8.1 Evaluación de impacto ambiental 46

9. ESTRATEGIAS DE SEGUIMIENTO, EVALUACIÓN Y CONTROL CON QUE CONTARÁ EL PROYECTO 47

9.1 Evaluación Ex ante. 47

9.2 Evaluación Expost. 47

10. CRONOGRAMA DEL PROYECTO 48

11.2 Conclusiones..... 49

11.3 Recomendaciones 50

REFERENCIAS 51

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Caracterización productos de los municipios.....	25
Tabla 2: Formulación Estrategias DOFA.....	29
Tabla 3: Servicios Sustitutos.....	31
Tabla 4: Determinación de la demanda de servicios eco turísticos.....	32
Tabla 5: Demanda insatisfecha.....	33
Tabla 6: Proyección de Ventas a 10 años.....	33
Tabla 7: Matriz de determinación localización óptima del proyecto.....	37
Tabla 8: Costos y gastos de Oficina.....	40
Tabla 9: Costo de producción.....	41
Tabla 10: Paquetes turísticos.....	42
Tabla 11: Ingresos y egresos proyectados.....	43
Tabla 12: Recursos Humanos.....	44
Tabla 13: Equipo de Oficina.....	45
Tabla 14: Dotaciones.....	45
Tabla 15: Asignación Salarial.....	45
Tabla 16: Acciones de manejo de los efectos negativos medioambientales del proyecto.....	46
Tabla 17: Resultados de los indicadores en la evaluación Ex post.....	47

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Visitantes en el Departamento de Santander	13
Figura 2: Rutas iniciales - Provincia Vélez	26
Figura 3: Otras rutas de la provincia	27
Figura 4: Logo.....	27
Figura 5: Estrategias de Distribución	34
Figura 6: Cuña Radial	35
Figura 7: Transporte.....	38
Figura 8: Cronograma de Actividades	48

1. RESUMEN EJECUTIVO

1.1 Justificación

La motivación principal detrás de este proyecto es poder crear la agencia de ecoturismo más reconocida dentro del departamento de Santander y sus alrededores ya que tenemos los sitios más atractivos y asombrosos de toda la región, además que contamos con el recurso humano, personajes nativos que conocen cada parte de este territorio.

Para poder darle sentido de pertenencia a este proyecto debemos ver la factibilidad económica que puede darse en el desarrollo y puesta en marcha de esta idea de negocio que busca el desarrollo sostenible a la provincia de Vélez Santander. Teniendo en cuenta las estadísticas, Colombia ha venido creciendo en el turismo y una de las ramas que más crece es la del ecoturismo ya que va en pro del buen nombre del turismo que rodea a Colombia. En sus principales ciudades como Cartagena, Santa marta, Barranquilla, el eje Cafetero y como lo es también el Departamento de Santander.

Como podemos ver el turismo en Colombia aportaría un incremento económico muy bueno si lográramos saber explotar estas actividades ecoturísticas de la mejor manera a mediano y a largo plazo, siempre y cuando tengamos mejoras continuas de las actividades a realizar dentro del territorio de Vélez Santander.

El turismo es la industria más grande del mundo, y genera más del 10% de los empleos globales y el 11% del producto bruto mundial. El número anual de viajes turísticos en todo el mundo se deberá duplicar a 1.6 millones para el año 2020, como lo muestran distintos estudios realizados a nivel mundial por la organización mundial del turismo (OMT).

Dentro de este proyecto nos vemos como una fuente principal de recursos financieros a la población de Vélez Santander y sus alrededores los cuales van ayudar a una mejor calidad de vida de sus habitantes y propiciando una cultura de armonía y relación con la naturaleza que nos conlleve a tener una educación ambiental y así ofrecer nuevas y diversas actividades alternativas a las tradicionales, promoviendo así una cultura social, económica y cultural dentro de estas comunidades como son la del ecoturismo en Colombia y en el mundo.

1.2 Planteamiento del problema

La provincia de Vélez Santander a pesar de contar con el reconocimiento nacional e internacional en materia de atractivos naturales, la riqueza de su folclor y variada gastronomía, entre otros, no

ha direccionado sus objetivos estratégicos de desarrollo hacia el tema turístico y eco turístico que le permita dinamizar el sector y servir como motor de desarrollo endógeno a los actores involucrados para participar de los beneficios.

La indiferencia y poca importancia que prestan los municipios al sector turístico ha ocasionado que se desaprovechen oportunidades de progreso regional y mejor calidad de vida a sus habitantes; teniendo en cuenta que en torno al turismo se dinamiza otros sectores importantes de la economía principalmente el hotelero, el comercio, el transporte y los servicios logísticos propios de la actividad. En este sentido, se viene afectando la concurrencia de visitantes especialmente a poblaciones pequeñas de la provincia, se pierden oportunidades de inversión y propicia la emigración de la población hacia otras localidades en búsqueda de mayores oportunidades para sacar adelante a sus familias.

Igualmente se observa que muchos de los habitantes y visitantes que periódicamente llegan a la provincia procedentes de diferentes partes del país e inclusive del mundo, no cuentan con alternativas de recreación para pasar sus días de descanso, vacaciones o días feriados, siendo el consumo de bebidas alcohólicas y la rumba la opción más común, generando efectos negativos en la salud y la convivencia social y familiar.

1.3 Objetivos del plan

1.3.1 Objetivo general

Determinar la viabilidad de una empresa de servicios eco- turísticos en la Provincia de Vélez que posicione a la región como destino turístico.

1.3.2 Objetivos Específicos

- ✓ Estructurar los servicios a ofertar a la comunidad en la empresa de eco turismo.
- ✓ Establecer estrategias o alianzas comerciales con sectores económicos de la región.
- ✓ Definir la viabilidad de la empresa de eco turismo para la región de Vélez Santander
- ✓ Detallar las características de los servicios ofertados, en términos de calidad y sostenibilidad

1.4 Metodología

La metodología a utilizar es descriptiva ya que se pretende estructurar los servicios turísticos teniendo en cuenta el comportamiento de la población, lo que frecuentan los visitantes, donde se

ofrezcan alternativas de esparcimiento y diversión de acuerdo a los gustos de cada cliente. Inicialmente se realizará de forma cualitativa donde se describa cada servicio o ruta turística a ofrecer, posteriormente se realizará un cálculo de costos, gastos y proyección de ventas donde se empleará el análisis cuantitativo.

1.4.1 Estrategias metodológicas para el logro de objetivos

Las necesidades de información para el desarrollo del presente perfil del proyecto fueron obtenidas de fuentes primarias y fuentes secundarias.

Las primeras están relacionadas con el comportamiento y características de la demanda y la oferta del servicio eco turístico y fueron alcanzados a través del estudio de campo que se practicó por medio de entrevista a las empresas del sector ubicadas en la provincia de Vélez en Santander, la información se centró en los siguientes aspectos:

- ✓ Conocimiento de las empresas oferentes de servicios eco turístico en el área de estudio para establecer la competencia a la cual se enfrenta la nueva empresa.
- ✓ Servicios eco turísticos de mayor demanda, así como características, frecuencia de contratación y la cuantificación de los mismos, para referenciar la demanda insatisfecha.
- ✓ Precios promedios del mercado de cada uno de los servicios, con el objeto de formular una política de precios adecuada.
- ✓ Medios publicitarios más usado y de mayor acogida en el sector.
- ✓ Fortalezas y debilidades del servicio prestado por las empresas que actualmente cubren el mercado.

Las fuentes secundarias se basaron en material bibliográfico de evaluación de proyectos, administración estratégica y sitios web de reconocida autoridad académica.

1.5 Futuro General del Turismo en Colombia y Santander

El turismo en el país se ha convertido en una locomotora que ha disparado a Colombia como destino turístico por excelencia en América, los ingresos per cápita de cada empleado del sector se han incrementado desde los \$433.000 en el año 2007 hasta los \$738.000 en el año 2017 según el ministerio de comercio, industria y turismo (Comercio, industria y Turismo, 2017). Adicional a esto se suman que la llegada de extranjeros al país por cuenta de vacaciones recreo y ocio se ha disparado desde el año 2012 pasando de 63.53% a 72.5% en el año 2019 (Comercio, industria y Turismo, 2017), esto quiere decir que cada uno de los extranjeros no residentes del país que

pasaron por inmigración lo hicieron con el motivo de realizar turismo en nuestro país. Desde la firma del proceso de paz en Colombia se abrió una nueva posibilidad de ingresos para el país por cuenta del turismo y más enfocado al turismo ecológico ya que grandes extensiones de territorios que antes eran controlados por grupos al margen de la ley ahora están siendo visitados constantemente por turistas y Santander no es ajeno a esto. (Comercio, industria y Turismo, 2017)

Tabla 1: Llegada de visitantes extranjeros no residentes en el departamento de Santander

año	extranjeros
2012	14574
2013	14260
2014	14266
2015	15764
2016	16829
2017	18014
2018	20481
2019	9663

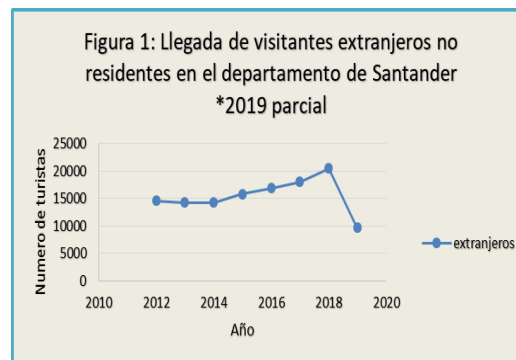


Figura 1: Visitantes en el Departamento de Santander

El ingreso de extranjeros se ha disparado en el departamento de Santander un 40% desde el año 2012 hasta el año 2018 siendo un foco de turismo potencial que se vive en gran parte a la apertura del parque natural Chicamocha en el año 2006.

Desde el año 2010 el gasto turístico receptor por parte de los extranjeros paso del 1.3% del PIB a 1.9% en el año 2017 (CEPAL, 2019) lo que representa un crecimiento del 46% en 7 años.

El sector turístico del país es un gran receptor de divisas y de empleo, actualmente somos uno de los países que más está creciendo dentro de las américas por concepto de visitas de turistas internacionales paralelo a la oferta laboral que tiene el sector, en el año 2010 pasamos de tener 5.084.530 personas ocupadas en el sector de comercio hoteles y restaurantes muy ligadas al sector del turismo a 5.958.740 personas en el año 2018 un crecimiento del 17.19% (Comercio, industria y Turismo, 2017).

Lo que ha demostrado la diversificación de nuestra economía es que el turismo cada vez le está ganando más espacio a otros sectores dentro del PIB del país, el estado colombiano consiente de esto ha empezado hacer grandes inversiones en infraestructura vial dentro del país con las autopistas de quinta generación dando como resultados mayor movilidad dentro de nuestro territorio nacional.

2. PLANEACIÓN ESTRATEGICA

2.1 Misión

Ofrecer a nuestros clientes un servicio personalizado que tenga como base la constante capacitación de nuestro personal para la mejor atención, manejando tiempos de respuesta rápidas a cada una de las inquietudes en los procesos de pre-venta y pos-venta. Nuestra excelente comunicación es el pilar para la satisfacción total de nuestros clientes para así superar sus expectativas dando experiencias únicas y así ser artífices de la realización de los distintos sueños cumplidos de cada uno de nuestros usuarios.

2.2 Visión

Para el año 2030 consolidarnos como líderes en el departamento de Santander en el sector turístico, siendo pioneros en la apertura de rutas turísticas ofreciendo experiencias únicas e innovadoras. Nos convertiremos en una agencia multifuncional donde distintos canales para la reserva de hoteles u hostales con distintos convenios que alcanzaremos y así ofrecer tarifas competitivas a nivel del departamento de Santander. Promoveremos un turismo ecológico y sustentable al medio ambiente siendo líderes en el sector, sirviendo como ejemplo al sector turístico a nivel nacional.

2.3 Análisis sectorial

Colombia ha avanzado en el “Índice de competitividad en viajes y turismo” elaborado por el Foro Económico Mundial, en colaboración con la Organización Mundial de Turismo, y una de las líneas estratégicas de su política turística, “Turismo Compite”, que se enmarca en la política general de competitividad del Gobierno colombiano, en avanzar de manera significativa en este indicador. Para ello la política turística colombiana está actuando en tres líneas: un marco regulador, ambiente de negocios e infraestructura y recursos humanos y naturales.

Desde el ministerio de Comercio, Industria y Turismo se vienen dando además unos lineamientos claros en materia turística tomando como base la ley 300 de 1996, Ley de turismo y su complementaria 1101 de 2006, donde se coloca al Fondo de Promoción Turística como un elemento clave para el fortalecimiento del entorno turístico. Todo esto ha coadyuvado a que el País vuelva a estar en el Mapa del Turismo Mundial.

En el contexto departamental de Santander se han identificado potencialidades turísticas importantes en diferentes segmentos, y la administración departamental ha venido adelantando

esfuerzos por destacar y posicionar al departamento como un destino turístico.

Con la formulación del PLAN SECTORIAL PARCIAL DE TURISMO DE SANTANDER - EJE AVENTURA liderado por la Cámara de Comercio de Bucaramanga, este estudio arrojó los siguientes resultados:

El sector turístico identifica que sus mayores temas de preocupación están relacionados con la política y normatividad en un 14%, la administración del medio ambiente en un 14% y la seguridad 14%. La educación y cultura es un tema de inquietud con un 13%, siendo la carencia de sensibilización en temas de turismo, lo más relevante. Finalmente, con una participación equivalente al 7%, el tema de promoción y mercadeo internacional alarma a los actores del sector por no existir claridad con relación a los mercados que se proponen penetrar, y la infraestructura vial de la región.

Los actores del sector sienten que cuentan con las siguientes capacidades para desarrollar: la confianza y la experiencia para trabajar con un 39%, en segundo lugar, la capacidad de gestión con un 30%, y los factores propios de la cultura santandereana con un 13% de participación.

En cuanto a los recursos que sienten que tienen los santandereanos para poder desarrollar el turismo, se destacan los históricos y culturales, con una participación del 52%. Le sigue el tema de recursos naturales con una participación del 33%, pues se destaca el medio ambiente y los recursos naturales, y finalmente, un 7% se relaciona con los recursos humanos, representado en la calidez y hospitalidad de los santandereanos (Comercio, industria y Turismo, 2017).

El objetivo principal del departamento en el tema turístico es promover a Santander como Ruta Turística para Colombia y el mundo, se busca que el departamento se organice para promover y articular el desarrollo sostenible del turismo por medio de la creación de destrezas competitivas que motiven la innovación, a través de procesos integradores, concertados y descentralizados. Por otra parte, en el contexto regional la provincia de Vélez se destaca por su oferta de atractivos culturales y naturales, que atraen turistas regionales y nacionales, sin embargo no cuenta con una organización de sus actividades, ni una adecuada planificación de estrategias futuras para consolidar y promocionar la provincia como destino turístico (Cámara Comercio Bucaramanga, 2006).

Además de la dulzura de la industria bocadillera, este territorio ubicado estratégicamente en el centro oriente de Colombia, es asiento de la tradición musical y dancística de la guabina, el torbellino y otros aires andinos, que lo han posicionado como meca cultural y folclórica del país. A lo anterior se suma la exuberancia natural allí existente conformadas por áreas de reservas y

complementa natural el abigarrado número de cavernas, cañones y miradores, desde donde se puede practicar la aventura del senderismo, el espelelismo, el rapel y el kayaking, entre otras actividades turísticas.

Para disfrutar de estas maravillas naturales y culturales, el viajero encontrará una infraestructura de servicios básica en proceso de mejoramiento en los municipios que conforman este nuevo destino turístico, atendida por la amabilidad innata del santandereano, que le llevará por sus hoteles y restaurantes, fincas agro turísticas, reservas naturales, fábricas de bocadillo, museos, poblados y festivales en numerosos recorridos presentes en seis rutas turísticas, diseñadas para el reconocimiento y disfrute del “Corazón Dulce y folclórico de Colombia” (Vélez, Plan Regional de Turismo de la Provincia de Vélez Santander y la Zona de, 2011)

2.4 Objetivos Estratégicos, tácticos y operacionales

2.4.1 Presentación de líneas o acciones estratégicas y sus objetivos

Estrategias de diferenciación

- ✓ **Integración hacia atrás** (R., 1997): Es una estrategia para aumentar el control sobre los proveedores de una empresa o adquirir el dominio. En este sentido, la empresa de eco turismo realizará convenio con proveedores de alimentos (restaurantes), bebidas y fincas de alquiler de equino.
- ✓ **Hacer socios a los empleados:** Consiste en vender acciones de la compañía a los trabajadores de la empresa. Esta estrategia podrá ser implementada por la nueva empresa en el evento de que haya déficit grave en el flujo de caja de la empresa y la empresa no tenga capacidad de endeudamiento financiero.
- ✓ **Mercados del futuro:** Hace referencia al mercado en el que se comercializan contratos estandarizados de compraventa de una cierta mercancía o servicio a un precio y cantidad determinados. (Gerencie.Com, 2017) Esta estrategia será fundamental para la nueva empresa de eco turismo en la medida que se logren vender paquetes eco turístico a empresas locales o nacionales para el disfrute de los servicios por parte de grupos de empleados en una época determinada del año.

2.4 Filosofía del Negocio

Nuestra empresa se propondrá a ofrecer servicios turísticos con precios competitivos con una



elevada calidad; difundiremos un sentido de pertenencia en nuestros usuarios con el medio ambiente para promover un turismo sostenible y sustentable.

La garantía de nuestra calidad será la capacitación constante de nuestros colaboradores para garantizar un servicio eficiente. El sector del turismo es muy dinámico y estaremos a la vanguardia de las últimas innovaciones en el sector para darle valor a agregado a las experiencias de cada uno de nuestros usuarios perseverando siempre en dar un excelente servicio

3. CONCEPTO DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

3.1 Presentación detallada del producto

Servicios de Turismo en el Departamento de Santander específicamente en la Provincia de Vélez el cual cuenta con 19 municipios con atractivos turísticos los cuales son:

MUNICIPIO	ATRACTIVO
<p><u>Aguada</u></p> <p>Este hermoso pueblo incrustado en las estribaciones de la Serranía de Los Yariques lo convierten en el mejor mirador santandereano, lugar de descanso y relajación. Sus frescas aguas de las quebradas El Alférez Real y Don Martín Roperero lo conviertes en lugar de baño y paseo de olla.</p> <p>(Aguada, 2019)</p>	 <p style="text-align: center;">Cañón del Alférez Real</p>
<p><u>Albania</u></p> <p>El municipio Amable, el rinconcito Bello de Santander, con gente cordial y acogedora, este hermoso paraje de grandes montañas propias para el paisajismo y parapente, con aguas termales y majestuosas cascadas, como el Chiflón, Casco Azul, El Tepe, El salado, la misteriosa cueva de la vieja, y su tradicional y típica comida con frutas exóticas frutas tropicales, lo hacen una ruta inolvidable y paraje inolvidable.</p> <p>(Albania, 2018)</p>	 <p style="text-align: center;">Cascada: El Chiflón</p>
<p><u>Barbosa</u></p> <p>La Puerta de Oro de Santander, es considera el</p>	

principal puerto terrestre del sur de Santander por la entrada de cuatro troncales terrestres y su excelente estructura hotelera, gastronómica y comercial.

Entre sus atractivos naturales se destacan los balnearios a orillas del río Suarez, donde se celebra cada año en la primera semana de enero el festival del Río.

La cueva de Santa Rosa, Pozo del Ortigo y la Playa Piedra de Pato.
(Barbosa, 2019)



Charco: Dos Quebradas o El Brujo Charcos

Bolívar

Esta hermosa población, incrustada en la serranía de los Agataes, es considerada como la cuna nacional del folclor, porque aquí han nacido grandes folcloristas maestros del torbellino y la guabina y cada año para exponer estas grandes obras culturales se realiza el festival nacional del requinto y la guabina Jorge Ariza Lindo.

(Bolívar, 2019)



Monumento: El Cristo del Picacho

Cimitarra

Este bello municipio del Piedemonte del Magdalena Medio, su pujanza ganadera la resalta como uno de los centros de comercialización de ganado blanco de la región, cada quince días los fines de semana.

Como atractivos turísticos se destaca la Ciénega Cachimbero, para los amantes del ecoturismo contemplativo. Donde se podrá disfrutar de la fauna silvestre que ofrece este paisaje natural como la observación o avistamiento de: Nutrias, Dantas, Caimanes, Babillas y diferentes especies de aves como Guacamayas, Loros, Guacharacas, Garzas, entre otros.

(Cimitarra, 2018)



Monumento: Serranía del Carare-Opón

El Peñón

El municipio del Peñón Santander, conocido cariñosamente como la Neverita de Santander, es el

“lugar perfecto para aprender espeleología, es decir, el área que estudia la naturaleza, origen y formación de caverna”, en este territorio se tiene un amplio inventario de estos santuarios naturales los cuales reciben el nombre de monte cálcicos, a acompañados de fauna y flora subterráneas lo mismo que impresionantes cascadas y aguas cristalinas.

(El Peñón, 2020)



Cuevas y Montañas de Escalar

Chipatá

El municipio de Chipatá cuenta con grandes riquezas paisajísticas, constituyéndose como una reserva natural digna de admiración por visitantes y foráneos. La singularidad de sus lugares hace de este municipio, un gran destino turístico de la región veleña. Donde encontrara: El monumento de la fe, el volcán, la chorrera, la iglesia del santo eccehomo, cueva del indio, el pozo nutria, boquete jaimes, piedras del molino, la cueva mateplatano, cueva de la fábrica, villa rural los agataes centro recreacional los tres potrillos.

(Chipatá, 2019)



Monumento: La fe

Florián

Ventanas de Tizquizoque. Sitio turístico por excelencia desde donde se puede observar una encantadora panorámica del municipio. Sitio hermoso y majestuoso de la cual se desprende una impresionante cascada de tres caídas que llevan sus aguas al gran charco azul de forma circular muy grande, sus aguas reflejan el cielo azul y le dan el verdor a sus orillas para matizar sus colores, está rodeado de árboles frondosos, aves que con sus hermosos trinos alegran las tardes para que los turistas se sientan acogidos por este hermoso lugar



(Florían Sder, 2019)



Cascadas: Ventanas de Tisquizoque

Guavatá

Un lugar con una magia inigualable y encuentro religioso, conocido como capital mundial de la guayaba y santuario del Santo Cristo de Guavatá, con atractivos ecológicos como: el sendero ecológico Itagua, mirador la Peñuela, cascada los bancos y el parque nacional de la guayaba.

(Guavatá, 2020)



Cascada: Los Bancos

Güepsa

Capital panelera y dulce de Santander, conocido por su gran producción de panela y generadora de empleo en la hoya del río Suárez, sus paisajes y el olor de miel de los trapiches embruja a propios y visitantes. Esplendidos pasajes naturales como: el Mirador Divino Niño, Pozo de Nutrias, La Cueva de la Otra Vida, La playa y Ruta de la Panela. Hacen de Güepsa un lugar inigualable

(Guepsa Sder, 2019)

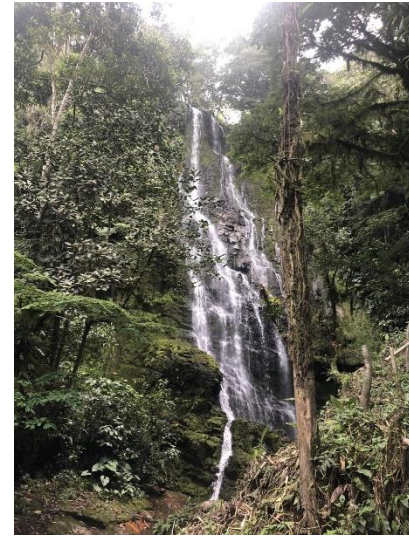


Pozo: Nutria

Jesús María

Este Municipio conocido con la Capital mundial del Moño Versiao, además de este gran evento cultural, tendrás la oportunidad de recorrer por senderos repletos de historia y ecología. Una geografía apasionante donde sentirá la emoción de caminar disfrutar de paisajes naturales como la cascada de los micos, pozo azul, quebrado las águilas, saborear las delicias de las culinarias y el descanso que se ofrece en el centro recreacional villa Paola, balneario quebrada de las águilas y estadero restaurante casa de teja

(Jesús María, 2020)



Cascada: Los micos

La Belleza

La Belleza ha logrado un enorme progreso, convirtiéndose en uno de los pueblos más prósperos de la Provincia de Vélez. Por la riqueza de sus tierras y la belleza de sus paisajes, no en vano hablamos de "La Suiza de Santander"; al referirnos al Municipio de La Belleza.

Con bellos paisajes ecológicos como la laguna de Moravia las caídas de agua y quebradas como la tapia, la quitaz, pescado, granadilla, panjuilera, chiconala, barroblanco, naranjera, infiernera y la florida. Bañada y surcada por sus majestuosos ríos Blanco, Peña Bonita, Minero y Negro, riveras espectaculares para programar sus giras y paseos.

(La Belleza Sder, 2019)



Chorro: De Humadera

La Paz

Este hermoso pueblo Santandereano enclavado en las montañas santandereanas, de gentes amables y entusiastas hace de este municipio un remanso de paz para el disfrute de estas hermosas y fértiles tierras y una variada y típica gastronomía.



Cuenta con un inventario paisajístico invaluable, como el Hoyo del Aire, Cueva del Indio y el Molino, Laguna Negra, Pozo Azul y la quebrada El Gran (La Paz Sder, 2019)



Hoyo de Aire

Landazuri

Landázuri es conocido como la capital Cacaotera de Colombia y por lo cordial y acogedora por sus habitantes. Sus bellas montañas con sus colosales arboles de ceibas y samanes hacen un ambiente propio para el descanso y la aventura.

Acá podrás conocer la producción de cacao de laboriosas manos campesinas, sus atractivos paisajes como el colosal cerro de armas, el río (Landázuri Sder, 2019)



Iglesia

Puente Nacional

Municipio Verde de Santander. Siempre que visite puente Nacional, hay que traer, traje de baño, gorra, ropa cómoda y mucha actitud para disfrutar de sus paisajes, su cultura y su folclor.

Porque en este paraje natural se encuentra grandes activos ecológicos como obelisco alto del mazamorra, Pozo Golondrina, Balneario Natural Pozo la Cantana, Cueva de la Culebrilla, Cueva la Vieja, Mirador Cerro del Limatón, Cueva Natural la Tinaja, Cascada Quebrada Grande, Balneario Natural Puente Blanco, Avistamiento Las Lajas, Cascada la Chorrera, Mirador Cresta de Gallo y muchos más. (Puente Nacional, 2020)



Cascada: La Chorrera

Puerto Parra

La subregión tiene vocación agrícola y ganadera en la mayoría de los municipios que la conforman y con grandes posibilidades futuras de impulsar actividades industriales (transformación de la leche, cacao, café, plátano, yuca y maíz), lo mismo que desarrollar la agricultura biológica.

(Perto Parra Sder, 2019)



Ríos

San Benito

San Benito somos todos, ven y conoce la cordialidad de su gente y los hermosos paisajes naturales”. “Algunos lugares turísticos de San Benito son el parque central, allí se encuentra la ancestral ceiba que tiene aproximadamente 500 años de historia y que continua siendo testigo de lo que en el pueblo y su alrededor sucede. El parque natural de San Victorino, a orillas de la quebrada Ropero y en época de Diciembre, Enero y Febrero los campos se llenan de flores alcaparros amarillos, el guayacán rosado”.

(San Benito, 2020)



Parque acuático

Sucre

“solo la naturaleza hace grandes obras sin esperar recompensa alguna (Alexander Herzen)”, Sucre centro de encuentro y reconciliación, cuenta con paisajes extraordinarios que trasforman positivamente a cada uno de sus visitantes, como la Laguna de San Miguel, el Parque ecológico el caracolí, Cerro de la virgen, La gruta, Centro Recreacional de Sucre, su hermoso templo de San Isidro, y el parque de altura de la hoya de Panamá.

(Sucre Sder, 2020)



Cerro de la Virgen

Vélez

Municipio capital de la provincia, conocido por su iglesia atravesada y como la capital Folclórica de Colombia, porque aquí, se realiza cada año en la primera semana de agosto, el Festival Nacional de la Guabina y el Tiple, el Desfile de las Flores, la Exposición Nacional del Bocadoillo, la Exposición Nacional Equina Grado A y diversas exposiciones regionales agropecuarias en honor a los campesinos y nuestra señora de la Nieves.

Como atractivos turísticos tenemos. La Iglesia atravesada, el Folclor veleño, el proceso del bocadoillo y La cueva del indio entre otros.

(Vélez Sder, 2020)



Proceso del Bocadoillo /El Parque Nacional del Folclor

Tabla 1: Caracterización productos de los municipios

Estos son algunos sitios turísticos con los que cuenta el Departamento de Santander en los Municipios que conforman la Provincia de Vélez, existe gran variedad de rutas y sitios que pueden ayudar a generar servicios más completos y variados a los turistas, con el fin de incrementar los clientes y generar mayores ingresos a la empresa de Ecoturismo Santander.

La base principal de esta idea se fundamenta, en la colaboración al campesino y a los habitantes de las regiones, ya que dando a conocer las bondades de esta Tierra santandereana se logra que no solo las personas del casco urbano se beneficien, sino que por el contrario el entorno rural juegue un papel muy importante en el crecimiento económico de sus familias y lograr incrementar su calidad de vida.

3.2 Rutas Turística de la provincia

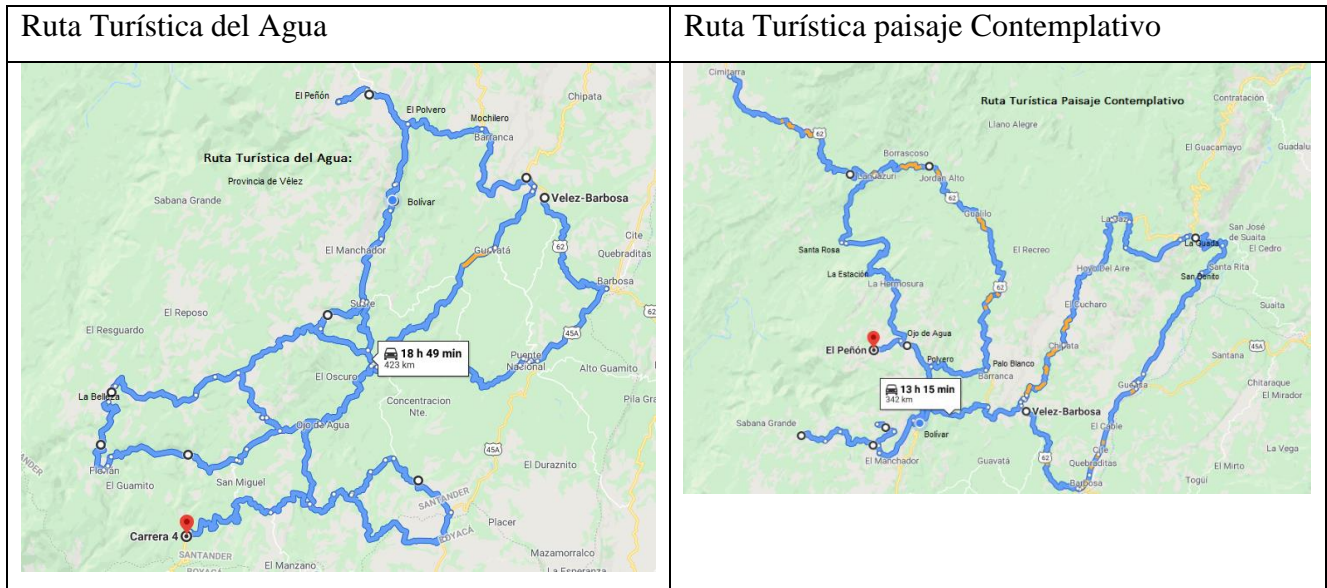


Figura 2: Rutas iniciales - Provincia Vélez

Inicialmente se abrirá el desarrollo de las actividades con estas dos rutas emblemáticas Ruta del Agua y Ruta de paisajes contemplativos, ya que son los atractivos más fuertes de la provincia. Con una perspectiva de crecimiento se busca incrementar los paquetes y rutas turísticas que ofrece la empresa con el fin de tener un catálogo más amplio donde nuestros clientes podrán tener variedad para escoger e inclusive que puedan regresar para conocer más sitios de la provincia.

3.2.2 Otras Rutas



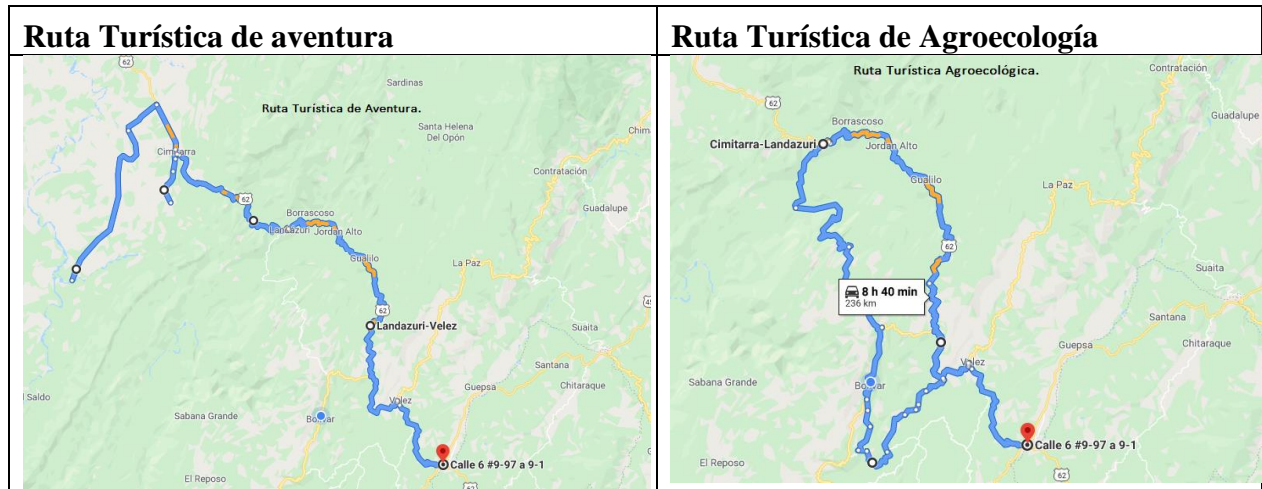


Figura 3: Otras rutas de la provincia

Estas rutas alternas nos dan un claro ejemplo, de que Colombia, el Departamento de Santander y en especial la Provincia de Vélez poseen lugares mágicos y explorables que pueden impulsar la economía de la región e inclusive del país con un sector bastante llamativo a los ojos de extranjeros como lo es el TURISMO.

3.3 Imagen

3.3.1 Logo



Figura 4: Logo

3.3.2 Slogan

“Una Experiencia Inolvidable”

Este eslogan busca garantizar que para nuestros clientes sea inolvidable nuestra marca y que se pueda lograr promoción y reconocimiento por la voz a voz, de la calidad de los servicios ofrecidos.

3.4 Análisis de riesgo

El riesgo en un proyecto se define como la variabilidad que presentan los componentes del flujo de caja efectivo respecto a los estimados en el caso base. (Nassir, 2014) También se define como cualquier contingencia que afecte significativamente los resultados del proyecto.

3.4.1 Matriz D.O.F.A.

La matriz D.O.F.A. es una herramienta importante de formulación de alternativas para el desarrollo de estrategias. En este contexto, se realizó una agrupación de los factores trascendentales que afectan o pueden afectar la empresa de eco turismo, realizando un análisis interno (fortalezas y debilidades) y externo (oportunidades y amenazas). Véase cuadro siguiente.

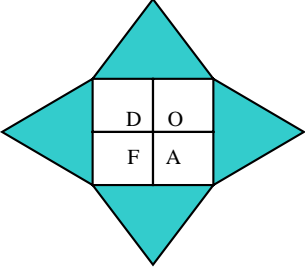
	<p>Fortalezas (se utilizan)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se imparte cultura medioambiental y sostenible. - Se manejan buenos estándares de calidad del servicio - Política de precios favorable - Se ofrecen variados paquetes - Capacidad de planta para ofrecer servicios todos los días del año. 	<p>Debilidades (se disminuyen)</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe definición de políticas y planes de acción. - No se maneja base de datos de los clientes - Es deficiente el proceso de marketing - Márgenes de rentabilidad bajos: (10,21%)
<p>Oportunidades (se aprovechan)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Existen restaurante y otros servicios anexos en el área rural. - Tasas de interés atractivas - Disponibilidad de fuerza laboral - Vías de acceso en buen estado - Crecimiento del sector turístico 	<p>FO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar convenio de suministro de alimentos con restaurantes. - Contratar servicio de alquiler de equinos para servicio de cabalgata - Contratar guías turísticos con perfil multifuncionales 	<p>DO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fortalecer el proceso de marketing a través de la dirección - Ofrecer los paquetes turísticos en las colonias a nivel nacional. - Realizar promociones para prestar servicios entre semana.
<p>Amenazas (se contrarrestan)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recesión económica - Reformas tributarias adversas - Falta de inversión en el sector por parte de las alcaldías municipales - Competencia desleal 	<p>FA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar nuevos paquetes turísticos en convenio con entidades del sector. - Realizar alianzas con empresas de servicios complementarios. 	<p>DA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eliminar de los paquetes actividades poco atractivas. - Diversificar los componentes del paquete, de acuerdo a gustos y preferencias de los clientes.

Tabla 2: Formulación Estrategias DOFA

4. ESTUDIO DE MERCADO Y MERCADEO

4.1 Investigación del mercado

4.1.1 Estudio del servicio

La empresa de ecoturismo prestará servicios dirigidos y controlados de recreación y esparcimiento en armonía con la naturaleza, dando a conocer al consumidor algunos atractivos turísticos con los que cuenta la región como lo son cuevas, cascadas, paisajes exóticos, lagunas y baño en quebrada. Se considera que el servicio tiene demanda elástica, por lo tanto, el precio y valor agregado de los paquetes turísticos afecta la intención de compra.

El servicio se hará con guías turísticos especializados que mostrarán las bondades de cada sitio en particular de manera segura; la actividad estará dirigido a grupos a los cuales se les brindará dos alternativas o rutas turísticas que incluyen transporte en vehículo tipo bus, dos refrigerios, desayuno y almuerzo; cada ruta turística comprenderá la visita, disfrute y exploración de al menos tres atractivos turísticos por jornada.

El servicio tendrá una duración de 12 horas de 5:00 am a 5:00 pm y podrá ser prestado en cualquier época del año; sin embargo, la nueva empresa centrará la atención en los fines de semana, puentes festivos, semana santa, vacaciones de mitad de año, semana de vacaciones de octubre y fin de año.

4.1.2 Estudio del cliente

Para efectos del presente proyecto se consideran potenciales clientes del proyecto las personas de todos los estratos sociales y turistas con edades entre 10 y 70 años que gusten realizar actividades de esparcimiento al aire libre y/o la actividad física. Sin embargo, por no tratarse de un servicio de primera necesidad se considera que la actividad está dirigido concretamente a clientes del estrato tres (3) en adelante, con relativa capacidad de pago.

- **Servicios sustitutos.** El ecoturismo se considera turismo de atractivo natural, por lo tanto, entre los servicios sustitutos se pueden enumerar los siguientes:

Tipos de turismo	Concepto o clase de actividad
Turismo de sol y playa	Nado, buceo o deporte en piscina, lagos, ríos y el mar
Turismo de aventura	Parapente, rafting, jumping, rapel, torrentismo, cable vuelo.
Turismo cultural o histórico	Aspectos culturales del lugar (Ej. turismo religioso)
Turismo urbano	Museos, catedrales, parques, monumentos, etc.
Turismo rural	Senderismo, agroturismo, avistamiento, parques naturales, etc.
Cruceros	Generalmente internacionales
Parques temáticos	Espacios para el ocio, entretenimiento, educación y cultura.

Tabla 3: Servicios Sustitutos

(Sánchez Prieto, 2015)

4.1.3 Estudio de la oferta

La oferta del servicio está constituida por los paquetes turísticos que están en capacidad de cubrir las empresas que tienen su campo de acción en el oriente de las provincias de Vélez Santander y norte de Ricaurte Boyacá, pudiéndose constatar que éstas cubren servicios especialmente los fines de semana, días festivos y temporada de vacaciones de mitad de año, semana de vacaciones de octubre y fin de año.

Para las tres (3) empresas de competencia que prestan el servicio de guía turístico, los precios de los diferentes paquetes oscilan entre \$650.000 y \$80.000 por persona dependiendo de los lugares a visitar, opción de alimentación, seguro y entrada a parques. La publicidad y promoción la realizan principalmente por medio radial, canal regional de televisión y volantes, el servicio es prestado directamente por la empresa de turismo a sus usuarios los cuales comprenden residentes de la región, turistas extranjeros y nacionales, empleados de empresas y estudiantes.

4.2 Análisis de la demanda

4.2.1 Demanda potencial:

Se estima como demanda prospecta del proyecto los habitantes de los diez y nueve (19) municipios de la provincia de Vélez. Así mismo, turistas extranjeros que en 2018 sumaron 20481 con una tendencia creciente en los últimos 5 años, turistas nacionales que lleguen a la región con plan de

descansar y realizar actividades relacionadas con el disfrute de la naturaleza. Desde el año 2016 hasta el año 2019 según el ministerio de industria, comercio y turismo la movilidad por la terminal de transporte de Bucaramanga aumento 21% evidenciando así una mayor movilidad de personas en el departamento pasando de 3.386.659 personas en el 2012 a 4.122.612 personas en el 2016 con datos parciales en el 2019 con 2.743.479 personas (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2018).

4.2.2 Población objetivo.

Corresponde a los visitantes nacionales y extranjeros que, por vacaciones o descanso, fines de semana y puentes feriados viajan a la región desde diferentes lugares del país. Así mismo, habitantes locales entre 10 y 70 años de edad pertenecientes a los estratos 2, 3,4,5 y 6 que tengan sinergia con la naturaleza y las actividades al aire libre.

No se tendrá en cuenta a la población menor a 10 años y mayor de 70 años equivalente al 21,5%, según el DANE. Según Situr Santander, la tasa de ocupación plazas/cama del Área metropolitana de Bucaramanga es de 29.92% y del resto de municipios de Santander es de 17.82% (SITUR Santander, 2018) con una estancia en promedio para el año 2019 de 1.73 días (SITUR Santander, 2018). Tomando en cuenta la totalidad de clientes potenciales que se tienen en Santander que se estima en 1.797.809 y la población de Colombia en 39.495.280 exceptuando los menores de 10 años y mayores de 70 y sumando el total de turistas extranjeros que visitaron Santander en el año 2018 que fueron 20481 nos daría una demanda potencial de 39.495.280, se estima que la actividad eco turística equivale a 7,9% dentro del sector del turismo y si consideramos 15 actividades relevantes del ecoturismo, cada una tendría una participación del 0.52%, en este caso para el ecoturismo de naturaleza. Véase cuadro siguiente.

Concepto	Población	(-) Estrato 1 y 2 (44,8%)	(-) >70 y < 10 años edad (21,4%)	Demanda turismo (7,9%)	Demanda Ecoturismo (0,46%)
Resultado	79.634.000	43.957.968	34.550.963	2.729.526	12.558

Tabla 4: Determinación de la demanda de servicios eco turísticos

(DANE, 2005-2019)

4.2.3 Demanda insatisfecha

De acuerdo al estudio de la oferta y la demanda del servicio turístico en la región objeto de estudio,

se determinó una demanda insatisfecha de 15.193 personas. Véase cuadro siguiente.

Concepto	Demanda ecoturismo	Estudio de Oferta	Demanda insatisfecha
Turistas	12.558	1.040	11.518

Tabla 5: Demanda insatisfecha

Fuente: Propia

4.2.4 Participación en la demanda insatisfecha.

Se estima que la nueva empresa de eco turismo podrá participar en un mínimo del 6% de la demanda insatisfecha, equivalente a 912 personas al año. También se puede decir que se realizarán aproximadamente 61 viajes en bus al año con una ocupación aproximada de 15 turistas.

4.3 Determinación del precio

El precio corresponde al valor cobrado al cliente por cada paquete eco turístico, el cual será establecido de acuerdo al de la competencia, en razón a que el servicio prestado por la nueva empresa tendrá similares atributos y características, el cual es de \$55.000, ya que incluye transporte, alimentación, estadía, seguro y entradas a los parques.

4.4 Pronóstico de Ventas

Con base a la capacidad y la disposición de los recursos necesarios para brindar un servicio de calidad, que cumpla con los requisitos mínimos de respuesta y un mejoramiento continuo. Se propone para empezar un pronóstico de ventas proyectado sobre un escenario moderado a diez (10) años.

PROYECCIÓN DE VENTAS	2.020	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026	2.027	2.028	2.029	2.030
Inflación.	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Vales Programados de las dos Rutas Ecológicas.	80	100	110	120	130	140	150	160	170	180	190
Precio de venta por paquete ecoturístico.	\$ 550.000	\$ 577.500	\$ 609.263	\$ 642.772	\$ 678.767	\$ 716.778	\$ 757.634	\$ 800.820	\$ 847.267	\$ 896.409	\$ 949.297
TOTAL VENTAS	\$ 44.000.000	\$ 57.750.000	\$ 67.018.875	\$ 77.132.633	\$ 88.239.732	\$ 100.348.938	\$ 113.645.172	\$ 128.131.143	\$ 144.035.422	\$ 161.353.563	\$ 180.366.391

Tabla 6: Proyección de Ventas a 10 años

4.5 Estrategias de Distribución

La estrategia de distribución para este proyecto de acuerdo a los recursos con los que se cuenta y

su capacidad se basa en una distribución directa que se venderán de forma directa ofreciendo sus servicios al cliente de una manera personalizada, vía telefónica adicionalmente mediante medios de publicidad como internet.



Figura 5: Estrategias de Distribución

- ✓ **Proveedores:** Son las empresas personas que permiten complementar el servicio para el desarrollo de la actividad ecoturística como son: Transporte, refrigerios, alimentación, elementos de seguridad, alojamiento.
- ✓ **Canal de Distribución:** Es el medio por el cual se contactará a los clientes para poder vender el servicio y ofrecer información, costos, servicio al cliente tener un contacto directo reclamos posventas promociones.
- ✓ **Distribución:** hace referencia al cliente final el cual es quien recibe el producto del servicio.

4.6 Estrategias de Promoción

Está enfocada en la búsqueda constante de clientes potenciales, los cuales son la población insatisfecha, turistas, colegios, empresas y entidades. Adicionalmente en el buen servicio para fidelizar los clientes generando una imagen de recordación mediante la concientización, de la importancia que tiene cuidar el medio ambiente y proteger las zonas boscosas, los recursos hídricos, los recursos no renovables asociándolos al ecoturismo y generando una cultura de conocer primero nuestro país y las riquezas naturales que tenemos. A estos clientes que se fidelice se les reconocerán planes promocionales, paquetes turísticos y descuentos.

4.7 Publicidad – Marketing mix

La empresa de ecoturismo tendrá asignado un rubro presupuestal de \$1.200.000 anuales para publicidad y promoción, para lo cual se diseñará cuñas radiales, afiches y volantes llamativos y creativos que persuada a los potenciales usuarios a tomar el servicio. Igualmente, como parte de la promoción del servicio se entregará un souvenir a cada turista que tome el servicio.

Una cuña radial como la siguiente:

A los amantes del ecoturismo,


Prepárense a vivir una experiencia inolvidable, a descubrir y disfrutar de una aventura ecológica única . Ven a conocer la tierra dulce y acogedora de Colombia, Ven a la Provincia Veleña en el Departamento de Santander.

Que nadie te cuente la magia de lugares paradisiacos, donde la tierra mana agua cristalina, rodeada de cerros tutelares, resguardados por gigantescos y majestuosos estoraques, creando paisajes increíbles e incomparables. Montañas propias para la aventura, la contemplación, la recreación y el esparcimiento. Ven a vivir y disfrutar de un ambiente sano alejado de la contaminación y el ruido.

Comunícate con nuestra oficina de ECOTURISMO SANTANDER, ubicada en la ciudad de Barbosa Puerta de oro de Santander, teléfono 320-8645446, pregunta por sus promotores Elizabeth Hernández Santamaría, Sindy Milena Parada o José Bermeo.

Escríbenos al correo: ecoturismosantander@gmail.com ó Ubícanos en la carrera 9 # 5 - 55. Barrió Gaitán Barbosa - Santander.

Estamos prestos a servirles.



ECOTURISMO
Santander

Figura 6: Cuña Radial

4.8 Fidelización

Para los clientes que se fidelicen con la empresa se realizan eventos para grupos familiares donde podrán adquirir descuentos importantes para fechas especiales, igualmente de buscar fidelizar colegios donde se incluya jornadas ecoturísticas que formen en los alumnos un gran interés por conocer la naturaleza sus recursos y como cuidarlos, para las empresas se buscara fidelizar que los trabajadores tomen conciencia de la importancia de crear sistemas sostenibles sin afectar los recursos naturales para estos clientes potenciales se buscara tener una fidelización mediante un

servicio bueno agradable y que genere conciencia de cuidar los recursos.

4.9 Postventa

- ✓ Realizar descuentos por fidelización de clientes
- ✓ Descuento para clientes que recomiende a otras personas que tomen el servicio
- ✓ Descuento para personas que por segunda visita
- ✓ Creación de nuevas estrategias de ecoturismo a medida que aumente la demanda
- ✓ Creación de base de datos de clientes
- ✓ Recordación de marca mediante elementos publicitarios (vitrina de venta de productos con nombre de la empresa)
- ✓ Encuestas de servicio para mejora continua
- ✓ Buzón de sugerencias
- ✓ Redes Sociales
- ✓ Página web
- ✓ Brochure

5. ESTUDIO TÉCNICO

5.1 Localización del proyecto

Basados en la ordenación de la actividad que se va a desarrollar en este proyecto, e incluyendo un detallado estudio de factores importantes como transporte, recursos físicos y desplazamientos; se requiere lograr un adecuado orden y manejo que se resumen en el éxito del proyecto y en la respuesta que se debe dar en manejo de tiempos y la reducción de costes, minimizando los riesgos que contribuye a un mejoramiento continuo de los procesos.

Para este proyecto se procedió a realizar el meto de factores ponderados, donde se tuvo en cuenta los siguientes aspectos:

- ✓ Se asignó un peso a cada factor para reflejar su importancia de 0 a 100
- ✓ Se fijó una escala con cada factor de 0 a 100 con dos puntos (A) Barbosa y (B) Vélez para identificar punto estratégico de localización

- ✓ Evaluación de los directivos para obtener un total por cada localización y tomar la mejor decisión
- ✓ Recomendación basada en la localización con mayor puntuación

Los resultados se observan a continuación en el siguiente cuadro

Factores	Peso (%)	Punto A Barbosa	Ponderación Barbosa	Punto B Vélez	Ponderación Vélez
Recursos para la prestación del servicio	15	55	8.25	45	6.75
Concentración de potenciales usuarios	35	60	21	40	14
Precios de transporte	15	50	7.5	50	7.5
Precio de los arriendos	10	40	4	60	6
Disponibilidad de servicios público	5	50	2.5	50	2.5
Incentivos a la inversión	15	45	6.75	55	8.25
Conveniencia ambiental	5	35	1.75	65	3.25
Total valoración	100		51.75		48.25

Tabla 7: Matriz de determinación localización óptima del proyecto

Fuente: Propia

5.2 Descripción de Factores más relevantes

✓ **Concentración de potenciales de usuarios**

En el Municipio de Vélez en el año 2017 el 52% del total de la población eran hombres y el 48% mujeres, los rangos mayor concentración de la población se encontraba de los 0-4 años con una participación del 10,56%(2,014 hab.) y la población joven entre 20-24 años con una participación del 10,51% (2,004 hab.). Los adultos mayores representaban el 8,18% del total de la población. En general la población total de municipio de Vélez es de 19.057 habitantes correspondientes a 10.000 mil hombres y 9.057 mujeres frente al municipio de Barbosa que posee una población `` total de 27.877 habitantes que según las proyecciones del DANE representa el 1.37% de la población total del departamento de los cuales el 80% de la población está ubicada en la cabecera municipal y el 20 % en el resto, lo que demuestra que confirma una mayor concentración de posibles usuarios.

De acuerdo a la valoración anterior, la localización del proyecto corresponderá a la ciudad de

Barbosa en razón a que tiene mayores fortalezas, entre las cuales se destacan la disponibilidad de recursos para el servicio y la concentración de potenciales usuarios, los cuales son especialmente relevantes para el proyecto.

✓ **Precios de Transportes arriendos y disponibilidad de servicios Públicos**

Frente a este aspecto se observó la disponibilidad de los recursos con que se cuenta en la zona y se evidencio que existen diferentes tipos de agencias de transporte como, por ejemplo: Bans o buses de la zona.

Este tipo de vehículo está diseñado para el transporte terrestre de pasajeros intermunicipal e interdepartamental con altos estándares de seguridad, confort y tecnología cuenta con una cantidad de puestos de promedio de 12 pasajeros, estos vehículos prestan un servicio directo, con paradas únicamente en algunos municipios del trayecto.



Figura 7: Transporte

Los anteriores elementos de la variable socio-demográfica adquieren su verdadera dimensión al asociarse con los que integran el componente sociocultural, específicamente, infraestructura física para servicios públicos sociales como educación, salud, recreación y deporte, cultura, vivienda y servicios públicos domiciliarios de energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, aseo, telecomunicaciones, gas natural y los demás que conforman el universo material que garantiza el bienestar social y parte de la tranquilidad espiritual de una colectividad y del hombre en particular.

✓ **Incentivos a la inversión**

Con base a la información encontrada sobre el municipio de Barbosa. La Cámara de Comercio de la ciudad de Bucaramanga informó que para el año de 2017, el municipio presentó un comportamiento económico bueno a nivel nacional en referencia a la creación de establecimientos comerciales en las diferentes actividades económicas desarrolladas con el personal que ocupan, se observó que en promedio se emplean 2,3 personas por establecimiento siendo el del sector primario de 1.1, el de la industria manufacturera de 2.4 y el del sector servicios o terciario de 1.9, destacándose en este último el del comercio con 1.5 y el de suministro de electricidad de gas y agua con 10.7. Estos registros son buenos en términos generales para la región y su desarrollo, la industria manufacturera de presentó un 9.2 y el de comercio el 2.4. Es de anotar además que del total de 450 establecimientos que registró la información de la Cámara de Comercio, 382 reportaron personal empleado, ocupando cerca de 909 personas con respecto al año anterior.

Esto determina que el municipio de Barbosa gira básicamente sobre la microempresa y en menor grado sobre la pequeña empresa, lo que explica la baja generación de empleo directo de este sector en el municipio, que de alguna manera implica la necesidad de plantear una política integral con el objeto de fomentar y generar mejores fuentes de empleo como lo es este proyecto que busca el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores. Respecto a la forma de organización empresarial, cerca del 83% de las unidades empresariales eran de propiedad individual, un 11% de sociedad limitada, un 3.3% de sociedad anónima y un 1.3 sociedad de hecho, las restantes eran empresas asociativas. La estructura del empleo industrial presenta también una concentración sectorial. La actividad de alimentos especialmente la relacionada con la de elaboración de confites y bocadillos, que representa el 46.1% de este sector, ocupa el 57% del personal industrial, dado que de 128 puestos de trabajos generados 73 son ofertado por este subsector.

De acuerdo a la valoración anterior, la localización del proyecto corresponderá a la ciudad de Barbosa en razón a que tiene mayores fortalezas, logrando un 51.75 de puntaje frete un 48.25 de Vélez, entre las cuales se destacan la disponibilidad de recursos para el servicio y la concentración de potenciales usuarios, los cuales son especialmente relevantes para el proyecto por lo cual se recomienda tomar como punto estratégico al municipio de Barbosa para el desarrollo de las actividades y como epicentro de desplazamientos para las rutas ofrecidas.

6. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

6.2 Costos e Inversión

A continuación, se presenta el resumen de las inversiones requeridas para la puesta en marcha del proyecto de ecoturismo en la Provincia de Vélez.

Inversión del Proyecto.
Costos y gastos Oficina.

Inversiones	Especificaciones	Unidades	Valor parcial	Valor total
Activo fijo: Gastos.				
Equipo oficina.	Computador de mesa	1	1.500.000	1.500.000
	Impresora	1	1.500.000	1.500.000
	Escaner	1	1.500.000	1.500.000
	Teléfono Celular	2	800.000	1.600.000
Muebles y enseres.	Escritorio	1	1.200.000	1.200.000
	Archivo	1	600.000	600.000
	Sillas	6	35.000	210.000
Subtotal Gastos				\$8.110.000
Insumos Oficina: Costo.				
Arriendo oficina	Mes	12	500.000	6.000.000
Sericio de Luz	Mes	12	80.000	960.000
Sericios de Agua, Alcantarillado y aseo.	Mes	12	120.000	1.440.000
Servicios de Internet.	Mes	12	60.000	720.000
Servicios de teléfono	Mes	12	70.000	840.000
Papel Carta	Resma	4	12.000	48.000
Tinta para impresora	Global	1	100.000	100.000
Lapiceros	Caja	1	12.000	12.000
Grapadora	Unidad	1	20.000	20.000
Perforadora	Unidad	1	20.000	20.000
Otros insumos de oficina	Global	1	200.000	200.000
Subtotal Costo.				\$4.360.000
TOTAL				12.470.000

Tabla 8: Costos y gastos de Oficina

Fuente: Propia

Análisis: Se hace la clasificación de los gastos fijos, los cuales incluyen Equipo de oficina y Muebles y Enceres los que generan una inversión inicial de \$8.110.000 con un estimado de vida útil a 10 años; respecto a los insumos para el funcionamiento de la oficina se tiene un gasto estimado mensual de \$4.360.000.

6.2 Costos de Producción

Inversión del Proyecto.

Costos y Gastos Mano de Obra.

Inversiones	Especificaciones	Unidades	Valor parcial	Valor total
Mano de Obra				
Auxiliar Administrativo.	Meses	12	1.200.000	14.400.000
Auxiliar Contable y de Servicios.	Meses	12	1.000.000	12.000.000
Contador Público.	Horas	10	80.000	800.000
Auxiliar Primeros Auxilios y Guia Turistico.	Horas	100	50.000	5.000.000
Subtotal				32.200.000
Otros Costos relacionados con la mano de obra				
TOTAL				32.200.000

Tabla 9: Costo de producción

Fuente: Propia

Análisis: El personal contratado para iniciar esta idea de negocio genera un gasto anual de \$32.200.00, donde se tendrá;

- ✓ Un auxiliar administrativo quien actuará también como impulsador de ventas quien estará en la oficina con horario de atención estipulado por la gerencia.
- ✓ Auxiliar contable quien llevará todos los libros contables de los movimientos financieros de la empresa, y quien tendrá la información preparada para que el contador produzca los balances y demás; esta persona también cumplirá horario por el tema de facturación.
- ✓ Un contador público, quien se contratará por horas en los momentos de ser requerido para generar los libros y balances de la empresa.
- ✓ Un guía turístico quien en su perfil deberá tener curso de primeros auxilios o enfermería con el fin de generar un solo gasto y no incrementar las cifras. Además, que será la persona encargada de guiar a los clientes por todas las rutas turísticas de los paquetes.
- ✓ La gerencia, inicialmente para arrancar el proyecto, estará a cargo de las personas integrantes del grupo y así disminuir el gasto de administración de la empresa.

6.3 Paquetes turísticos proyectados a 6 meses

Ingreso del Proyecto		Ingresos del Proyecto.		
Inversiones	Especificaciones	Unidades	Valor parcial	Valor total
Mano de Obra				
Venta de Paquetes Ruta del Agua.	Paquetes 6 meses.	40	550.000	22.000.000
Venta de Paquetes Paisajismo, espeleología y contemplación.	Paquetes 6 meses.	40	550.000	22.000.000
				-
				-
Subtotal		80		44.000.000
Otros Costos relacionados con la mano de obra				
Subtotal		-		-
TOTAL				\$44.000.000

Tabla 10: Paquetes turísticos

Fuente: Propia

Se realiza el cálculo para para el comienzo de ejecución, con dos rutas turísticas; este proyecto tiene pronosticado abrir sus puertas desde mitad de año del 2020 por ende para el primer año se hace un estimado de ventas en 6 meses donde por lo menos se deberán vender 40 paquetes por ruta con un valor unitario de \$55.000 por persona con el fin de disminuir la pérdida para este primer año.

6.3 Ingresos y egresos proyectados

Los ingresos se proyectaron de acuerdo al número de paquetes que se espera sean tomados por los potenciales clientes más un ajuste por inflación equivalente al 5% anual, para los dos primeros años de puesta en marcha del proyecto, y 6% para los siguientes 8 años, además que esta proyección se calculó a 10 años.

Para encontrar el punto de equilibrio en el tiempo se deben vender más de 82 paquetes o rutas en el año.

EMPRESA ECOTURISMO SANTANDER
ESCENARIOS FINANCIEROS

Descripción	Inversión
Total Gastos fijos	\$ 8.110.000
Gastos Operacionales	\$ 4.360.000
Mano de Obra	\$ 32.200.000
Total Gastos Variables.	\$ 36.560.000
Total Costos Del Proyecto	\$ 44.670.000

COSTOS DEL PROYECTO	2.020	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026	2.027	2.028	2.029	2.030
Inflación.	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Vales Programados de las dos Rutas Ecológicas.	80	100	110	120	130	140	150	160	170	180	190
Precio de venta por paquete ecoturístico.	550.000	577.500	609.263	642.772	678.767	716.778	757.634	800.820	847.267	896.409	949.297
Gastos de oficina - fijos.	8.110.000										
Costos operacionales Oficina	4.360.000	4.578.000	4.806.900	5.047.245	5.299.607	5.564.588	5.842.817	6.134.958	6.441.706	6.763.791	7.101.981
Mano de obra Calificada	32.200.000	33.810.000	35.500.500	37.275.525	39.139.301	41.096.266	43.151.080	45.308.634	47.574.065	49.952.769	52.450.407
VENTAS ANUALES	44.000.000	57.750.000	67.018.875	77.132.633	88.239.732	100.348.938	113.645.172	128.131.143	144.035.422	161.353.563	180.366.391
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO RENTA	-670.000	19.362.000	26.711.475	34.809.863	43.800.823	53.688.084	64.651.275	76.687.552	90.019.650	104.637.003	120.814.003
IMPUESTO DE RENTA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD	-670.000	19.362.000	26.711.475	34.809.863	43.800.823	53.688.084	64.651.275	76.687.552	90.019.650	104.637.003	120.814.003
PUNTO DE EQUILIBRIO: > 82 Rutas por año	> 82										
TIR =16%	29,27										

Tabla 11: Ingresos y egresos proyectados

Además, los gastos fijos (oficina) solamente se proyectan en el primer año debido a que es una inversión a largo plazo, como se había mencionado se calculan con una vida útil de 10 años por lo que en el pasar del tiempo solo requerirán de mantenimientos para alargar su uso.

6.4 Valor Presente Neto (VPN)

El proyecto a partir del segundo año efectúa utilidad con pronóstico de ventas en aumento, lo que nos lleva a que esta utilidad para el año 2030 aumentaría un 13% significando un impacto positivo en el mercado e ingresos de la compañía.

6.5 Tasa Interna de Retorno TIR

La TIR se calcula con una base del 16% y proyectándola a 10 años equivale a un 29% lo cual es positivo, teniendo en cuenta que para el inversionista es un factor muy importante a la hora de medir la viabilidad del proyecto.

6.3 RECURSOS

7.1 Fuentes de financiamiento

7.1.1 Recursos propios.

El proyecto se realizará en 58,3% con los aportes propios de los 3 socios, repartidos en partes iguales tanto capital económico como en especie de trabajo profesional, los cuales podrán realizar su pago en efectivo, títulos valores a la vista o en especie, hasta sumar un monto de \$26.042.610; Es decir que cada socio realizará una contribución de \$8.680.870.

7.1.2 Recursos de terceros.

La nueva empresa de eco turismo hará uso de financiamiento externo por el restante 41,7% del valor del proyecto, a través de un crédito bancario. Este monto asciende a \$18.627.390, el cual será amortizado mensualmente a un plazo de 5 años, a un interés de 18% E.A. Se pactarán cuotas mensuales iguales, por lo cual la amortización de capital tendrá un comportamiento ascendente.

6.3.1 Recursos Humanos

Para iniciar el funcionamiento del proyecto es necesario contar con la siguiente nomina

Cargo	Nº de Personas
Aux. Administrativo	1
Auxiliar contable	1
Contador	1
Auxiliar Primeros Auxilios y Guía Turístico.	1
TOTAL	4

Tabla 12: Recursos Humanos

7.1.5 Recurso Equipo de Oficina

Equipo oficina.	Computador de mesa
	Impresora
	Escaner
	Teléfono Celular
Muebles y enseres.	Escritorio
	Archivo
	Sillas

Tabla 13: Equipo de Oficina

7.1.6 Recursos de Dotación a Empleados

Dotación Empleados	Cantidad
camisas	4
pantalones	4
chaquetas	2
cascos	4
Botas de Seguridad	4
TOTAL	14

Tabla 14: Dotaciones

Se realizaron cotizaciones en la ciudad de Bucaramanga y Bogotá con equipos de calidad, pero con precios económicos; vía internet y telefónica, algunos de los almacenes de cadena que cumplían estas cualidades y algunos almacenes especializados. como Alkosto, Falabella, Home Center, y katronix, como también algunos insumos de empresas locales.

7.2 Asignación Salarial

La siguiente asignación salarial se calcula mensual, por cada colaborador que formará parte del equipo:

Inversiones	Salario
Mano de Obra	
Auxiliar Administrativo.	1.200.000
Auxiliar Contable y de Servicios.	1.000.000
Contador Público.	80.000
Auxiliar Primeros Auxilios y Guia Turistico.	50.000
Subtotal	2.330.000

Tabla 15: Asignación Salarial

Fuente: Propia

7. ESTUDIO SOCIAL Y AMBIENTAL

8.1 Evaluación de impacto ambiental

En este ítem se realiza un análisis de los recursos naturales afectados por el proyecto (bosques, aire, fauna, suelos, paisaje, tranquilidad y residuos sólidos), teniendo en cuenta su impacto y las acciones para su mitigación. En este contexto, se estima que el proyecto eco turístico tendrá un impacto medioambiental bajo, a excepción de la contaminación por gases del vehículo tipo bus que transportará a los turistas y que se considera tendrá un impacto medio.

Respecto a las opciones de manejo de los efectos negativos medioambientales, se realizará acciones de mitigación de impactos para todos los recursos afectados, incluyendo compensación de arbustos por árboles maderables para sembrar en el entorno de los atractivos turísticos.

Recursos	Acciones	Costos	Responsable	Meta	Cronograma
Bosques	Entregar 120 árboles a campesinos para su siembra	360.000	Gerente	40 trimestrales	Enero, abril, junio, septiembre
Aire	Realizar mantenimiento periódicos al vehículo	1.000.000	Conductor	1 mantenimiento semestral	Junio y diciembre
Fauna	Prevenir a los turistas de la existencia de murciélagos y otros animales en los lugares	0	Guía turístico	Realizar una charla antes de visitar las cuevas	En todas las visitas
Residuos sólidos	Contar con bolsas de basura en el trayecto y realizar charlas educativas	40.000	Guía turístico	Cero basuras en los atractivos.	En todas las visitas
Total		1.400.000			

Tabla 16: Acciones de manejo de los efectos negativos medioambientales del proyecto

Fuente: Propia

8. ESTRATEGIAS DE SEGUIMIENTO, EVALUACIÓN Y CONTROL CON QUE CONTARÁ EL PROYECTO

9.1 Evaluación Ex ante.

Corresponde a la evaluación financiera realizada en el numeral cinco del presente documento, relativo a la determinación del VPN, TIR y B/C a precios del mercado, la cual se determinó como positiva razón por la cual se recomienda la creación y puesta en marcha de la empresa de eco turismo en la provincia de Vélez Santander.

8.2 Evaluación Expost.

En esta parte se evaluarán los indicadores de eficacia, eficiencia, efectividad e impacto, así:

Eficacia = $\text{Meta lograda} / \text{meta proyectada} * 100$)

Eficiencia = $\text{Costo unitario programado} / \text{costo unitario real} * 100$)

Efectividad = $\% \text{ de eficacia} / \% \text{ de eficiencia}$

Impacto = $\text{Situación actual} - \text{situación inicial}$

INDICADOR	RESULTADO	OBSERVACIONES
Eficacia	76,19%	En el primer año la meta se logra parcialmente en 76%, sin embargo de acuerdo a la participación de la demanda insatisfecha planteada se lograría la meta en el segundo año.
Eficiencia	88,71%	Lo anterior en razón a que se ofrecerán precios de acuerdo a los de la competencia equivalente a \$62.000 en promedio y el paquete de la nueva empresa se dejó a razón de \$55.000
Efectividad	116,43%	Se considera un índice de efectividad Positivo
Impacto	48%	Se espera el proyecto tenga un impacto muy positivo en la región dado el dinamismo que va a generar tanto en el sector del turismo como los demás sectores de servicios, especialmente el hotelero, transporte, comercio, entre otros servicios afines

Tabla 17: Resultados de los indicadores en la evaluación Ex post

Fuente: Propia

9. CRONOGRAMA DEL PROYECTO

ETAPAS DEL PROYECTO	jun-20				jul-20				ago-20			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
GENERALIDADES: Identificación y perfil del proyecto.												
ESTUDIO DE MERCADOS: Descripción del servicio, mercado potencial y objetivo, servicios sustitutos												
DEMANDA: Investigación de mercados, estimación de la demanda, demanda insatisfecha												
OFERTA: Análisis de la situación actual y proyección de la oferta												
Canales de comercialización, precio, Publicidad y promoción.												
Tamaño del proyecto												
Localización												
Estudio financiero: inversiones												
Costos y presupuesto de ingresos y egresos												
Estado de ingresos y egresos proyectados, flujos netos de caja												
Evaluación financiera y social												
Análisis del riesgo, presentación de líneas de acción estratégicas, estrategias de seguimiento y evaluación y control, presupuesto.												
Presentación del documento												

Figura 8: Cronograma de Actividades

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.2 Conclusiones

- ✓ Inicialmente por la contingencia por emergencia sanitaria a nivel nacional y con proyección de que a partir de julio se pueda entrar en marcha con el proyecto, se busca impulsar el turismo regional con el fin de brindarle seguridad a los habitantes y turistas, ya que por lo que son municipios sin COVID se debe garantizar su salud y bienestar.
- ✓ Cabe resaltar que comenzar con el turismo regional tiene una gran ventaja, y es que, teniendo la credibilidad de los mismos habitantes de la región, se puede lograr una mayor promoción y difusión de los servicios por medio del Voz a voz
- ✓ En La provincia veleña algunos municipios como Vélez, Florián, Güepsa, Barbosa y otros, han montado ruta turística o proyectos agroecológicos como: la finca campesina veleña, la ruta del agua, la ruta del Bocadillo, la ruta de la panela, pero no hay empresas que promuevan el turismo y muestren las bondades estas rutas que ayuden a la consolidación de las mismas y al desarrollo socio cultural de la población de la Provincia Veleña al potencial el sector turismo.
- ✓ Alguno de los municipios de la provincia de Vélez ha identificado las principales atracciones ecológicas, ríos, cuevas, lagunas, montañas y otros, pero no cuentas con planes de aprovechamiento turísticos, prevención de riesgos y protección de cada uno de sus sistemas. En el inventario agroecológico con potencial turístico en la provincia de Vélez, se evidencio el gran potencial turístico que tiene cada uno de los municipios, pero tímidamente se viene a provechando sin promover.
- ✓ El perímetro urbano de Barbosa será la sede de la **Empresa Ecoturismo** porque allí convergen cuatro troncales nacionales y cuenta con un gran potencial de hoteles y restaurante. La ciudad de Barbosa, “puerta de oro de Santander, cuenta con varias empresas de transporte que van y vienen a cada uno de los municipios de la provincia, permitiendo programar salidas en horas de la mañana con regreso en horas de la noche, permitiendo a los turistas disfrutar de las atracciones turísticas, si la ruta no incluye pernotar en los municipios de la provincia.
- ✓ Según la policía los programas de turismo se pueden realizar sin problemas de seguridad porque no se conoce presencia de grupos armados organizados.
- ✓ El turismo ecológico no solo debe satisfacer las necesidades de los turistas ambientales, sino también tener la responsabilidad de conservación del recurso natural renovables y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades que viven cerca a los atractivos

naturales ambientales.

10.3 Recomendaciones

- ✓ Además de las atracciones ecológicas y paisajísticas hay que promover el turismo rural comunitario, donde su muestre los emprendimientos campesinos, artesanías, cultivos agroecológicos y gastronomía campesinos. Donde la cultura campesina sea la protagonista como interlocutor primario con el medio ambiente.
- ✓ Organizar posadas campesinas para mostrar sitios ecológicos, a tradiciones y experiencias campesinas, saberes campesinos y memorias campesinas además del turismo para mostrar emprendimientos campesinos de cultivos pioneros o demostrativos en la conservación de semillas tradicionales, costumbres, saberes, e historias en la preservación del territorio.
- ✓ Promover el ecoturismo sin arriesgar la sostenibilidad ecología y equilibrios frágiles que rodea cada uno de los atractivos con potencial turística.
- ✓ Mejorar la infraestructura vial con el fin de garantizar el tránsito vehicular las 24 horas del día y además de fomentar el mejoramiento de la vivienda rural, con el ánimo de potenciar el turismo con posadas campesinas.
- ✓ Potenciar la cocina tradicional, saberes campesinos en atención a visitantes y turistas con el ánimo de prestar una mejor atención a los turistas.
- ✓ Capacitar al personal que interviene en atención al turista en el aprendizaje de la lengua inglés, con el ánimo de prestar un mejor servicio e interactuar mejor.
- ✓ Realizar convenios con las empresas de transporte regional con el fin de promover el empleo local y potenciar las economías municipales.
- ✓ El turismo ecológico debe velar por los comportamientos perjudiciales para el medio ambiente, como la contaminación con residuos no biodegradables.
- ✓ La Empresa Ecoturismo se compromete a contribuir con la capacitación que permita el cambio de valores de la sociedad a conservar los santuarios y paisajes verdes identificados con potencial turístico.
- ✓ Implementar un plan de estimular a empresas y personas que realicen acciones que beneficien al medio ambiente
- ✓ Desarrollar temas ambientales que promuevan el desarrollo sostenible de las rutas ecológicas veleñas.
- ✓ Generar protocolos de bioseguridad con el fin de garantizar la salud y el cuidado de los turistas y habitantes de la provincia

REFERENCIAS

- Aguada, A. (2019). Obtenido de <http://www.aguada-santander.gov.co/>
- Albania, A. d. (2018). Alcaldía de Albania. Obtenido de <http://www.albania-santander.gov.co/turismo/lugares-para-visitar>
- Barbosa, A. d. (2019). Obtenido de <http://www.barbosa.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Sitios-de-Interes.aspx>
- Bolívar, A. d. (2019). Obtenido de <http://www.bolivar-santander.gov.co/turismo/el-picacho>
- Cámara Comercio Bucaramanga. (2006). Plan sectorial parcial de turismo de Santande - Eje Aventura. Bucaramanga. Obtenido de Cámara de comercio de Bucaramanga. (2006). Plan sectorial parcial de turismo de Santander – Eje de aventura
- CEPAL. (2019). Obtenido de https://estadisticas.cepal.org/cepalstat/WEB_CEPALSTAT/buscador.asp?idioma=e&string_búsqueda=PIB
- Chipatá. (2019). Obtenido de <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/SANTANDER/MUNICIPIOS/CHIPATA/CHIPATA.htm>
- Cimitarra, A. d. (2018). Obtenido de http://cimitarra-lideres2010.blogspot.com/2010/03/turismo-cimitarra-santander_8901.html
- Comercio, industria y Turismo. (2017). http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_ingre_laboral_turis/all/44.
- Comercio, industria y Turismo. (2017). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Obtenido de http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_motivo_viaje/all/6
- DANE. (2005-2019). Información estratégica y Situr Santander.
- El Peñón. (2020). Obtenido de Alcaldía: <http://www.elpenon-santander.gov.co/>
- Florían Sder. (2019). Obtenido de Alcaldía: <http://www.florian-santander.gov.co/>
- Gabriel, B. U. (2005). Evaluación de Proyectos. MacGraw Hill.
- Gerencie.Com. (2017). Obtenido de [http:// www.Gerencie.com /que-son-los-mercados-de-futuros.html](http://www.Gerencie.com/que-son-los-mercados-de-futuros.html)
- Guavatá. (2020). Obtenido de Alcaldía: <http://www.guavata-santander.gov.co/turismo/attractivo-turistico>
- Guepsa Sder. (2019). Obtenido de Turismo Santander: <http://www.guepsa-santander.gov.co/tema/turismo>
- Jesús María. (2020). Obtenido de Turismo: <http://www.jesusmaria->

- santander.gov.co/turismo/nuestro-turismo
- La Belleza Sder. (2019). Obtenido de <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/SANTANDER/MUNICIPIOS/LA%20BELLEZA/LA%20BELLEZA.htm>
- La Paz Sder. (2019). Obtenido de <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/SANTANDER/MUNICIPIOS/LA%20PAZ/LA%20PAZ.htm>
- Landázuri Sder. (2019). Obtenido de <http://www.landazuri-santander.gov.co/>
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2018). Obtenido de http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_terminales/all/13
- Nassir, S. C. (2014). Preparación y Evaluación de Proyectos. McGraw Hill.
- Perto Parra Sder. (2019). Obtenido de Alcaldía: <http://www.puertoparra-santander.gov.co/>
- Puente Nacional. (2020). Obtenido de <http://www.puentenacional-santander.gov.co/tema/turismo>
- R., D. F. (1997). Conceptos de Administración estratégica. Prentice Hall.
- San Benito. (2020). Obtenido de Alcaldía: https://colombiaextraordinaria.com/somos_colombia/turismo/municipios/San-Benito
- Sánchez Prieto, P. A. (2015). Construcción de estadísticas de turismo de naturaleza: informe consolidado de directorio de establecimientos. Prestadores de servicios turísticos del sector "Tursimo de la Naturaleza", Santander.
- SITUR Santander. (2018). Obtenido de <http://www.sitursantander.co/Estadisticas/Graficos>
- SITUR Santander. (2018). Obtenido de Indicadore: <http://www.sitursantander.co/Estadisticas/Indicadores>
- Sucre Sder. (2020). Obtenido de alcaldía: <http://www.sucre-santander.gov.co/turismo/sitios-turisticos-municipio-de-sucre-santander>
- Vélez Sder. (2020). Obtenido de Alcaldía: https://www.viajaporcolombia.com/sitios-turisticos/santander/velez-capital-folclorica-de-colombia_253/
- Vélez, A. (2010). Plan Regional de Turismo de la Provincia de Vélez Santander y la Zona del Comitato Internazionale per lo Svilupp del Popoli – CISP, Corporación agencia de desarrollo económico local de la Provincia de Vélez y su área de influencia, Santander.
- Vélez, A. (2011). Plan Regional de Turismo de la Provincia de Vélez Santander y la Zona de Santander: Comitato Internazionale per lo Svilupp del Popoli – CISP, Corporación agencia de desarrollo económico local de la Provincia de Vélez y su área de influencia.