

**Estudio de factibilidad de una nueva unidad de negocio para la empresa Bikesbro  
en el municipio de Orito, Putumayo**

**Elaborado Por:**

**Estudiantes**

**Yisel Fernanda Agudelo López**

**Jessica Paola Aguirre Arias**

**Universidad Tecnológica de Pereira**

**Facultad de Ciencias Empresariales**

**Especialización en Gerencia de Proyectos**

**Pereira**

**2022**

**Estudio de factibilidad de una nueva unidad de negocio para la empresa Bikesbro  
en el municipio de Orito, Putumayo**

**Elaborado Por:**

**Estudiantes**

**Yisel Fernanda Agudelo López**

**Jessica Paola Aguirre Arias**

**Trabajo de grado para optar el título de  
Especialista en Gerencia de Proyectos**

**Director: Martha Lucía Franco Laverde**

**Título: Magíster en Sistemas integrados de gestión de la calidad**

**Universidad Tecnológica de Pereira**

**Facultad de Ciencias Empresariales**

**Especialización en Gerencia de Proyectos**

**Pereira**

**2022**

**Nota de Aceptación**

---

---

---

---

**Firma del director**

**Martha Lucía Franco Laverde**

---

**Firma del jurado 1**

**Nombre del jurado**

---

**Firma del jurado**

**Nombre del Jurado 2**

## **AGRADECIMIENTOS**

El presente proyecto de grado lo dedicamos y agradecemos principalmente a Dios por ser quien nos dio la sabiduría, entrega y fortaleza aún en momentos de adversidad para continuar este proceso y enorgullecer a quienes nos ven ahora desde el cielo.

Agradecemos a nuestros padres y madres, por su ayuda y amor constante, por ser una voz de aliento y creer que podíamos finalizar con éxito este proceso y así obtener uno de los anhelos más deseados.

A nuestros hermanos (as) por permitirnos ser parte de uno de sus emprendimientos y aportar nuestro grano de arena para que este pueda ser aún mejor, por darnos esa guía metodológica que necesitamos en algún momento, gracias por estar siempre presentes.

A nuestra directora de grado por su apoyo, acompañamiento y voz de aliento, gracias a todos aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron de sus conocimientos para obtener este gran resultado.

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	10
INTRODUCCIÓN .....	12
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	14
1.1 Antecedentes de la idea.....	14
1.2 Situación problema .....	15
1.2 Definición del problema .....	18
1.2.1 Sistematización del problema.....	18
1.3 Hipótesis o supuestos.....	18
1.4 Objetivo general.....	19
1.5 Objetivos Específicos.....	19
1.6 Justificación del estudio.....	19
CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA.....	22
2.1 Antecedentes de la investigación.....	22
2.2 Marco teórico .....	24
2.2.1 Estudio de factibilidad .....	25
2.2.3 El auge de la Bicicleta en Colombia.....	42
2.2.4 Contexto del Turismo .....	44
2.3 Marco conceptual.....	46
2.3.1 Recurso .....	46
2.3.2 Recurso turístico.....	46
2.3.3 Recursos Organizacionales.....	46
2.3.4 Rentabilidad.....	47
2.3.5 Desarrollo sostenible .....	47
2.3.6 Biodiversidad.....	47
2.3.7 Ciclo montañismo.....	47
2.4 Glosario.....	48
CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO.....	50
3.1 Diseño metodológico para la investigación.....	50

3.1.1 Universo.....	50
3.1.2 Población o muestra.....	50
3.1.3 Delimitación del estudio.....	51
3.1.4 Recolección y procesamiento de datos.....	51
3.1.5 Análisis de resultados.....	52
3.2 Proyección de la demanda potencial.....	53
3.3 Mercado y demanda turística.....	54
3.4 Oferta turística.....	58
3.5 Producto.....	64
3.5.1 Marca.....	64
3.5.2 Definición de rutas cicloturísticas.....	65
3.6 Precio.....	72
3.7 Comercialización y canales de distribución.....	73
3.8 Promoción y publicidad.....	75
<b>CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO.....</b>	<b>78</b>
4.1 Procesos de Producción.....	78
4.2 Inversiones en equipamiento.....	81
4.3 Balance de personal.....	82
4.4 Balance de materias primas e insumos generales.....	82
4.5 Obras Físicas.....	83
4.6 Tamaño del Proyecto.....	83
4.7 Localización de planta.....	84
4.7.1 Macrolocalización.....	84
4.7.2 Micro Localización.....	85
4.8 Distribución de planta.....	85
<b>CAPÍTULO V: ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....</b>	<b>87</b>
5.1 Planeación Organizacional.....	87
5.2 Procesos de la estructura organizacional.....	88
5.3 Estructura organizacional.....	89
5.4 Perfiles Organizacionales.....	89
5.5 Aspectos Legales.....	90

CAPÍTULO VI: ESTUDIO FINANCIERO .....	93
6.1 Presupuestos.....	93
6.2 Punto de equilibrio.....	99
6.3 Estados financieros .....	103
6.4 Evaluación financiera.....	106
CONCLUSIONES .....	111
RECOMENDACIONES .....	113
LISTA DE REFERENCIAS .....	114
ANEXOS.....	124

## Lista de Tablas

Tabla 1. Estado De Resultados .....	38
Tabla 2. Ficha Metodológica Encuesta .....	52
Tabla 3. Estadísticas De Pasajeros Y Visitantes En Putumayo .....	54
Tabla 4. Proyección De Servicios A Prestar .....	54
Tabla 5. Benchmarking Colombia en Bicicleta - Cicloviajeros.....	58
Tabla 6. Benchmarking Pedaleando Alma.....	60
Tabla 7. Benckmarking Retrociclas .....	61
Tabla 8. Agencia De Viajes De Putumayo .....	62
Tabla 9. Agencias De Viajes De Orito.....	63
Tabla 10. Inversiones En Equipamiento .....	81
Tabla 11. Mano De Obra Operativa Y Administrativa .....	82
Tabla 12. Materia Prima E Insumos.....	82
Tabla 13. Obras Físicas.....	83
Tabla 14. Normatividad .....	90
Tabla 15. Presupuesto De Inversión Inicial. ....	93
Tabla 16. Presupuesto Para Adecuación De Instalaciones.....	94
Tabla 17. Presupuesto Para Inversión En Materia Prima E Insumos.....	94
Tabla 18. Presupuesto Para Gastos De Publicidad.....	94
Tabla 19. Presupuesto Para Gastos De Mano De Obra Directa Y Administrativa .....	95
Tabla 20. Presupuesto Para Gastos De Administración.....	95
Tabla 21. Presupuesto Para CIF Variables.....	96
Tabla 22. Presupuesto De Materia Prima.....	96
Tabla 23. Presupuesto De Ventas .....	97
Tabla 24. Fuentes De Financiación.....	97
Tabla 25. Presupuesto Simulador De Amortización.....	98
Tabla 26. Balance General.....	103
Tabla 27. Estado De Resultados .....	104
Tabla 28. Flujo de caja.....	105
Tabla 29. Tasa Interna De Retorno (TIR) .....	108
Tabla 30. Flujo De Efectivo Acumulativo .....	110



## Lista de imágenes

Figura 1. Ejemplo Flujo De Caja .....	40
Figura 2. Logo Bikesbro Adventure .....	64
Figura 3. Ruta Corunta - Conoce La Biodiversidad Del Putumayo.....	68
Figura 4. Ruta Naturaleza Y Cacao - Experimenta Los Sabores Del Cacao Del Putumayo.....	69
Figura 5. Ruta Mayju - Aprende Sobre Conservación Y Cuidado De La Naturaleza. ....	70
Figura 6. Ruta Kofan - Conéctate Con La Naturaleza Y Tradición Indígena.....	71
Figura 7. Tipos De Bicicletas.....	72
Figura 8. Flujograma De Proceso De Ventas.....	79
Figura 9. Flujograma Proceso De Alistamiento Ruta .....	80
Figura 10. Ubicación De Orito.....	84
Figura 11. Ubicación De Bikesbro.....	85
Figura 12. Planos Del Local Bikesbro .....	86
Figura 13. Mapa De Procesos Bikesbro.....	88
Figura 14. Organigrama Bikesbro.....	89

## **RESUMEN**

Este proyecto de investigación que se realiza como requisito de grado para la Especialización en Gerencia de Proyectos de la Universidad Tecnológica de Pereira, propone realizar un estudio de factibilidad de una nueva unidad de negocio para la empresa Bikesbro en el municipio de Orito, Putumayo. Esta idea de negocio surge en el año 2020 como una oportunidad para la generación de empleo en este municipio, ya que los diferentes planes de desarrollo de Orito han reconocido al turismo como un eslabón importante para la dimensión económica, social y ambiental en el municipio que a su vez tiene potencialidad para desarrollar un turismo especializado por las condiciones ambientales, naturales y geográficas (Alcaldía de Orito, 2020). Esta investigación analiza la factibilidad de la nueva unidad de negocio a través del desarrollo de un estudio de mercados, estudio técnico, estudio organización y estudio financiero, el cual permitirá tomar una decisión de si se implementa este nuevo servicio en la empresa Bikesbro.

## **ABSTRACT**

This research is a degree requirement for Project Management specialization at Technological University of Pereira, proposes a feasibility study for a new business unit for the Bikesbro company in the municipality of Orito, Putumayo. This business idea born in 2020 as an opportunity to generate employment in this municipality, because all Development Plans of Orito have recognized tourism as an important link for the economic, social and environmental dimension in the municipality which has the potential to develop specialized tourism due to environmental, natural and geographical conditions (Alcaldía de Orito, 2020).

The research will analyze the feasibility of this new business unit through the development of a market study, technical study, organization study and financial study, which will allow to make a decision on whether to implement this new service in the Bikesbro company.

## INTRODUCCIÓN

La empresa Bikesbro taller especializado para mantenimiento de bicicletas de baja, media y alta gama de bicicletas en Orito, Putumayo, inició sus operaciones a finales del año 2020 en medio de la crisis económica que generó la pandemia del Covid-19. Esta iniciativa se dio como una alternativa de generación de empleo en el municipio, el cual se ha destacado por la producción y comercialización de hidrocarburos como uno de los principales renglones de la economía el cual tiene una participación del 10,3% en la generación de empleo de Orito (Alcaldía de Orito, 2020)

Bikesbro pretende incursionar en el turismo, ya que desde al año 2016 este sector económico “ha tomado fuerza y prioridad como una alternativa a las economías lícitas e ilícitas del territorio, además de ser considerado un sector económico que beneficia, integra y fortalece aspectos sociales, culturales, ambientales y comunitarios” (Plan de Desarrollo Turístico de Orito, 2020, p. 63).

Orito es un municipio con un gran potencial dado los recursos turísticos naturales que este tiene, según el diagnóstico realizado en el Plan de Desarrollo Turístico de Orito (2020) “los sitios más visitados en el municipio son el río Orito, la cascada de Sylvania (Corunta), la Piedra del Pijilí, el parque ecológico San Jerónimo, el Centro Ecoturístico M AYJU, Isla escondida y cascada de Chirayaco. Adicionalmente, al municipio arriban visitantes con la finalidad de realizar avistamiento de aves y procesos investigativos acerca del territorio amazónico” (p. 46).

Con el fin de determinar si es factible que Bikesbro incursione en el turismo esta investigación realizaría un análisis de factibilidad con el desarrollo de una metodología que abarca un estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero, que faciliten la toma de decisión acerca de la rentabilidad de crear la nueva unidad de negocio y la

generación de valor para aumentar la competitividad en el mercado de Bikesbro.

## CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 Antecedentes de la idea

Una de las principales motivaciones de la idea de negocio para la creación de la empresa Bikesbro es el impacto económico que produjo la pandemia en el mundo y en el país, lo cual aumentó el nivel de desempleo en Colombia.

En el peor escenario, según las proyecciones de expertos, hasta 30% de la población mundial podría ser afectada en el transcurso de un año (...) No hace falta mucha imaginación para prever el impacto que esto tendría en los negocios globales, a medida que los empleados se enferman, las cadenas de suministro se fragmentan y los servicios fallan. En caso de producirse una pandemia, se convertiría sin duda en la amenaza más grande para la continuidad de los negocios y podría prolongarse hasta por 18 meses. (Staples J., 2006, citado en Slim, 2020, p. 242)

Debido al impacto económico que tuvo el manejo de la pandemia en Colombia, los diferentes sectores económicos se redujeron entre un 37 % y un 49%, a causa de las medidas de distanciamiento social y toque de queda, con un costo económico calculado entre el 4,5 % a 6,1 % del PIB por mes. (Idrovo et al., 2020).

Uno de los fundadores de Bikesbro se vio afectado por esto quedando sin empleo en el mes de junio del 2020, lo cual motivó la idea de negocio para emprender con un taller de bicicletas especializado en conjunto con un familiar y socio residente en el municipio de Orito Putumayo, ambos profesionales en ingeniería y que comparten la pasión por el deporte en bicicleta, ya que es una tradición familiar y uno de los deportes que toma fuerza en los tiempos de pandemia.

El ciclismo toma cada vez más fuerza en el país, pues es un deporte que ha penetrado a

las diversas clases sociales, vendiendo al año cerca de 600.000 bicicletas, de las cuales se importan 458.348 bicicletas y se ensamblan cerca de 150.000, explicó Carlos Ballesteros, gerente de Bike House. (Neira, 2019, párrafo 1)

Lo anterior evidencia la oportunidad de desarrollar una idea de negocio, la cual fue implementar en el año 2020 un taller especializado para el mantenimiento de bicicletas de baja, media y alta gama en Orito, Putumayo, que se ejecutó exitosamente dando como resultado el taller Bikesbro. Sin embargo se identifica la necesidad de diversificar el portafolio de servicios para mantener y aumentar la rentabilidad del mismo, por lo cual se planea ofrecer un portafolio de servicios llamativo para los habitantes y turistas de esta región por medio del diseño de un estudio de factibilidad de una nueva unidad de negocio para la empresa Bikesbro, con el fin de aprovechar la oportunidad de crecimiento del mercado y dar continuidad a la idea de negocio impactando el potencial turístico del departamento de Putumayo.

## **1.2 Situación problema**

Bikesbro es una empresa familiar que inició a finales del año 2020 con el fin de brindar servicios técnicos a los ciclistas del municipio de Orito, del departamento del Putumayo y se dedica a la comercialización de bicicletas, mantenimientos especializados y a la venta de accesorios deportivos complementarios para este deporte. Actualmente los servicios técnicos que ofrecen al mercado son: mantenimiento preventivo general, alistamiento de bicicleta, mantenimientos preventivos para suspensión delantera (Tipo muelle, neumática e hidráulica), mantenimiento de núcleo, ajuste biomecánico y purga de frenos.

Debido a la lejanía del municipio de las ciudades principales, los ciclistas de la región no contaban con esta variedad de servicios de manera oportuna, lo cual los obligaba a desplazarse

con sus bicicletas a otras ciudades como Pasto, Neiva y Bogotá para realizar un mantenimiento de calidad y con personal experto.

Una de las necesidades que tiene la empresa es poder formalizar su negocio a través de un modelo gerencial, puesto que se ha realizado la implementación física del taller, la contratación del personal capacitado y las herramientas de trabajo, sin embargo carece de una visión estratégica que logre posicionar a Bikesbro en el mercado y le permita permanecer a lo largo del tiempo, fortaleciendo su portafolio con otros servicios que sean llamativos y generen valor a todos los ciclistas de la región.

La necesidad de crear la empresa Bikesbro no solo surge como respuesta ante la falta de empleo de uno de sus fundadores sino también ante la evidente necesidad del municipio de Orito de diversificar sus negocios y oportunidades de empleo ya que históricamente ha sido dependiente de la industria petrolera. Como lo menciona Burbano (2014) “en 2010 el PIB de Putumayo estaba compuesto casi en un 50% por hidrocarburos, una alta dependencia mono-sectorial y, a la vez, una baja diversificación de la organización productiva” (p. 27).

La dependencia del Putumayo hacia la economía petrolera lo hace vulnerable ante alguna posible crisis en la industria. La situación es ya preocupante, considerando que el departamento aporta un bajo porcentaje de barriles en comparación con el total nacional, con el agravado de que en los últimos años se ha evidenciado una disminución leve pero constante en la extracción del hidrocarburo. En este contexto, los demás sectores económicos jugarán un papel importante, pues de ellos depende en gran medida la diversificación en las fuentes de ingreso y, por consiguiente, el aumento de las garantías para la población. (Crudo Transparente, 2019)



De lo anterior, diversas entidades de carácter gubernamental y no gubernamental apuntan a que el desarrollo competitivo del departamento de Putumayo, incluyendo al municipio de Orito, debe enfocarse en potencializar la riqueza y biodiversidad natural de este territorio.

Tanto el Plan de Desarrollo del Municipio de Orito-Putumayo 2020-2023 como el Plan de Desarrollo Turístico de Orito 2020-2025, destacan el turismo como una nueva alternativa económica para este municipio ya que Orito cuenta con una gran diversidad de recursos naturales y culturales.

La comunidad en general, la base empresarial, los entes territoriales y la empresa privada Ecopetrol reflejan el interés en continuar fortaleciendo el sector turístico en el municipio, para definir a Orito como un municipio con vocación turística. Si bien la comunidad es consciente de las riquezas que posee, es importante fortalecer el sentido de pertenencia por su cultura y su territorio, debido a su desconocimiento, la ausencia de capacidades para el aprovechamiento del potencial turístico y la pérdida de tradiciones y de la memoria histórica. (Plan de Desarrollo Turístico de Orito, 2020, p. 35).

En este sentido, Bikesbro pretende aprovechar este potencial turístico de Orito a través de los servicios que actualmente ofrece, ya que el ciclismo es un nicho de mercado a través del cual puede incursionar en el turismo de naturaleza, el cual es uno de los sectores priorizados dentro del Plan De Desarrollo Turístico del municipio de Orito.

Es importante mencionar que el mercado de bicicletas toma cada vez más fuerza en el país ya que “en los últimos 5 años la oferta de marcas y tiendas de bicicletas se ha masificado y crecido cerca de 300%” (Neira, 2019, párrafo 8).

De lo anterior, se puede inferir que el mercado del ciclismo está en aumento y dadas las condiciones de la infraestructura vial del municipio de Orito, el uso de la bicicleta se presenta

como una oportunidad para hacer los recorridos turísticos que se plantean dentro de la planificación turística del municipio.

Sin embargo, Bikesbro actualmente no ha desarrollado un estudio de factibilidad para que su taller de mantenimiento de bicicletas pueda incursionar dentro de la oferta turística de Orito a través de servicios relacionados con cicloturismo.

## **1.2 Definición del problema**

- ¿Qué tan factible es crear una nueva unidad de negocio para la empresa Bikesbro del municipio de Orito Putumayo?

### ***1.2.1 Sistematización del problema***

- ¿Cuál es el mercado potencial para la nueva unidad de negocio de la empresa Bikesbro del municipio de Orito, Putumayo?
- ¿Cuáles son los requisitos técnicos para la creación de una nueva unidad de negocio para la empresa Bikesbro del municipio de Orito, Putumayo?
- ¿Cuál es la estructura organizacional que se requiere para la nueva unidad de negocio de la empresa Bikesbro del municipio de Orito, Putumayo?
- ¿Cuál es el modelo financiero de la nueva unidad de negocio para la empresa Bikesbro del municipio de Orito, Putumayo?

## **1.3 Hipótesis o supuestos**

La empresa Bikesbro por medio del estudio de factibilidad se beneficia de la unidad de negocio del cicloturismo, desde diferentes ámbitos al identificar las posibilidades que tiene para

que el negocio sea rentable y conocer las condiciones del mercado, técnicas y financieras que se desarrollarán para que Bikesbro sea un proyecto con ventajas competitivas que le permita ser sostenible en el tiempo.

#### **1.4 Objetivo general**

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una nueva unidad de negocio de la empresa Bikesbro del municipio de Orito Putumayo.

#### **1.5 Objetivos Específicos**

- Realizar el estudio de mercado que identifique la demanda potencial para la empresa Bikesbro del municipio de Orito, Putumayo.
- Realizar el estudio técnico que identifique los requisitos para la empresa Bikesbro del municipio de Orito, Putumayo.
- Realizar el estudio administrativo que determine la estructura organizacional para la empresa Bikesbro del municipio de Orito, Putumayo.
- Realizar el estudio financiero que facilite la creación de un modelo económico para la nueva unidad de negocio de la empresa Bikesbro del municipio de Orito, Putumayo.

#### **1.6 Justificación del estudio**

La importancia del proyecto de investigación radica en la consolidación de un estudio de factibilidad de una nueva unidad de negocio para la empresa Bikesbro en el municipio de Orito, Putumayo que se espera le genere a la empresa insumos para la toma de decisiones en la creación de una unidad de negocio que le permita expandir su mercado aprovechando las dinámicas

actuales del contexto regional. Ya que en diferentes estudios realizados por las entidades gubernamentales se ha identificado al turismo como un sector con alto potencial competitivo.

La inmensa y rica biodiversidad de Orito, unida a sus hermosos paisajes, lugares paradisíacos, geografía única, la diversidad étnica y cultural, su privilegiada ubicación geoestratégica y toda la proyección agropecuaria, agroindustrial y económica, hacen de Orito un territorio con grandes potencialidades para el desarrollo Ecoturístico el cual será una fuente importante de generación de empleo. (Consejo Municipal de Orito, 2020, p. 30)

En este sentido, Bikesbro tiene un alto grado de interés por incursionar en la oferta turística del municipio de Orito aprovechando las estrategias que se definieron en el Plan de Desarrollo Turístico del municipio donde se busca fortalecer emprendimientos de turismo de naturaleza a través de asistencia técnica permanente.

Ahora bien, para el desarrollo de esta propuesta es necesario abordar la guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos en la cual Luna & Chaves (2001) plantean la necesidad de realizar los estudios de mercado, técnicos, financieros y organizacionales que permitirán dar los lineamientos metodológicos para recolección de la información.

En la primera fase de la investigación se aplicó un instrumento para identificar el mercado potencial, conocer las necesidades a satisfacer de los clientes actuales y potenciales para la nueva unidad de negocio, lo cual se convierte en la entrada para realizar el estudio técnico que permite identificar los recursos necesarios para la estructuración del servicio que se ofrecerá; en la tercera etapa se desarrolló la estructura organizacional y administrativa que Bikesbro requiere si se implementa la nueva unidad de negocio.

La última etapa de la investigación se centra en el análisis de indicadores financieros que

determinan si la ampliación del portafolio de servicios implica una mejora de la empresa en su estado actual, que aporte a su rentabilidad, así como también genere un impacto positivo en la región a través de la generación de empleo y fomento del turismo en Orito, Putumayo.

Finalmente, a través de esta investigación se pretende que Bikesbro puede consolidarse como un prestador de servicio turístico destacado en la oferta de naturaleza del municipio de Orito dada las ventajas competitivas que tiene al prestar servicios que abarcan desde la oferta de guianza en ciclo montañismo hasta el servicio de mantenimiento de las bicicletas para dicho fin.

## CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

### 2.1 Antecedentes de la investigación

De acuerdo con la revisión de investigaciones realizada en el repositorio institucional de la Biblioteca de la Universidad Tecnológica de Pereira sobre el tema de estudios de factibilidad, desarrollo del turismo y ciclismo en Orito, Putumayo que se realizó a través de bases de datos se encontraron los siguientes autores:

En el año 2018, en el marco de un Convenio de Cooperación suscrito entre Ecopetrol S. A., el municipio de Orito y la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) (2020), en su construcción del Plan de Desarrollo Turístico de Orito, Putumayo, realizaron un proceso de integración de estas instituciones y la comunidad en el cual destacaron los sitios más visitados, la diversidad de recursos naturales y culturales, con el fin de generar un convenio turístico del municipio, su planeación, gobernanza y las políticas que lo regulen con el objetivo de fortalecer nuevas alternativas económicas para la región. La información que contiene este plan es fundamental para la realización del estudio de mercado que pretende realizar la nueva unidad de negocio del taller Bikesbro.

Munera (2011), planteó una Caracterización y Estado Actual de las Iniciativas Empresariales que Comercializan Productos o Servicios Amigables con el Medio Ambiente en los Departamentos de Amazonas, Caquetá y Putumayo en el cual se realizó un diagnóstico y análisis de las iniciativas empresariales, grupos asociativos y comunidades organizadas que trabajan con productos y servicios obtenidos a partir de la biodiversidad. La anterior caracterización será de utilidad para la identificación de la oferta de servicios turísticos en el Putumayo que es un insumo para el desarrollo del estudio de mercado.

Castaño y Arbeláez (2018), en su Estudio de viabilidad de un modelo de negocio que

diseña, terceriza la producción y comercializa accesorios para mujeres ciclistas realizaron una investigación por medio de la metodología del Marco Lógico y ONUDI para hacer un análisis de factibilidad de este proyecto. Este estudio sirve como guía de los indicadores requeridos para determinar la factibilidad de la implementación de una nueva unidad de negocio, el cual se desarrolla sobre el mismo sector económico.

Gutiérrez et al. (2017) en su propuesta de viabilidad para una iniciativa ciclo turística en el municipio de la Mesa, Cundinamarca. Se analiza si en este destino turístico es viable desarrollar una propuesta turística para la práctica del ciclismo. La importancia de esta tesis para el proyecto radica en el análisis de una propuesta similar a la de Bikesbro la cual podría ser un referente para el desarrollo metodológico.

Donado (2016) propuso un Modelo de negocio para brindar servicios turísticos especializados a ciclistas en la región de Antioquia. En su modelo describe diferentes metodologías sobre modelos de negocios con el fin de elegir el más adecuado para el planteamiento de este proyecto. Para el proyecto es un referente en la metodología de la recolección de la información, además del perfil que plantea sobre el cicloturismo.

El estado del arte del sector turístico en Orito, Putumayo es bastante limitado, ya que el primer Plan de Desarrollo Turístico solo se realizó hasta el año 2020 a pesar de que en el Plan Regional de Competitividad del 2016 ya mencionaba al turismo como un sector priorizado.

En cuanto a investigaciones sobre el desarrollo o promoción del ciclismo específicamente en Orito, no se encuentra información que permita profundizar en el tema o impacto en la región a través de este deporte.

## 2.2 Marco teórico

Para el desarrollo de este proyecto es importante definir el concepto de un proyecto, ya que este dará los lineamientos para elaborar los diferentes estudios que son requeridos para el desarrollo de las etapas del proyecto.

Según el PMBOK desarrollado por el Project Management Institute (2017) “un proyecto es un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único” (p.4).

Según Sapag & Sapag un proyecto es una “búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver, entre tantos, una necesidad humana o deseo” (2014, p. 1).

Las dos definiciones anteriores dan claridad en que este proyecto busca un resultado o solución ante una necesidad que tiene Bikesbro.

Con el objetivo que plantea este proyecto la empresa requiere realizar un estudio que se entiende como “una técnica que busca recopilar, crear y analizar, de manera sistemática, un conjunto de antecedentes económicos y estratégicos que permitan juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a una determinada iniciativa” (Sapag & Sapag, 2014, p.1).

Todo este estudio se realiza con el fin de poder conocer la factibilidad de crear una nueva unidad de negocio y facilitar la toma de decisiones que como lo menciona Sapag & Sapag (2014) la preparación y evaluación de un proyecto es el instrumento que determina su implementación si se muestra rentable o su abandono si resulta no económicamente rentable.

Entendiendo que un proyecto tiene diferentes etapas, Sapag & Sapag (2014) las define de la siguiente manera: En la primera etapa se identifica la oportunidad de negocio con su



respectiva estrategia de implementación y diseño de modelo de negocio. Para la identificación de la idea u oportunidad del negocio es importante hacer el diagnóstico del contexto local e internacional, contexto ambiental, económico, político y regulatorio. Así mismo el proyecto no debe desconocer los intereses de los actores interesados o *stakeholders*. En la segunda etapa, se determina la magnitud de sus inversiones, costos y beneficios. Finalmente, en la tercera etapa, se mide la rentabilidad de la inversión.

Es importante mencionar que las tres etapas anteriores solo conforman la fase de preinversión, dado que el ciclo completo de un proyecto tiene cuatro grandes etapas secuenciales: idea, preinversión, inversión y operación.

Una vez entendidas las etapas de la preinversión se requiere detallar los lineamientos y contenido que un estudio de factibilidad requiere para su desarrollo.

### ***2.2.1 Estudio de factibilidad***

Un estudio de factibilidad se entiende como el intento de recopilar datos relevantes sobre un proyecto y define el problema a resolver a partir de supuestos, pronósticos y estimaciones, con el objetivo de reducir la incertidumbre y, con base en ello, tomar la mejor decisión. Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos, es intentar cuantificar lo más exacto posible las necesidades iniciales y futuras. (Franco & Montoya, 2012, p. 38)

Dentro de esas herramientas fundamentales para cuantificar e identificar las necesidades que un producto o servicio va a satisfacer en la población de Orito, Putumayo se encuentra el estudio de mercado el cual se convirtió en el primer paso a desarrollar para este proyecto.

### **2.2.1.1. Estudio de mercado.** Tal como lo menciona Arboleda (2013)

La finalidad del estudio del mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción - de bienes o servicios - en un cierto período. (p. 84)

De igual manera, como lo menciona Franco & Montoya (2012), un estudio de mercado permite reducir la incertidumbre de cuáles son las verdaderas necesidades de los usuarios del mercado que permitan determinar hacia dónde deben orientarse los esfuerzos de implementar una nueva unidad de negocio.

Es fundamental que el estudio de mercado contemple el análisis de la demanda, oferta, competidores, precios, estrategias de comercialización y tipo de clientes ya que esta información “es la base preliminar para los análisis técnicos, financieros y económicos de un proyecto turístico” (Luna & Chaves, 2001, p. 7).

#### ***2.2.1.1.1 Demanda***

Ahora bien, la pauta de las demás actividades del estudio del mercado lo da el conocimiento de la demanda de determinado producto o servicio, la cual se entiende como “la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción “(Arboleda, 2013, p. 86). Para el caso de este proyecto se estudió la demanda turística del municipio de Orito en el cual fue necesario conocer el perfil del turista, motivaciones de viaje, preferencias, estilos de vida y demás información de carácter cualitativo que permite tomar decisiones para la creación de un nuevo servicio turístico.

**2.2.1.1.2 Oferta.** “Se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios” (Sapag & Sapag, 1989, p.48).

Para este proyecto es importante entender el concepto de oferta turística dado que la nueva unidad de negocio de Bikesbro se busca desarrollar dentro de esta industria. Sancho (1994) la define como “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (p.51).

**2.2.1.1.3 Producto** De acuerdo con la definición entregada por Arboleda (2013) “el producto, que puede ser un bien o servicio, es el resultado natural del proceso productivo” (p. 84). Cuando se trata de un bien es necesario detallar los atributos como el tamaño, forma, empaque, envase, marca, logotipo y requerimientos técnicos que se deban cumplir.

Una recomendación importante que hace Sapag & Sapag (2014) es que los atributos de los productos que se dan como resultado de un proyecto deben ir más allá de lo tangible;

Involucra una definición transversal que implica finalmente detallar la experiencia que pretende contarse a un grupo de usuarios. La experiencia está condicionada por un conjunto de elementos y atributos más allá de lo tangible; consiste en pensar en los cinco sentidos: vista, olfato, audición, sabor y tacto, lo que significa definir aspectos relacionados con diseño, decoración, iluminación, musicalización, etcétera, de manera que se genere una coherencia conceptual que se transforme en experiencia única para el usuario. (Sapag & Sapag, 2014, p. 58-59)

**2.2.1.1.4 Precio.** En el estudio de mercado, la definición del precio de venta es muy importante dentro de toda la estrategia comercial ya que con ese se estima el nivel de ingresos del proyecto. Para definir el precio de venta, “se deben considerar variables que influyan en el comportamiento del mercado, como la demanda asociada a diferentes niveles de precio, los precios de la competencia para productos iguales o sustitutos, los costos y la utilidad esperada” (Díaz et al., 2019, p.108).

**2.2.1.1.5 Comercialización y Canales de distribución.** Con respecto a la creación de una estrategia de comercialización para la empresa Bikesbro, cabe señalar que Arboleda (2013) explica este tipo de estrategia como el movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios, la cual debe comprender los siguientes aspectos del mercado:

- Fijación de precios.
- Medidas de promoción, como la organización de ventas, canales y costos de distribución, comisiones, etc.

Tal como lo afirma Sapag & Sapag (2014) “el estudio de los canales de distribución determina en gran medida el alcance de la demanda” (p. 57).

Para este proyecto es de interés conocer los siguientes canales de distribución:

- **Mayoristas:** Son comerciantes que compran los productos y los venden a los minoristas, a los consumidores industriales e institucionales y, en escasas oportunidades, al consumidor doméstico. (Arboleda, p. 92)
- **Minoristas:** Son comerciantes dedicados a vender los productos al consumidor doméstico final. (Arboleda, p. 92)

**2.2.1.1.6 Promoción y publicidad.** Según Arboleda (2013) las actividades de promoción y publicidad son todas las acciones que estimulan las compras del consumidor y las ventas por parte del distribuidor diferentes a la venta personal y a la venta masiva.

Para desarrollar la estrategia de promoción y publicidad es necesario definir la fuente emisora del mensaje, el contenido, los medios como la televisión, revistas, periódicos, internet, etc. y la audiencia objetivo del mensaje. (Sapag & Sapag, 2014).

Así mismo es necesario tener en cuenta las siguientes actividades: “establecer exhibidores en los sitios de ventas; efectuar exposiciones, demostraciones, pruebas de degustación, etc.” (Arboleda, 2013, p. 92).

**2.2.1.2 Estudio Técnico.** Una vez realizado el estudio de mercado, es necesario definir la disponibilidad de los recursos necesarios para el proyecto a través del análisis técnico. Con este estudio se obtiene la información con la que se puede cuantificar los costos operativos y el monto de inversiones necesarias para la puesta en marcha del proyecto ya que se entrega datos como lo es el tipo de maquinaria a utilizar, método de producción, mano de obra y materias primas necesarias (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, como se citó en Castaño & Arbeláez, 2018, p. 37)

Como lo menciona Luna & Chaves (2001), este estudio debe responder preguntas que definan:

- Especificaciones técnicas de los productos y servicios
- Recursos tecnológicos necesarios
- Asistencia técnica

- Diagrama o flujo de proceso de producción de servicios

Dentro del estudio técnico es fundamental definir los siguientes aspectos con el fin de conocer la estructura principal que tendrá la ingeniería del proyecto.

**2.2.1.2.1 Proceso de producción.** El proceso de producción se define como la forma en la que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología “combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, etcétera” (Sapag & Sapag, 2014, p. 110).

Estos procesos de producción pueden ser de tres tipos: Proceso de producción en serie, Proceso por pedido o Proceso de producción por proyecto dependiendo del tipo de producto a desarrollar o del flujo productivo que se requiera en el proyecto.

**2.2.1.2.2 Inversiones en equipamiento.** El equipamiento de un proyecto es entendido como toda la maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipos en general que se requieren para la operación y toda la información que aquí se describe es de utilidad para la definición de los costos de operación que serán los insumos para los estudios de factibilidad financiera.

Adicionalmente se requiere definir las inversiones en obra física que se deben tener en cuenta para la planta del proyecto.

Los cálculos de requerimientos de obra física para la planta, más los estudios de áreas de servicios, vías de acceso, circulación, bodegas, estacionamientos, áreas verdes y ampliaciones proyectadas, son algunos factores determinantes en la definición del tamaño y las características del terreno. (Díaz et al., 2019, p. 133)

**2.2.1.2.3 Balance de personal.** Con el fin de estimar los costos requeridos por personal es necesario identificar y cuantificar la mano de obra directa e indirecta necesaria para el servicio, entendiéndose la primera como “aquella que trabaja directamente en la transformación del producto y la última como la está involucrada en la prestación de servicios en tareas complementarias, como el mantenimiento de equipos, la supervisión, administración, dirección, etc.” (Sapag & Sapag, 2014, p.119).

**2.2.1.2.4 Balance de materias primas e insumos generales.** Es necesario determinar todas las materias primas para el proceso de producción los cuales son todos aquellos materiales requeridos para operar el servicio, además existen otros costos que pueden agruparse y son llamados insumos como los servicios públicos, mantenimiento, arrendamiento, licencias, pólizas, entre otros.

**2.2.1.2.5 Tamaño del proyecto.** El tamaño se refiere a la capacidad o escala de producción que el proyecto va a tener durante los años del horizonte de vida que el proyectista haya determinado. Esta capacidad de producción o de prestación de servicios se expresa en el número de unidades del bien o en el número de usuarios del servicio que el proyecto va a producir, comercializar o atender periódicamente, en el transcurso de dicho periodo. (Díaz et al., 2019, p. 185)

Como lo afirma Díaz et al. (2019), “existen diferentes factores que pueden determinar el tamaño de un proyecto como el mercado disponible, el capital disponible para invertir, disponibilidad de materias primas y de mano de obra, políticas oficiales y costos de inversión y

operación”.

**2.2.1.2.6 Localización.** El objetivo de realizar un análisis de localización es ir más allá de definir una ubicación geográfica, según Sapag & Sapag (2014):

Es elegir aquella que permita las mayores ganancias entre las alternativas que se consideren factibles. Sin embargo, tampoco el problema es puramente económico. Los factores técnicos, legales, tributarios, sociales, etcétera, deben tomarse necesariamente en consideración, solo que la unidad de medida que homologue sus efectos en el resultado del proyecto puede reducirse, en algunos casos, a términos monetarios. Y siempre quedará la variable subjetiva no cuantificable que afectará la decisión; por ejemplo, las motivaciones personales del empresario. (p. 151)

**2.2.1.3 Estudio Administrativo y Legal.** Teniendo presente que en la factibilidad de un proyecto se debe tener una estructura organizacional idónea la cual se implementará a través del estudio administrativo y desarrollo del organigrama, direccionamiento y mapa estratégicos.

El estudio organizacional y administrativo del proyecto considera la planeación e implementación de una estructura organizacional para la empresa o negocio, egresos de inversión y operación en la organización, estudio legal, aspectos comerciales, aspectos técnicos, aspectos laborales, aspectos tributarios y contratación (Proyectos, 2015, como se citó en Echeverría, 2017).

Además, también es importante tener en cuenta los siguientes factores organizacionales para definir la estructura “se agrupan en cinco áreas decisionales específicas: participación de unidades externas al proyecto, tamaño de la estructura organizativa, tecnología administrativa,



complejidad de las tareas administrativas y planificación de los gastos de puesta en marcha” (Sapag & Sapag, 2014, p.170).

**2.2.1.3.1 Estructura organizacional.** Con el fin de entender cómo implementar la estructura de la empresa Bikesbro, se define esta actividad de acuerdo a “la forma como se divide el trabajo, las interrelaciones entre las áreas funcionales y el equipo del proyecto y las tendencias de evolución que se presenten. Las estructuras organizacionales más conocidas son: centralizada, funcional, federada (o divisional), mixta y matricial” (Díaz et al., 2019, p.219).

En el tipo de estructura que se desarrolle es fundamental definir los roles y responsabilidades de cada cargo, al igual que las entradas y salidas de los procesos, lo cual ayudará en la estimación de los costos asociados a cada puesto de la organización, como lo describe Sapag & Sapag (2014),

Existen diversos costos en la operación del proyecto determinados por la estructura organizativa en sí. Básicamente, son los relacionados con remuneraciones del personal ejecutivo, administrativo y de servicio. Esta misma información sirve para identificar las principales funciones que corresponden a cada unidad de la organización y, por lo tanto, permitirá caracterizar el perfil del profesional a cargo de cada tarea específica. Esta caracterización hará posible determinar los requisitos de cada cargo y asignar una renta equivalente a las responsabilidades, funciones que le correspondan y experiencia deseada. (p.177)

**2.2.1.3.2 Procesos.** Para la puesta en marcha de un proyecto es vital determinar los procesos de la estructura organizacional con el fin de dar orden al equipo de trabajo y las

interacciones entre las áreas, con el fin de alcanzar los objetivos planteados, para esto se describen los componentes de un modelo de procesos que están compuestos por el mapa de negocio, macroproceso y proceso.

- Mapa de negocio: Es el diagrama global de procesos del proyecto en el que se reflejan los macroprocesos, los procesos generales y la relación entre ellos, de manera que constituye una descripción gráfica de todas las actividades que se realizan en el proyecto.
- Macroproceso: Es la agrupación de procesos relacionados entre sí con un objetivo común, conformando por su interrelación un proceso de mayor envergadura.
- Proceso: Es el conjunto de actividades de trabajo interrelacionadas que convierten los insumos en productos o en rendimientos de mayor valor. Es toda secuencia de etapas, tareas o actividades que conducen a un producto, el cual es el objetivo de dicho proceso. (Díaz, F. et al, 2019, p. 220)

**2.2.1.3.3 Aspecto Legales.** Ahora bien, una vez definida la estructura de la organización es importante conocer los aspectos legales que deben ser tenidos en cuenta para el desarrollo del proyecto, es de vital importancia tener conocimiento de toda la normativa que lo regirá desde la etapa de generación de la idea, factibilidad, implementación y operación del mismo.

El conocimiento de la legislación aplicable a la actividad económica y comercial resulta fundamental para la preparación eficaz de los proyectos, no solo por las inferencias económicas que pueden derivarse del análisis jurídico, sino también por la necesidad de conocer las disposiciones legales a fin de incorporar los elementos administrativos, con sus correspondientes costos, que posibiliten que el desarrollo del proyecto se desenvuelva

fluida y oportunamente. (Sapag & Sapag, 2014, p.187)

Además, para este tipo de estudio es necesario desarrollar un análisis del entorno legal interno y externo, según Sapag & Sapag se debe determinar:

Los efectos económicos derivados de las relaciones con los diferentes agentes directos del proyecto, como es el caso de sus trabajadores, proveedores y clientes, así como también de los efectos económicos derivados de las normativas externas, que son denominadores comunes para todos los operadores de la industria, como es el caso de normas ambientales, tributarias, sanitarias, etcétera. (2014, p.186)

Según las lecciones aprendidas del desarrollo de otros proyectos los principales aspectos legales que deben analizarse para la implementación de un proyecto que pueden acarrear algún costo económico por algún tipo de incumplimiento son las normativas ambientales y sanitarias, normatividad en seguridad laboral, cumplimiento del código de trabajo, leyes laborales y tributarias.

De igual manera es importante seleccionar el tipo de sociedad mercantil que regirá a los socios de la empresa para definir el alcance que tendrán en la sociedad conformada y ante entes externos, como lo explica Díaz et al:

En un contrato de sociedad, una o más personas se obligan a hacer un aporte en dinero, trabajo o bienes, con el fin de obtener lucro en el desempeño de la actividad social y repartir las utilidades entre sí. Para constituir una sociedad deberá elaborarse un contrato de sociedad mercantil por documento privado o por escritura pública, en cuyo caso deberá registrarse ante notaría. (2019, p. 244)

En Colombia las formas jurídicas que se usan más comúnmente son:

- Sociedad por acciones simplificada (SAS)

- Sociedad de responsabilidad limitada
- Sociedad anónima (SA)
- Sociedad colectiva
- Sociedad en comandita
- Empresa unipersonal
- Sociedad extranjera
- Sociedad de hecho

**2.2.1.4 Estudio financiero.** Para finalizar la metodología de estudio de factibilidad es necesario conocer la rentabilidad o utilidad que generará la creación de una nueva unidad de negocio en la empresa Bikesbro. Para esto deben definirse presupuestos de ingresos y egresos e inversiones requeridas.

El estudio económico es la determinación de los costos totales, así como la inversión inicial en la que se va a incurrir. Es aquí donde se busca determinar cuál es el monto total que se necesitará para que la ejecución del proyecto se realice sin ningún problema. (Echeverría, 2017).

Como lo menciona Echeverría (2017), la última fase del estudio financiero es la evaluación a través de indicadores para comprobar la factibilidad monetaria del proyecto como los siguientes:

- Tasa interna de retorno (TIR)
- Valor presente neto (VAN)
- Costo / Beneficio

Díaz et al. (2019), plantea que para el estudio financiero se debe seguir una metodología que establezca los flujos netos de caja los cuales facilitarán la evaluación del proyecto y para

esto es necesario definir lo siguiente:

- El planteamiento del modelo de gestión financiera.
- El plan de inversión.
- El plan de financiamiento.
- La metodología para determinar la utilidad del proyecto.

Como parte del modelo de gestión financiera es fundamental comprender el estado de situación financiera del proyecto el cual incluye el balance general y el estado de resultados.

“El balance general es un estado financiero que representa, a modo de fotografía, la situación financiera de la empresa a una fecha determinada, con sus activos, pasivos y patrimonio” (Díaz et al. 2019, p. 311). Los activos se entienden como todos los recursos y bienes y los pasivos como las obligaciones que se adquieren en el corto y largo plazo.

“El estado de resultados muestra de manera general el comportamiento del proyecto en cuanto a sus ingresos y egresos” (Díaz et al., 2019, p. 313). En la siguiente tabla se desglosan los rubros que contiene el estado de resultados:

**Tabla 1.****Estado De Resultados**


---

Ingresos por ventas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos de producción</li> </ul>
= <u>Utilidad bruta.</u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastos operacionales</li> </ul>
= <u>Utilidad operacional</u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Gastos financieros</u></li> </ul>
= <u>Utilidad antes de impuesto</u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impuestos.</li> </ul>
= <u>Utilidad neta del ejercicio</u>

---

Fuente: Elaboración propia

**2.2.1.4.1 Plan de inversión.** Con el fin de determinar la factibilidad financiera de un proyecto, es necesario conocer los costos de todas las inversiones que requerirá el proyecto, para este caso, cuáles son los recursos en que debe invertir Bikesbro para crear una nueva unidad de negocio.

Estas necesidades de inversión son conocidas como el Plan de inversión el cual se compone de los siguientes rubros según lo plantea Díaz et al. (2019):

- Gastos previos a la producción: Son los gastos requeridos antes de la operación de un proyecto, comprendido por sueldos, capacitaciones, viáticos, costos de promoción, costos de puesta en marcha.
- Inversiones fijas: Son las compras que se realizan en los activos fijos necesarios para la operación de un proyecto como construcciones, maquinaria, muebles y enseres, terrenos, herramientas, entre otros activos.

- Capital de trabajo: Se refiere a los recursos financieros que son requeridos para la operación del proyecto. El capital de trabajo se calcula según el ciclo de producción, venta y pago.

**2.2.1.4.2 Plan de financiamiento.** Cuando finalmente se tienen los costos totales del plan de inversión, es necesario definir cuáles son los recursos que la empresa u organización tiene disponibles, lo cual se conoce como el Plan de financiamiento. Según Díaz et al. (2019), esos recursos pueden provenir de dos fuentes de financiación:

- Fuente de financiación interna: Son los recursos propios de una empresa que provienen de las utilidades, depreciación y amortización de diferidos.
- Fuente de financiación externa: Son los recursos externos a las empresas que se adquieren a través del sector financiero privado o estatal y demás entidades de financiamiento.

**2.2.1.4.3 Utilidad.** “Entendida la utilidad, como el provecho o beneficio que se obtiene de una inversión; es a partir del estado de resultados, que se proyecta para favorecer posteriormente la evaluación financiera del proyecto” (Díaz et al., 2019, p. 349). Según esta definición la utilidad proyectada a partir del estado de resultados permite obtener la información de los ingresos y egresos que tendrá un proyecto.

**2.2.1.4.4 Flujo neto de caja (FNC).** El flujo de caja se entiende como “el registro de los ingresos y egresos de dinero de un proyecto o empresas en un periodo de tiempo definido” (Díaz et al., 2019, p. 310). Al proyectar el estado de resultados en el período definido para el proyecto

(horizonte), se obtiene el flujo de neto de caja que se genera a partir de las siguientes cuentas:

**Figura 1.**

**Ejemplo Flujo De Caja**

+ Ingresos sujetos a impuestos
- Egresos sujetos a impuestos
- Intereses del préstamo
- Gastos no erogables
= Utilidad antes de impuestos
- Impuesto
= Utilidad después de impuestos
+ Ajustes por gastos no erogables
+ Ingresos no sujetos a impuestos
- Egresos no sujetos a impuestos
+ Préstamo
- Amortización de la deuda
= Flujo de Caja

Fuente: Tecnicatura en Gestión Universitaria.

**2.2.1.4.5. Evaluación Financiera.** Con el fin de conocer la factibilidad del proyecto Bikesbro se realizará una evaluación financiera, para determinar la rentabilidad según los precios del mercado de agregar una nueva unidad de negocio, lo cual facilita la toma de decisiones de si invertir o no en el proyecto para esto es necesario definir los siguientes indicadores.

- **Costo de oportunidad:** Según Díaz et al. el costo de oportunidad, Se define como la totalidad de los beneficios que se dejan de percibir cuando se selecciona una, de entre dos o varias alternativas de inversión. para lo cual también se requiere medir la Tasa costo de oportunidad TCO que describe cómo: Esta tasa de descuento debe reflejar el costo de oportunidad de los recursos invertidos. Es la tasa de



rentabilidad que generaría la mejor inversión alternativa del proyecto. (2019, p. 328)

- **Valor Presente Neto (VAN o VPN):** Díaz et al define este indicador como:

El valor actual del dinero, de acuerdo con los flujos de caja de un proyecto, donde se descuenta el costo de capital (interés) menos la inversión inicial del proyecto. El VAN corresponde a la diferencia entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos. (2019, p. 310)

Si el resultado de este indicador VPN arroja un resultado positivo, entonces es factible invertir en la nueva unidad de negocio para la empresa Bikesbro, por el contrario, si es negativo, no se recomienda hacer la inversión, en caso de que el resultado sea igual a cero, no hay diferencia entre invertir en esta nueva unidad de negocio o no hacerla.

- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** Díaz et al define este indicador como la tasa de interés o rentabilidad que se genera en un proyecto durante un tiempo determinado, y corresponde a la media geométrica de los rendimientos. Es un criterio de decisión y se compara con la tasa de oportunidad. (2019, p. 310)

De igual manera en la evaluación de la TIR se debe tener presente que si  $TIR > TCO$ , entonces es factible realizar la inversión,  $TIR = TCO$ , sería indiferente el beneficio financiero para el proyecto,  $TIR < TCO$  no se recomienda la inversión porque no es factible el proyecto financieramente.

### ***2.2.3 El auge de la Bicicleta en Colombia***

Actualmente se logra evidenciar que hay un mayor interés de los colombianos por la práctica del deporte en bicicleta debido al alto rendimiento de algunos deportistas como lo menciona en su artículo Neira (2019), los logros de los ciclistas colombianos en carreras internacionales han hecho que más colombianos se interesen en la cultura de la bicicleta.

De igual manera, Neira (2019) expone que las importaciones de bicicletas aumentaron 56% entre enero y noviembre del año 2019 (...) Este panorama de crecimiento en el interés por el ciclismo y su cultura lo ven también los comerciantes, que aseguran que el ciclismo toma cada vez más fuerza, siendo un deporte que ha penetrado a las diversas clases sociales, vendiendo al año cerca de 600.000 bicicletas.

En este contexto, una cultura en auge en torno a la bicicleta ha permitido explorar otro tipo de actividades económicas enfocadas en el uso de esta: el cicloturismo definido como “una modalidad de turismo en la que se emplea la bicicleta como medio de transporte” (Ricalde, 2018, párrafo 3).

Además, según datos estadísticos de FENALCO obtenidos a partir de afiliados pertenecientes al sector de bicicletas, el 80% de la población que utiliza la bicicleta, la usa de manera recreativa y como hábito de salud (Gómez, 2019). Al ser un artículo de lujo, actualmente el costo de las bicicletas en el mercado según sus características puede estar entre:

Gama alta y media alta, que son consumidas por los estratos cuatro, cinco y seis, se encuentran con un costo que va desde \$1,5 millones hasta \$30 millones. Por su parte, para las de ruta hay desde \$2 millones y en este segmento las marcas que sobresalen son Trek, Specialized, Scott y Giant que concentran 80% de las ventas. Por otro lado, están las bicicletas de gama baja y media, cuyo costo para una de montaña oscila entre

\$500.000 y \$1,5 millones y de ruta entre \$1 millón y \$1,5 millones. Acá, las marcas que lo lideran son GW, Optimus, Cliff y Venzo; que también se quedan con 80% de las ventas del segmento. (Neira, 2019, párrafo 5)

Actualmente en Colombia el cicloturismo es un deporte que se vuelve más asequible generando una oportunidad de negocio que se puede explorar, ya que es un país que como lo describe Gutiérrez (2017),

Cuenta con diferentes destinos a los cuales acudir para realizar este saludable deporte, ya que, al ser un deporte para cualquier público y teniendo en cuenta que sus dos grandes segmentos se encuentran divididos en “hard –soft” (fuerte y suave, por sus significados en inglés), contiene beneficios que aporta a la salud de quienes lo practican y variedad para quienes desean hacer deporte de alta exigencia física como para quienes buscan hacer deporte por diversión. (p. 40)

Este auge del cicloturismo es algo que viene en aumento no solo en Colombia sino a nivel mundial, de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo y la Asociación de Viajes de Aventura (ATTA).

El interés de los viajeros en conocer destinos en bicicleta es una tendencia en el país norteamericano y Europa. En este último mercado el turismo a través de este medio de transporte genera en promedio al año 57 mil millones de dólares. (Semana, 2019)

Por todo esto el cicloturismo puede convertirse en uno de los productos turísticos de la región de Orito, Putumayo que fortalezcan la oferta turística del destino tal como lo plantea la línea estratégica *Producto turístico de alto valor: Turismo de naturaleza, cultural y Recreativo de alto valor en Orito* del Plan de desarrollo turístico.

#### **2.2.4 Contexto del Turismo**

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 1994, citado en Sancho, 1994, p. 12).

Tal como lo menciona Sancho (1994), el turismo es una industria compleja que involucra distintos sectores económicos en su desarrollo y se ha convertido en una verdadera locomotora mundial de crecimiento económico y desarrollo, que impulsa la creación de más y mejores puestos de trabajo y sirve de catalizador de la innovación y el emprendimiento.

Como lo ha mencionado la OMT (2019) “el turismo está ayudando a mejorar la vida de millones de personas y a transformar comunidades enteras” (p.2).

En este contexto, el sector turístico en Colombia se ha priorizado dentro de las diferentes políticas públicas como una oportunidad para el crecimiento económico y social de las regiones. Previo a la aparición de la actual pandemia, el sector turístico tenía un importante aporte al Producto Interno Bruto de Colombia, donde solo la categoría de Hoteles y Restaurantes aportó en el año 2019 el 3,82% del PIB nacional, según cifras del Centro de Información Turística de Colombia CITUR.

Cabe destacar que la planificación del turismo en las diferentes políticas públicas está enmarcada dentro del concepto de desarrollo sostenible el cual busca gestionar los destinos turísticos sin impactos negativos en los recursos naturales y culturales.

Por esta razón el turismo de naturaleza es una de las tipologías priorizadas dentro del Plan Sectorial de Turismo de Colombia que se entiende como "todo tipo de turismo basado en la

naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales” (OMT, 2002, citado en Mincomercio, 2012, p.12), reconociendo esta actividad económica como una estrategia para la preservación de la cultura y naturaleza de los destinos turísticos.

Dentro de este marco de políticas públicas, el municipio de Orito en el cual se encuentra ubicada la empresa Bikesbro también le ha apuntado al turismo como una alternativa para fortalecer la economía del municipio y por esto en el año 2020 elaboró el Plan de Desarrollo Turístico fundamentado en los principios del desarrollo sostenible considerando la gran biodiversidad natural y cultural de este territorio. Este plan tiene como visión,

Posicionar al municipio de Orito como un destino turístico natural de Colombia, que aporte a la integración fronteriza entre Ecuador y el bajo Putumayo, a través del fortalecimiento de la gobernanza, la formalidad, la competitividad y la sostenibilidad del sector turístico y que genere un valor agregado para aportar a la construcción de paz.

(Plan de Desarrollo Turístico de Orito, 2020, p. 67)

De lo anterior, la priorización del turismo de naturaleza como una actividad económica en Orito ha abierto la puerta a otras oportunidades de negocio a los emprendedores del municipio, ya que este tipo de turismo abarca diferentes segmentos del mercado como el ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural que comprende a su vez actividades como avistamiento de aves, senderismo, etnoturismo, cicloturismo, entre otros.

El cicloturismo se ha convertido durante los últimos años en un tipo de turismo con bajo impacto ambiental ya que como lo menciona Serra (2016), este nicho de mercado atrae un perfil de visitante que no contamine, con un alto nivel adquisitivo, que esté interesado en la naturaleza e historia del lugar y que reparta su gasto a lo largo del recorrido (...) pues, aunque tiene poco

impacto en el conjunto del mercado turístico, puede tener un papel relevante en las estrategias de desarrollo turístico sostenible.

## **2.3 Marco conceptual**

Para un mayor entendimiento del tema del diseño de un estudio de factibilidad en el contexto del proyecto se deberán tener en cuenta los conceptos que se definen a continuación.

### **2.3.1 *Recurso***

Factores físicos y culturales potencialmente explotables por el turismo. (Mincit, 2010)

### **2.3.2 *Recurso turístico***

El concepto de recurso turístico según Cambero et al. (2021) es “cualquier elemento, material e inmaterial, vinculado a la naturaleza o a la cultura de un territorio socialmente organizado, que, por sí mismo o mediante su transformación, es capaz de atraer temporalmente a personas de otros lugares”.

### **2.3.3 *Recursos Organizacionales***

Según Hill, Jones y Schilling (2015), los recursos son los activos de una compañía y se dividen en dos categorías. Los recursos tangibles son bienes materiales, como terrenos, edificios, equipamiento, inventario y dinero. Los recursos intangibles son elementos no materiales, como los nombres de marcas, la reputación de la compañía, el conocimiento de expertos y la propiedad intelectual, incluyendo patentes, derechos de autor y marcas registradas.

#### **2.3.4 Rentabilidad**

Hill et al. (2015) definen rentabilidad como el rendimiento que una compañía genera sobre el capital invertido en ella.

#### **2.3.5 Desarrollo sostenible**

Según Lluch (2017) el desarrollo sostenible es aquello que está pensando en mantener un crecimiento económico que no agote los recursos necesarios para producir bienes y servicios. Se quiere, por tanto, combinar el tener más con el no agotar los recursos necesarios para la producción y lograr al mismo tiempo que no se deteriore excesivamente el medio ambiente.

#### **2.3.6 Biodiversidad**

Se entiende por biodiversidad la amplia variedad de plantas, animales y microorganismos existentes, pero también incluye las diferencias genéticas dentro de cada especie -por ejemplo, entre las variedades de cultivos y las razas de ganado-, así como la variedad de ecosistemas (lagos, bosques, desiertos, campos agrarios) que albergan múltiples interacciones entre sus miembros (humanos, plantas, animales) y su entorno (agua, aire, suelo...) (Naciones Unidas, 2021).

#### **2.3.7 Ciclo montañismo**

Para Rojas (2020),

El ciclo montañismo es una de las prácticas preferidas por los amantes del ciclismo, la adrenalina, la exigencia y la preparación ha ayudado a formar varios de los mejores corredores del mundo. Y es que el ciclomontañismo lo combina todo, fuerza, habilidad,

destreza, resistencia y técnica. (párrafo 2).

## 2.4 Glosario

### Tipos de bicicleta

Según Gómez (2019) se definen los tipos de bicicleta como:

- **Bicicleta de Ruta.** Máquina especialmente diseñada para recorrer largas distancias sobre terreno pavimentado. Su finalidad es alcanzar altas velocidades.
- **Bicicleta de montaña.** Tipo de bicicleta diseñada para viajes por la montaña o el campo sin importar las condiciones del terreno, también se le denomina bicicleta todoterreno.

### Mantenimiento preventivo

Beltrán et al. (2014) definen mantenimiento preventivo como “diferentes actividades que se ejecutan para la conservación de los equipos, tales como limpieza, inspección, lubricación, entre otros” (p. 22).

### Factibilidad

“La factibilidad es el máximo nivel de maduración de un proyecto, a partir del cual se puede iniciar la ejecución del mismo, por tal razón, hace parte de la etapa de preinversión” (Departamento Nacional de Planeación, 2018, p.32).

### Viabilidad

La viabilidad hace referencia a un proceso integral de análisis de la información que busca



determinar si el proyecto cumple con los criterios metodológicos de formulación y los aspectos técnicos de su estructuración, si está articulado con los desafíos del desarrollo plasmados en planes y políticas públicas del territorio, si es sostenible en el tiempo y si es rentable económicamente (Departamento Nacional de Planeación, 2018, p.32).

### **Oferta turística**

Socateli (2013) define la oferta turística como los productos y servicios presentes en un espacio geográfico y sociocultural, que buscan el aprovechamiento de los atractivos turísticos para que sean consumidos por los turistas que visitan ese lugar.

## **CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado es una herramienta fundamental para obtener la información que permite definir el producto turístico a ofrecer ya que el conocimiento de las tendencias de la demanda, preferencias de canales de compra, poder adquisitivo y demás factores que influyen en las decisiones de compra orientan al empresario sobre el producto qué debe ofertar.

Para el caso de estudio de Bikesbro se revisó cuáles son las tendencias del mercado del cicloturismo a nivel internacional y nacional.

Para la revisión del mercado nacional y local se aplicó una encuesta estructurada durante el mes de abril de 2022, la cual pretendía obtener información sobre el perfil del consumidor potencial de este nuevo servicio de Bikesbro.

### **3.1 Diseño metodológico para la investigación**

De acuerdo con lo anterior, dentro del estudio de mercado se diseñó una metodología para la investigación del consumidor la cual se desarrolla en el siguiente apartado.

#### ***3.1.1 Universo***

El universo de estudio está conformado por los ciclistas pertenecientes a grupos de ciclomontañismo en Orito y los actuales clientes de la unidad de negocio de Bikesbro, la cual según registros tiene una recurrencia de 100 clientes y harán parte del fin de estudio.

#### ***3.1.2 Población o muestra***

La muestra seleccionada para esta investigación se basó en los intereses de los investigadores para entender las variables que afectan al proyecto de manera cualitativa,

seleccionando un muestreo no probabilístico por conveniencia.

Como lo define Hernández-Sampieri (2014) el procedimiento de elección de la muestra “no es mecánico ni se basa en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación” (p. 176).

### ***3.1.3 Delimitación del estudio***

Con el fin de realizar el estudio de mercado definido como uno de los objetivos del proyecto, se delimitó la población de estudio a los turistas potenciales con interés en cicloturismo a practicarse en el municipio de Orito, Putumayo.

Para dar cumplimiento al objetivo relacionado con el estudio técnico, se delimitó la población de estudio a los ciclistas del municipio de Orito, Putumayo, pertenecientes a clubes de ciclismo.

### ***3.1.4 Recolección y procesamiento de datos***

El instrumento de recolección que se definió fue una encuesta estructurada donde se pretendía obtener toda la información posible que permitiera determinar correctamente las necesidades del mercado y el nivel de aceptación de una iniciativa de cicloturismo en el municipio de Orito.

Inicialmente se elaboró un cuestionario de preguntas para la encuesta la cual fue validada por dos expertos en la industria turística y en empresas de cicloturismo. Todas las observaciones realizadas fueron revisadas y se adaptó a las sugerencias realizadas con el fin de tener preguntas de valor que obtuvieron información de calidad para la toma de decisiones en la nueva unidad de negocio.

Tabla 2.

**Ficha Metodológica Encuesta**

<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>
<b>Objetivo metodológico</b>	Recopilar información de clientes y ciclistas pertenecientes a clubes de ciclomontañismo para analizar el impacto que genera la unidad de negocio de cicloturismo en el taller Bikesbro.
<b>Diseño muestral</b>	El universo de estudio está conformado por los ciclistas pertenecientes a clubes de ciclomontañismo en Orito y los actuales clientes de la unidad de negocio de Bikesbro, la cual según registros tiene una recurrencia de 100 clientes y fueron parte del estudio.
<b>Marco muestral</b>	La muestra seleccionada para esta investigación se basó en los intereses de los investigadores para entender las variables que afectan al proyecto de manera cualitativa, seleccionando un muestreo no probabilístico por conveniencia.
<b>Selección de la Muestra</b>	Se tomaron en cuenta todos los integrantes de las bases de clientes del taller Bikesbro y personas pertenecientes a los clubes de ciclomontañismo y seguidores en redes sociales del taller.
<b>Técnica</b>	Encuesta estructurada
<b>Segmento objetivo</b>	Ciclistas del municipio de Orito, Putumayo
<b>Número de encuestas</b>	61
<b>Duración</b>	5 minutos en cada encuesta realizada
<b>Fechas de levantamiento de la información</b>	Del 11 al 25 de abril de 2022

Fuente: Elaboración propia

### 3.1.5 Análisis de resultados

Todos los resultados que arrojaron esta encuesta se encuentran en el Anexo 1 con su respectiva gráfica y análisis.

Dentro de los resultados que generó la encuesta, se destaca la información acerca del interés que tendrían los encuestados en adquirir un servicio turístico a la empresa Bikesbro. Una de las preguntas indicó el 95.1% de los encuestados si comprarían el servicio y solamente un 4,9% no lo haría, lo cual es un buen indicador para la nueva unidad de negocio que plantea el taller Bikesbro implementar.

Al indagar sobre cuál es el uso que le da a su bicicleta los encuestados respondieron en un 67,2% que la usan con fines recreativos, un 41% manifiesta usarla por bienestar, el 14,8% la usan por un deporte profesional y el 4,9% como un medio de transporte, esto permite concluir que la población objetivo un 67,2% usa la bicicleta por recreación y hobby, esta población será eventualmente la interesada en la iniciativa cicloturística en el municipio de Orito.

La frecuencia del uso de la bicicleta de las personas encuestadas es representada en un 45,9% por un uso semanal, el 21,3% de los encuestados tienen un uso diario de la bicicleta, el 18% la usan ocasionalmente en el mes y el 14,8% de las personas casi nunca la usa, por lo cual a la hora de proponer la frecuencia de los planes turísticos se pueden proponer planes semanales, mensuales o por temporadas, ya que la frecuencia del uso de la bicicleta no es tan constante en la población encuestada.

### **3.2 Proyección de la demanda potencial**

Con los datos anteriores se proyecta una demanda potencial de acuerdo a la cantidad de personas interesadas en el servicio y a la frecuencia con la que estarían dispuestas a adquirirlo.

Adicionalmente, de acuerdo con las estadísticas históricas reportadas en CITUR en la

Tabla 3 (2022) que se muestra a continuación, los visitantes en el departamento del Putumayo crecieron un 100% entre el año 2020 y 2021, por lo cual se puede hacer una proyección de crecimiento de la demanda para la compra de las rutas turísticas que ofrecerá Bikesbro.

**Tabla 3.**

***Estadísticas De Pasajeros Y Visitantes En Putumayo***

<b>INDICADOR</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Crec. %20/19</b>	<b>Crec. %21/20</b>
Llegada de Pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares	83.329	26.765	53.455	-68%	100%
Visitantes extranjeros no residentes	2.506	762	354	-70%	-54%

Fuente: Centro de Información Turística de Colombia-CITUR (2022)

A continuación, se presenta la proyección a 5 años de los servicios a ofrecer, rutas que se describen más adelante en el capítulo de Producto del estudio de mercado.

**Tabla 4.**

***Proyección De Servicios A Prestar***

<b>Servicios</b>	<b>Servicios año 2022</b>	<b>Servicios año 2023</b>	<b>Servicios año 2024</b>	<b>Servicios año 2025</b>	<b>Servicios año 2026</b>
Ruta Corunta completa	522	548	576	604	634
Ruta Corunta sin bicicleta	330	347	364	382	401
Ruta Naturaleza y cacao completa	330	347	364	382	401
Ruta Naturaleza y cacao sin bicicleta	330	347	364	382	401
Ruta Kofan completa	118	124	130	137	143
Ruta Kofan sin bicicleta	100	105	110	116	122
Ruta Maiju completa	330	347	364	382	401
Ruta Maiju sin bicicleta	330	347	364	382	401
<b>TOTAL PROYECCIÓN ANUAL</b>	<b>2390</b>	<b>2510</b>	<b>2635</b>	<b>2767</b>	<b>2905</b>

Fuente: Elaboración propia

### **3.3 Mercado y demanda turística**

Recordando que el cicloturismo es “una modalidad de turismo en la que se emplea la bicicleta como medio de transporte” (Ricalde, 2018), como lo afirma Moral-Moral (2016), este se convierte en una práctica de turismo alternativo y sostenible en el que la motivación principal del turista es el disfrute del paisaje, contacto con la naturaleza y el entorno, combinando la realización de una actividad deportiva y de ocio.

De acuerdo con la presidente de Procolombia, el país tiene factores en su biodiversidad que pueden convertirlo en un destino de talla mundial en cicloturismo (El Tiempo, 2021), por lo cual esta entidad ha iniciado una campaña promocional “Colombia: cicloturismo a otro nivel” en la cual tiene identificados mercados como Alemania, Canadá, Estados Unidos, España, Francia, Reino Unido, México y Ecuador para la promoción de este tipo de turismo.

Según Procolombia un viaje en bicicleta “tiene una duración promedio de 7 días. Los turistas extranjeros gastan hasta 257 dólares por día en viajes de dos ruedas. En promedio, por siete días son casi 1.800 dólares, cifra que está por encima del promedio de gasto del viajero en Colombia” (El Tiempo, 2021, párrafo 10)

De igual manera, es importante revisar diferentes tendencias del mercado turístico que ofrecen oportunidades para el cicloturismo y el desarrollo de nuevas actividades turísticas en esta región del país.

Para esto, el estudio realizado por la plataforma de viajes Booking.com “Predicciones de viaje 2022” brinda información valiosa del panorama mundial del turismo. Según la información recopilada entre más de 24.000 participantes de 31 países del mundo “El 78% de las personas encuestadas encuentra que el camino hacia el destino se disfruta aún más si lo vive como parte del viaje (...) y el 58% dice que cuando viaja disfruta descubriendo medios de transporte nuevos o que conoce poco” (Booking.com, 2022).

De lo anterior puede inferirse que existe una marcada tendencia a explorar nuevos destinos y nuevas formas de llegar a estos, mostrando que el cicloturismo tiene un alto potencial de desarrollo en destinos turísticos donde se pueden implementar medios de transporte alternativos. De igual manera, los viajeros están dispuestos a disminuir su impacto medioambiental usando medios de transportes no convencionales pues hay mayor conciencia del impacto negativo que el sobreturismo ha dejado en los destinos más visitados a nivel mundial.

Esto puede entenderse como una gran oportunidad para destinos no convencionales como Putumayo que históricamente no ha tenido afluencia turística debido al conflicto armado que se presentó en la zona durante varias décadas.

Por otro lado, existe un interés creciente de los turistas en apoyar a las comunidades de los destinos turísticos que visitan, donde el “58% de las personas encuestadas coincide en la importancia de que el viaje beneficie a la comunidad local de su destino” (Booking.com, 2022). De allí que también Orito tiene muchas potencialidades con el número significativo de comunidades indígenas que habitan este territorio ya que son custodias de manifestaciones del patrimonio cultural que son a su vez recursos turísticos que pueden atraer el interés de los visitantes.

Para este estudio es importante resaltar que el municipio de Orito aún no cuenta con suficiente información turística de los visitantes que llegan a este municipio con fines turísticos. Los escasos reportes existentes del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo indican que a Putumayo llegaron 68.282 visitantes extranjeros no residentes por vía aérea en el año 2019 y Migración Colombia menciona a 1.831 visitantes no residentes que ingresaron al departamento por vía terrestre y fluvial en el año 2019 (Alcaldía de Orito, 2020, p. 10)

En el año 2020, la Alcaldía de Orito a través de un convenio de cooperación con



Ecopetrol y ONU Migración desarrollaron un estudio de mercado para el municipio en el cual elaboraron un instrumento de medición que se aplicó en los principales puntos de interés turístico de Orito. Dicha encuesta pretendía hacer una caracterización de la demanda actual de viajeros la cual arroja información importante para este estudio de mercado.

El 60% de los encuestados que visitan el municipio de Orito, provienen de otros departamentos del país, principalmente de Bogotá, Cali, Pasto, Neiva, Florencia, Antioquia, Norte de Santander, Popayán. El 21.8% provienen de departamento principalmente de Valle del Guamuez, Mocoa, Puerto Asís El 18,2% de los visitantes encuestados provienen de países como Argentina, Ecuador, Estados Unidos, Holanda, Suiza y Francia. (Alcaldía de Orito, 2020, p. 53)

De lo anterior, se puede concluir que, aunque aún la demanda internacional en esta región del país es incipiente, hay un potencial interesante en los mercados ya que Europa y Estados Unidos son los principales emisores de turistas de este tipo de turismo según investigaciones de Procolombia mencionadas anteriormente.

Así mismo, este estudio arrojó que los turistas encuestados eran personas principalmente en el rango etario entre los 18 y 25 años, seguido de los 36 a 45 años quienes viajaban mayoritariamente en familia (60%) y manifestaban como ocupación principal ser independientes. Cabe destacar de los resultados de esta encuesta, que la razón principal de visita del municipio de Orito es el descanso y la visita a familiares y amigos y “el 31% de los encuestados asegura que su interés por la Amazonía fue un factor clave a la hora de decidir visitar el municipio” (Alcaldía de Orito, 2020, p. 36) por lo cual hay un potencial para ofrecer diferentes servicios turísticos a este tipo de visitantes.

### 3.4 Oferta turística

Para el desarrollo de este estudio de factibilidad es fundamental conocer la oferta turística presente en el municipio de Orito con el fin de conocer los competidores y proveedores de Bikesbro.

En la investigación realizada, no se identificaron competidores directos de empresas que ofrezcan actividades de cicloturismo ni en el municipio de Orito ni en el departamento de Putumayo. Sin embargo, se realizó un benchmarking de empresas en otras regiones del país que sí ofrecen este producto turístico el cual se muestra a continuación.

**Tabla 5.**

#### ***Benchmarking Colombia en Bicicleta - Cicloviajeros***

<b>Empresa</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Servicios</b>	<b>Precio</b>	<b>Ruta</b>
Colombia en Bicicleta	Bogotá D.C	Ruta en bicicleta MTB desde Bogotá hasta Nilo (Cundimarca) atravesando todos los pisos térmicos, en trocha y vías destapadas en un día. Aventura, paisajes, almuerzo gourmet y camaradería para llegar y disfrutar de una cena en Nilo. Incluye: servicio de mecánica, seguro contra accidente, food truck, puntos de hidratación, carros escoba, pin de solapa de participación, after-bike, fotografías, guías en bicicleta, parqueadero para tu auto, bio-seguridad.	\$ 280.000	Travesía Bogotá - Nilo 140 km Ascenso acumulado: 887 m Descenso acumulado: 3.0998 m
Cicloviajeros	Bogotá D.C	Ruta urbana que inicia en el sector de Puente Aranda (Bogotá) el cual realiza un recorrido por muestras de arte urbano (Graffiti y Muralismo). Se brinda una charla acerca de los edificios y sus alrededores. En la Plaza de la Perseverancia se toma el almuerzo; un plato típico bogotano como el ajiaco. El grupo tendrá un mínimo de 2 personas y un máximo de 12. Incluye: Refrigerio, Jersey Oficial (Costo Adicional), Bici Escoba, Seguro de Viaje 1 Dia	\$ 68.000	Ciclopaseo / Nivel Bajo en Ruta Salida:Puente Aranda Regreso: Plaza de la Perseverancia Todos los Jueves y Sábados 7 horas

Cicloviajeros	Bogotá D.C	<p>Día 1. Día de Paisajes y Fotos, Atardecer en Embalse Tomine.  Día 2. Día de Visita Turística a la Laguna de Guatavita. Visita al embalse Tomine y sus alrededores. Museos, Parques, Comercio, Restaurantes.  Día 3- Caminata Ecológica en el bosque, Kayak, Aprende a Escalar Roca Velero 1 Hora (Pago Adicional – Opcional )  Incluye: Guía Profesional, Zona de Camping x 2 Noches, Bici o Carro Escoba, Seguro de Viaje, Numero ó Medalla, Entrenamientos / Cursos</p>	\$ 380.000	<p>Día 1: Bogotá – Guatavita ( 60 km) PLANO Carretera Principal.  Día 2: Laguna Guatavita ( 15 Km ) Ascenso y Descenso – Carretera Municipal  Día 3: Caminata Ecológica en el Bosque, Kayak, Aprende a Escalar Roca 6:00 PM Opcional – Regreso Bogotá ( Carro , Transporte Público , Vans)  3 días</p>
Cicloviajeros	Bogotá D.C	<p>Ruta de Cicloturismo que inicia en el Salto del Tequendama (Cundinamarca).  Desayuno de fritos, agua de panela, quesos, y demás comidas típicas de esta provincia del Tequendama. Continúa hacia el río Bogotá y se desciende a Santandercito donde se hace una parada de hidratación para conocer este municipio.  Alojamiento en el Hotel Villa San Francisco</p>	\$ 480.000	<p>Día 1: Bogota – San Antonio Tequendama Bogotá – Salto Tequendama (30 km)  Día 2: San Antonio Tequendama – TENA Travesía San Antonio – Tena Cundinamarca (16 Km)  Día 3: Regreso a Bogotá Opcional – Regreso Bogotá ( Carro , Transporte Público , Vans)  en el mejor de los casos en Bicicleta.  3 días</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.

**Benchmarking Pedaleando Alma**

Empresa	Ubicación	Servicios	Precio	Ruta
Pedaleando Alma	Medellín	<p>Desde Valparaíso en las laderas del valle del río Cauca, ruta hacia el pueblo patrimonio de Jericó. Se disfruta de Támesis y de un buen baño en el río Frío. En esta ruta se puede conocer Pueblo Rico y la maravillosa travesía por El Barcino y La Florida para llegar a Hispania. Subida al alto del Oso, antes de llegar al río Pedral</p> <p>Cupos: 15 ciclovíajeros y bikepackers</p> <p>El valor no incluye la alimentación, el pago de los alojamientos, transportes u otros no especificados. El valor aproximado a invertir en los dos días por concepto de alimentación, hospedaje, hidratación, snacks y transporte es de \$150.000 Pesos.</p> <p>Transporte a Valparaiso en Vann desde Medellin aprox. 60 mil por persona.</p> <p>Si requiere una bicicleta en alquiler El valor de arriendo es de \$90.000 Pesos diarios.</p>	\$ 220.000	<p>Ubicación inicial: Valparaíso, Antioquia</p> <p>Ubicación final: Bolívar, Antioquia</p> <p>Kilómetros a Recorrer: 122</p> <p>Dificultad: Media – Alta</p> <p>Tipo de ruta: Carreteras primarias pavimentadas, secundarias y terciarias con superficie de rodadura destapada</p> <p>2 días</p>
Pedaleando Alma	Medellín	<p>Salida desde Medellín en una Vann rumbo a Guatapé. Desde el pueblo de los zócalos salida a Alejandría y almuerzo en Santo Domingo. Al día siguiente se toma el refrigerio en cercanías al Embalse de San Lorenzo. Almuerzo en San Rafael. Posteriormente baño en las aguas del cristalino Arenales.</p> <p>El valor no incluye la alimentación, el pago de los alojamientos, transportes u otros no especificados. El valor aproximado a invertir en los dos días por concepto de alimentación, hospedaje, hidratación, snacks y transporte es de \$150.000 Pesos. Transporte a Valparaiso en Vann desde Medellin aprox. 60 mil por persona.</p> <p>Si requiere una bicicleta en alquiler El valor de arriendo es de \$90.000 Pesos diarios.</p>	\$ 220.000	<p>Ubicación inicial: Guatapé (Antioquia)</p> <p>Ubicación final: San Rafael (Antioquia)</p> <p>Kilómetros a Recorrer: 116</p> <p>Dificultad: Media</p> <p>Tipo de ruta: Carreteras primarias pavimentadas, secundarias y terciarias con superficie de rodadura destapada</p> <p>2 días</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7.

**Benckmarking Retrociclas**

Empresa	Ubicación	Servicios	Precio	Ruta
Retrociclas Tours	Pereira	<p>Por la mañana: Cabalgata "La Suiza" en una Reserva Natural Protegida.</p> <p>Viaje desde Pereira hasta el pequeño pueblo de La Florida en jeep Willys.</p> <p>Paseo en una reserva natural protegida acompañado de la música de coloridas y hermosas aves.</p> <p>Por la tarde: Aprendizaje Sobre el Café Especial Colombiano. Transporte privado desde Pereira en Willys Jeep (Transporte tradicional del Eje Cafetero).</p> <p>Incluye: Almuerzo, Hidratación (una botella de agua), Entrada a la finca cafetalera, Alquiler de Alquiler de casco de seguridad.</p> <p>Instrucción técnica y de seguridad.</p> <p>Fotografías digitales de la actividad.</p> <p>Seguro para actividades de aventura/tarjeta de asistencia médica.</p>	\$ 383.000	<p>Dificultad: 3 of 10 (Low)</p> <p>Distancia en Jeep Willys: 30 Km</p> <p>Distancia en bicicleta: Aprox. 15 Km.</p> <p>Altitud: 1.400 and 2.000 m.a.s.l.</p> <p>7 horas</p>
Retrociclas Tours	Pereira	<p>Estación Pereira&amp;Cocora Actividades incluidas</p> <p>Proceso tradicional del café, Senderismo en el "Valle de Cocora", Ciclismo de montaña (bicicletas incluidas)</p> <p>Transporte privado desde Pereira en Willys Jeep (Transporte tradicional del Eje Cafetero).</p> <p>Transporte por "Brujita" y "Garrucha".</p> <p>Alojamiento en casas rurales o fincas cafetaleras - 2 noches - habitaciones privadas</p> <p>2 desayunos, 2 almuerzos y 2 cenas.</p>	\$ 1.638.000	<p>Dificultad: 2 of 10 (Low)</p> <p>Día 1: Encuentro en Pereira. Traslado a Finca Cafetalera.</p> <p>Día 2: Estación Pereira - Recorre un sendero agrícola excepcional.</p> <p>Día 3: Valle de Cocora y Salento</p> <p>Distancia recorrida en coche: 80 Km.</p> <p>Distancia recorrida a pie: Aprox. 10 kilómetros</p> <p>Distancia recorrida en bicicleta: Aprox. 15 kilómetros</p>

Fuente: Elaboración propia

A pesar de que no se identificó competencia directa en el municipio de Orito, si se realizó una investigación de las agencias de viajes operadoras del departamento del Putumayo y Orito que ofrecen actividades turísticas de naturaleza que pueden ser competencia indirecta o tener dentro de su portafolio productos sustitutos.

En el Centro de Información Turística de Colombia CITUR se encuentran registradas 28

agencias de viajes operadoras en el departamento del Putumayo de la siguiente manera:

**Tabla 8.**

**Agencia De Viajes De Putumayo**

<b>Municipio</b>	<b>Total</b>	<b>Agencias</b>
Puerto Asís	4	Agencia De Viajes Operadora Comfamiliar Del Putumayo Kofan Centro Ecoturístico Geomix Eventos Y Turismo Ayawaska Hostal
Villagarzón	5	Donde Se Oculta El Sol El Rincon Del Vides Puruyaku Putumayo Mágico Senderos Centro Ecoturístico Donde Se Oculta El Sol
Orito	3	Centro Ecoturístico Mayju La Ruta Del Chocolate Centro Ecoturístico Corunta
Mocoa	12	Green Dreams Colombia Yage Spirit Las Heliconias Mocoa Colombia Adventure Trips Vacaciones Sin Limites Fin Del Mundo Extremo El Portal Fin Del Mundo Agencia Operadora De Viajes Exploremos Putumayo Ecoturismo Putumayo Etno Putumayo Marytour Maritza Delgado KLJ Company Sas
Colón	1	Centro Turístico Ambiaku S A
Sibundoy	2	Ancestros Vive Putumayo
Puerto Caicedo	1	Econawa

Fuente: Elaboración propia

Las agencias de viajes operadoras ubicadas en el municipio de Mocoa son las que ofrecen actividades de aviturismo, kayak, contemplación de cascadas y cavernas entre ellas en algunos atractivos turísticos del municipio de Orito como la agencia Ecoturismo Putumayo y Río Selva Viajes y Turismo. Esta última ofrece paquetes turísticos al Centro ecoturístico Maiju, Centro ecoturístico Corunta y al Río Pijilí.

De acuerdo con el estudio de mercado de la Alcaldía de Orito, en el año 2020 se encontraban activas 3 agencias de viajes y 1 agencia operadora en este municipio. Actualmente se encuentran activas en el Registro Nacional de Turismo las siguientes:

**Tabla 9.**

***Agencias De Viajes De Orito***

<b>Agencia de viajes</b>	<b>Tipo de agencia</b>	<b>Tipo de servicios</b>
JM Colours	Agencia de viajes y turismo	Paquetes turísticos internacionales
Centro ecoturístico Maiju	Agencia de viajes operadora	Ecoturismo, turismo de aventura y gastronomía
La Ruta del Chocolate	Agencia de viajes operadora	Agroturismo
Centro ecoturístico Corunta	Agencia de viajes operadora	Ecoturismo

---

Fuente: Elaboración propia (2022).

De acuerdo al diagnóstico anterior, se evidencia que el municipio de Orito no cuenta con una oferta turística consolidada que permita posicionarlo como un destino turístico importante en Colombia. Según la encuesta que desarrolló la Alcaldía de Orito (2020), “el 5% de los encuestados no encontraron guías o agencias de viajes operadoras que les brindara el servicio de información y guianza turística (...) y el 14% también mencionó que faltan planes turísticos que

permitan conocer la oferta del municipio”

Adicional a esto, el municipio no tiene una buena señalización turística de los atractivos turísticos que tiene, razón por la que se dificulta el conocimiento que los visitantes y residentes de Orito puedan tener de estos sitios.

### 3.5 Producto

#### 3.5.1 Marca

*Figura 2.*

*Logo Bikesbro Adventure*



Fuente: BikesBro

El logo de Bikesbro está compuesto por las siglas MTB hacen referencia a Mountain Bike que hace alusión al ciclismo de montaña y las aventuras de ruta que se pueden vivir a través de este deporte de aventura, la palabra Bro es el diminutivo de *brothers*, ya que los creadores son 2 hermanos que quieren generar esa experiencia de camaradería y familiaridad a sus clientes, por medio de los 3 colores del logo se quiere expresar:

**Rojo:** pasión, energía que requiere este deporte

**Azul:** profesionalismo, seriedad e integridad de los servicios ofrecidos



**Negro:** poder y sofisticación.

Al indagar sobre el nombre más atractivo para la nueva unidad de negocio de cicloturismo del taller especializado Bikesbro los tres que más resaltaron fueron Bikesbro Adventure con un 29,5%, seguido de Bikesbro Amazónico con un 25% y por último Bikesbro Tours con un 21,3%, es importante conocer para los encuestados cuál es el nombre de la marca que más les genera recordación y llama su atención.

### ***3.5.2 Definición de rutas cicloturísticas***

Teniendo en cuenta el análisis realizado a los resultados de la encuesta aplicada para el proyecto Anexo 1 se resalta los ítems que se tuvieron en cuenta para estructurar las fichas técnicas del servicio cicloturístico los cuales atienden las necesidades que los clientes buscan satisfacer.

En lo mencionado por los encuestados acerca de su nivel como ciclista, el 52,5% expresa un nivel Novato, un 42,6% indican tener un nivel intermedio, mientras que un 4,9% indica tener un nivel avanzado. Lo anterior indica que las personas encuestadas muestran tener un nivel Bajo/Intermedio del uso de la bicicleta ya que el 95,1 % indican tener un nivel Novato a Intermedio, por lo cual es importante diseñar rutas cicloturísticas con nivel de exigencia baja/moderada que se acoplen a las necesidades del cliente.

Los acompañantes de las personas encuestadas en un 64% prefieren hacerlo con amigos, un 26% lo realizan con su propio núcleo familiar, un 7% con parejas, 3% prefiere realizar esta actividad turística solo. En relación al segmento de edades representativo y ajustado a nuestro perfil de consumidor, indica que en su mayoría este segmento prefiere realizar esta actividad turística con amigos o con su propio núcleo familiar por lo cual se pueden plantear planes en

paquetes o con un mínimo de participantes para cada ruta.

El tiempo que los encuestados estarían dispuestos a invertir en esta actividad el 51,7% destinarán un día completo, el 41,4% lo realizaría en medio día y solamente el 6,9% estarían dispuestos a invertir entre 2 a 3 días para la actividad cicloturista, por lo cual se deben diseñar planes con duraciones de máximo un día de ruta ya que el 93% de los encuestados encontraría este tipo de planes atractivos y solo el 7% estaría dispuesto a invertir más de un día lo cual involucra costos adicionales como el hospedaje y alimentación.

Las preferencias de los encuestados sobre los servicios que les gustaría incluir en el paquete cicloturístico son 77,6% Alimentación, un 46,6% Alojamiento, un 50% Guianza de la ruta y un 39,7% desearía poder tener la opción de alquiler de bicicleta. Estas preferencias son vitales para armar los paquetes que ofrecerá la nueva unidad de negocio de Bikesbro y lo cual permitiría generar alianzas con proveedores de la región que ofrezcan los servicios de alimentación y alojamiento, adicionalmente es necesario ver la opción de adquirir bicicletas para alquiler, contar con guías turísticos en cada ruta.

Sobre los servicios complementarios a las personas encuestadas les gustaría incluir a sus tours el 56,9% obsequio de recuerdo de la actividad desarrollada, el 53,4% Kit de mantenimiento, el 50% acompañamiento de carro o moto escoba y el 48,3% fotografía. Es necesario tener estos productos complementarios para satisfacer las necesidades de esta población que será eventualmente la interesada en la iniciativa cicloturística en el municipio.

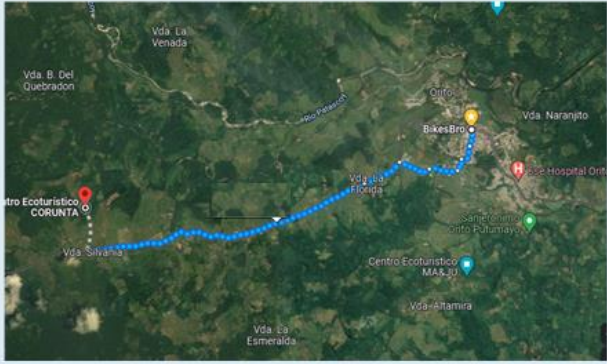
Las actividades complementarias que les gustaría desarrollar a los encuestados, las tres que más sobresalen es la visita de atractivos naturales con un 78% de interés, el 52% de los encuestados le gustaría que el plan incluye gastronomía y el 33% le gustaría que la ruta incluyera una actividad de avistamiento de aves. Esta información coincide con el estudio de mercado de

la Alcaldía de Orito (2020) en el cual “el 5% de los visitantes encuestados manifiesta que les gustaría encontrar gastronomía propia y típica de la región” (p. 48).

Dado el análisis anterior de la información, a continuación, se describe cada uno de los productos que Bikesbro tendrá en su nueva unidad de negocio de cicloturismo.

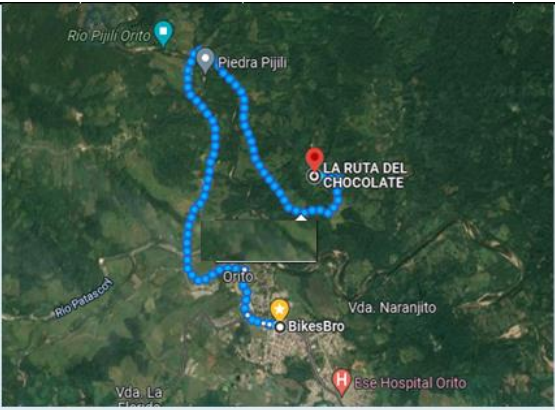
### 3.5.2.1 Fichas técnicas de productos.

*Figura 3. Ruta Corunta - Conoce La Biodiversidad Del Putumayo*

<p><b>Foto Pantalla Google Maps</b></p>				
<p><b>Nombre</b></p>	<p>Ruta Corunta - Conoce la Biodiversidad del Putumayo</p>			
<p><b>Tipo de operación</b></p>	<p>Ruta Guiada con opción de alquiler de bicicleta, camping y Paintball. Al llegar a destino podrás disfrutar de sendero ecológico, avistamiento de aves y fauna silvestre, disfrutaras de una la hermosa cascada la Silvana y la juventud, durante la ruta se ofrecerá hidratación agua, bebidas especiales para deportista, snacks (barras de cereal, entre otros), en este recorrido disfrutaremos la gastronomía del Putumayo y platos típicos de la región, disponibilidad de plan solo fines de semana con un grupo Mínimo de 4 personas - Máximo 12 Personas y te llevaras un detalle de recuerdo (Llavero Bikesbro)</p>			
<p><b>Duración Plan</b></p>	<p>6 horas</p>			
<p><b>Distancia/duración ruta</b></p>	<p>12 km - 2 Hr.</p>			
<p><b>Grado de Dificultad</b></p>	<p>Intermedio</p>			
<p><b>Tipo de bicicleta</b></p>	<p>Todoterreno</p>			
<p><b>Con Alquiler Bicicleta</b></p>	<p>\$ 120.000</p>			
<p><b>Costo sin Bicicleta</b></p>	<p>\$ 100.000</p>			
<p><b>Accesorios</b></p>	<p>Casco</p>	<p>SI</p>	<p>GPS</p>	<p>SI</p>
	<p>Chalecos Ref.</p>	<p>NO</p>	<p>Guantes</p>	<p>Opcional</p>
	<p>Candados</p>	<p>Opcional</p>	<p>Cojín Sillín</p>	<p>SI</p>
<p><b>Servicios Adicionales</b></p>	<p>Kit de viaje</p>	<p>Opcional</p>	<p>Asistencia Técnica</p>	<p>SI</p>
	<p>Hidratación</p>	<p>SI</p>	<p>Mapa y trazo de ruta</p>	<p>Opcional</p>
	<p>Fotografía</p>	<p>Opcional</p>	<p>Souvenir</p>	<p>SI</p>
	<p>Carro escoba</p>	<p>Opcional</p>	<p>Almuerzo</p>	<p>SI</p>

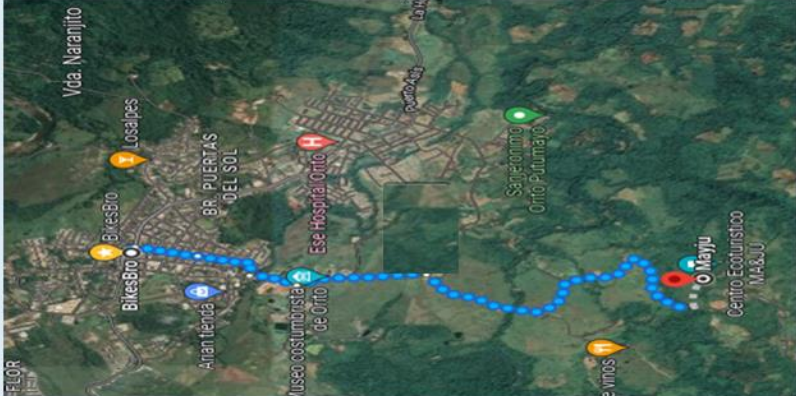
Fuente: Elaboración propia

**Figura 4. Ruta Naturaleza Y Cacao - Experimenta Los Sabores Del Cacao Del Putumayo**

Foto Pantalla Google Maps				
Nombre	Ruta Naturaleza y Cacao - Experimenta los sabores del Cacao del Putumayo			
Tipo de operación	Ruta Guiada con opción de alquiler de bicicleta, Esta ruta realiza una primera parada en el rio Pijili y contemples la piedra Pijili que es insignia en el municipio de Orito, al llegar a destino podrás disfrutar de una finca agroturística dedicada al cultivo de Cacao donde podrás conocer todo el proceso de transformación del chocolate orgánico, durante la ruta se ofrecerá hidratación agua y snacks (barras de cereal, frutas, entre otros). en este recorrido disfrutaremos una deliciosa bebida de mucilago de cacao, disponibilidad de plan solo fines de semana con un grupo Mínimo de 4 personas - Máximo 12 Personas y te llevaras un delicioso souvenir producido en el lugar (Chocolate)			
Duración Plan	6 horas			
Distancia/duración ruta	13 km - 2 Hr.			
Grado de Dificultad	Básico / Novato			
Tipo de bicicleta	Todoterreno			
Con Alquiler Bicicleta	\$ 105.000			
Costo sin Bicicleta	\$ 85.000			
Accesorios	Casco	SI	GPS	SI
	Chalecos Ref.	NO	Guantes	Opcional
	Candados	Opcional	Cojín Sillín	SI
Servicios Adicionales	Kit de viaje	Opcional	Asistencia Técnica	SI
	Hidratación	SI	Mapa y trazo de ruta	Opcional
	Fotografía	Opcional	Souvenir	SI
	Carro escoba	Opcional	Bebida y entrada	SI

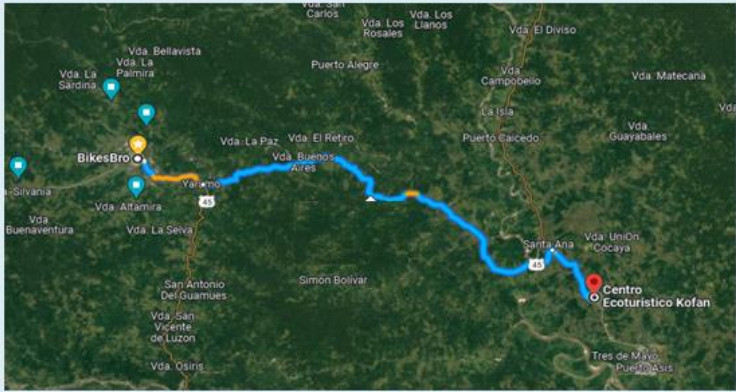
Fuente: Elaboración propia

**Figura 5. Ruta Mayju - Aprende Sobre Conservación Y Cuidado De La Naturaleza.**

<p>Foto Pantalla Google Maps</p>				
<p><b>Nombre</b></p>	<p>Ruta Mayju - Aprende sobre conservación y cuidado de la naturaleza.</p>			
<p><b>Tipo de operación</b></p>	<p>Ruta Guiada con opción de alquiler de bicicleta. Al llegar a destino podrás aprender sobre este interesante proyecto de conservación el cual transformo la siembra de cultivos ilícitos por cultivos totalmente orgánicos como la pimienta y cacao, además podrás disfrutar de sendero ecológico, avistamiento de aves, fauna silvestre y nacimiento de agua, conecta con el árbol fono y recarga tus energías, durante la ruta se ofrecerá hidratación agua, snacks (barras de cereal, entre otros), en este recorrido disfrutaremos la gastronomía platos típicos de la región y Canopy (Opcional) disponibilidad de martes a domingo con un grupo Mínimo de 4 personas - Máximo 12 Personas y te llevaras un detalle de recuerdo (Llavero Bikesbro)</p>			
<p><b>Duración Plan</b></p>	<p>6 horas</p>			
<p><b>Distancia/duración ruta</b></p>	<p>5 km - 1 Hr.</p>			
<p><b>Grado de Dificultad</b></p>	<p>Novato</p>			
<p><b>Tipo de bicicleta</b></p>	<p>Todoterreno</p>			
<p><b>Con Alquiler Bicicleta</b></p>	<p>\$ 130.000</p>			
<p><b>Costo sin Bicicleta</b></p>	<p>\$ 110.000</p>			
<p><b>Accesorios</b></p>	<p>Casco</p>	<p>SI</p>	<p>GPS</p>	<p>SI</p>
	<p>Chalecos Ref.</p>	<p>NO</p>	<p>Guantes</p>	<p>Opcional</p>
	<p>Candados</p>	<p>Opcional</p>	<p>Cojín Sillín</p>	<p>SI</p>
<p><b>Servicios Adicionales</b></p>	<p>Kit de viaje</p>	<p>Opcional</p>	<p>Asistencia Técnica</p>	<p>SI</p>
	<p>Hidratación</p>	<p>SI</p>	<p>Canopy</p>	<p>Opcional</p>
	<p>Fotografía</p>	<p>Opcional</p>	<p>Souvenir</p>	<p>SI</p>
	<p>Carro escoba</p>	<p>Opcional</p>	<p>Almuerzo y entrada</p>	<p>SI</p>

Fuente: Elaboración propia

**Figura 6. Ruta Kofan - Conéctate Con La Naturaleza Y Tradición Indígena.**

<p><b>Foto Pantalla Google Mapa</b></p>				
<p><b>Nombre</b></p>	<p>Ruta Kofan - Conéctate con la naturaleza y tradición indígena</p>			
<p><b>Tipo de operación</b></p>	<p>Ruta Guiada con opción de alquiler de bicicleta, hospedaje y zonas húmedas. Al llegar a destino podrás disfrutar de sendero ecológico, avistamiento de aves y fauna silvestre, explicación de medicina ancestral (Yagé), durante la ruta se ofrecerá hidratación agua, electrolitos, bebidas especiales para deportista, jugos, snacks (barras de cereal, frutas, entre otros), Ruta disponible bajo petición con un grupo Mínimo de 4 personas - Máximo 12 Personas y te llevaras un detalle de recuerdo (Tula Bikesbro)</p>			
<p><b>Duración Plan</b></p>	<p>12 horas</p>			
<p><b>Distancia/duración ruta</b></p>	<p>50 km - 4 Hr.</p>			
<p><b>Grado de Dificultad</b></p>	<p>Avanzado</p>			
<p><b>Tipo de bicicleta</b></p>	<p>Todoterreno</p>			
<p><b>Con Alquiler Bicicleta</b></p>	<p>\$ 170.000</p>			
<p><b>Costo sin Bicicleta</b></p>	<p>\$ 150.000</p>			
<p><b>Accesorios</b></p>	<p>Casco</p>	<p>SI</p>	<p>GPS</p>	<p>SI</p>
<p></p>	<p>Chalecos Ref.</p>	<p>NO</p>	<p>Guantes</p>	<p>Opcional</p>
<p></p>	<p>Candados</p>	<p>Opcional</p>	<p>Cojín Sillín</p>	<p>SI</p>
<p><b>Servicios Adicionales</b></p>	<p>Kit de viaje</p>	<p>Opcional</p>	<p>Asistencia Técnica</p>	<p>SI</p>
<p></p>	<p>Hidratación</p>	<p>SI</p>	<p>Mapa y trazo de ruta</p>	<p>Opcional</p>
<p></p>	<p>Fotografía</p>	<p>Opcional</p>	<p>Souvenir</p>	<p>SI</p>
<p></p>	<p>Carro escoba</p>	<p>SI</p>	<p>Alojamiento</p>	<p>Opcional</p>

Fuente: Elaboración propia

Es importante mencionar que el tipo de bicicletas que deben ser usadas para el tipo de rutas diseñadas son MTB, es decir, *Mountain Bike* o bicicletas de montaña ya que por las características del terreno se requieren que estas tengan características especiales en cuanto a velocidad, fuerza y comodidad.

A continuación, un ejemplo del tipo de bicicletas a utilizar y alquilar para las rutas.

**Figura 7.**

### ***Tipos De Bicicletas***



ROJO BIZZARE MATE - NEGRO PERLADO

Fuente: Tienda oficial virtual de Colombia GW Bicycles

### **3.6 Precio**

Al indagar el precio que consideraban adecuado por ruta, el 75,4% de los encuestados indicaron que el precio estaría en un rango de \$60.000 a \$120.000, el 20,7% con un rango de \$121.000 a \$200.000, el 1,7% con un rango de \$201.000 a \$300.000 y finalmente el 1,7% indicaron que el precio para esta iniciativa sería de más de \$300.000.

Dado el precio que las personas están dispuestas a pagar y la duración de la ruta se puede inferir que sus preferencias son por rutas cortas que no impliquen costos adicionales en



alimentación y hospedaje. Así mismo, el estudio de mercado que realizó la Alcaldía de Orito mencionaba que la mayoría de los visitantes del municipio se alojaban en casa de familiares y amigos.

Teniendo como base el precio al cual estarían dispuestos a pagar la mayoría de los encuestados, se analizan otros criterios adicionales para establecer el precio de cada ruta, como lo son el alquiler de la bicicleta, los costos de un guía para la ruta, snacks y detalle de recuerdo, por tal manera el precio podrá estar en un promedio de lo que el cliente está dispuesto a pagar por realizar esta actividad cicloturística y los costos requeridos de los servicios adicionales como complemento del plan.

Adicionalmente, se tuvo en cuenta los precios ofertados en el benchmarking realizado de otros proveedores de este tipo de servicio en otros departamentos de Colombia, ya que es esencial mantener un rango de precios según la oferta para este nicho de mercado, lo cual ayuda a definir si el precio será inferior, superior o igual, siendo esta la opción más viable para el proyecto, debido a que está entre valor mínimo al cual los clientes estarían dispuestos a pagar y los precios ofertados por proveedores con la misma actividad económica.

### **3.7 Comercialización y canales de distribución**

Teniendo en cuenta la escasa oferta turística del municipio de Orito y en general del departamento de Putumayo, la visibilidad de los prestadores turísticos de esta región es casi nula en el entorno online, lo cual dificulta que los turistas potenciales puedan conocer la oferta turística que Orito tiene para ofrecer.

Por esta razón, es importante que Bikesbro como prestador de servicios turísticos defina su estrategia de comercialización principalmente en canales digitales con el fin de llegar a una

audiencia mucho más amplia. De las personas encuestadas, el 39,7% prefiere realizar las compras de servicios turísticos a través de redes sociales como Instagram o Facebook y el 22,4% prefiere realizar la compra por página web.

En este sentido, se proponen los siguientes canales de comercialización de las rutas turísticas de Bikesbro.

- **Página web:** Es fundamental tener un sitio web que pueda aparecer en las búsquedas de los turistas nacionales e internacionales ya que es la manera más sencilla de llegar a un público con una ubicación geográfica diferente al Putumayo lo cual amplía el mercado potencial para estos productos.
- **Redes sociales:** Las redes como Instagram y Facebook se han vuelto canales no solo de contacto con seguidores y clientes sino también un canal de comercialización que permite tener alta visibilidad y cobertura. Ambas redes permiten segmentar el mercado a través de herramientas ajustables a los objetivos de cada empresa.
- **Whatsapp Business:** Actualmente es un potente canal de comunicación que permite a la vez cerrar ventas directamente con los clientes o usuarios. Según la encuesta un 43,1% de los encuestados estarían dispuestos a comprar a través de *Whatsapp*. Las conversaciones al canal de *Whatsapp* pueden ser dirigidas desde la página web, Facebook e Instagram a través de un botón de “Llamada a la acción”.
- **Punto de venta:** Aunque los canales digitales permiten llegar a un mercado turístico más amplio, sigue siendo importante tener un punto de venta directo con el cliente ubicado en el municipio de Orito, ya que el 63% de los encuestados preferirían realizar la compra del servicio turístico en el Taller Bikesbro.

- **Operadores turísticos de Putumayo:** Es de resaltar que, en el municipio de Mocoa, capital de Putumayo existen diversos operadores turísticos que ofrecen paquetes turísticos en todo el departamento, los cuales ya tienen una importante trayectoria en la industria turística. Para esto se han identificado operadores como Ecoturismo Putumayo la cual trabaja con otros operadores locales y comunitarios. En la encuesta realizada el 5,2% aún estaría interesado en contactar una agencia de viajes para realizar la compra del servicio cicloturístico.

### 3.8 Promoción y publicidad

Tal como se mencionó anteriormente, la visibilidad tanto de prestadores turísticos como de atractivos turísticos de Orito es casi inexistente en las plataformas de búsqueda online. De acuerdo a la Alcaldía de Orito (2020), en *Tripadvisor*, una de las plataformas de viajeros más importantes del mundo, solo se encuentra registrado 1 atractivo turístico y es la Cascada Silvania ubicada en el Centro ecoturístico Corunta.

El estudio de mercado también menciona que solo el 7.3% se ha enterado acerca de Orito por medio de páginas de internet y el 2% por medio de publicidad a pesar de que los principales canales que usan los turistas para buscar información sobre destinos turísticos son Facebook y *Youtube*. (Alcaldía de Orito, 2020, p.37)

De esta manera, es prioritario que la promoción de los servicios turísticos que realice Bikesbro sea en los canales digitales con el fin de aumentar la visibilidad de la empresa y el destino en los principales buscadores, por lo cual se han definido los siguientes.

- **Instagram Ads:** Esta plataforma permite adaptar la publicidad de acuerdo con los

objetivos comerciales de cada empresa, por lo cual se puede ajustar el segmento al cual van dirigidas las campañas, así como el presupuesto que se tenga definido para esto. A través de Instagram se pueden crear los anuncios y mostrarlos al público que más probabilidad tenga de interesarse en el producto que la empresa ofrece. Además, permite hacer seguimiento al rendimiento que tiene cada uno de los anuncios.

Se definirá un presupuesto diario para la campaña publicitaria y los anuncios se publicarán en las siguientes ubicaciones:

- a). *Feed de Instagram.*
- b). *Instagram Stories.*
- c). *Instagram Reels.*
- d). Sección “Explorar” de Instagram.

Además de esto se hará posicionamiento orgánico SEO a través de publicaciones, videos en vivo e historias de cada una de las rutas que se realicen con usuarios reales.

- **Facebook Ads:** Los anuncios de Facebook funcionan de forma muy similar a los de Instagram ya que pueden ser creados desde el Administrador de anuncios de Meta. Se hará una campaña publicitaria que muestre los anuncios en:
  - a). Sección de noticias de Facebook.
  - b). *Feed* de video de Facebook.
  - c). *Facebook marketplace.*
  
- **Google Ads:** Esta herramienta permite aumentar la visibilidad de la empresa en

las búsquedas de Google que realicen las personas que buscan productos iguales o similares a los que ofrece Bikesbro, lo que significa que también permite segmentar el público objetivo de los anuncios.

Al igual que Facebook e Instagram, Google Ads se puede ajustar el presupuesto que se tenga para la campaña publicitaria que se quiera hacer y los pagos solo se hacen por los clics reales que los clientes hagan sobre los anuncios. A través de estos anuncios se puede aumentar el tráfico a la página web de Bikesbro y las llamadas de clientes.

La campaña publicitaria que se realizará en Google Ads estará enfocada en la red de Búsqueda a través de ciertas palabras clave.

- **Youtube:** Se creará un canal de *Youtube* con el fin de dar a conocer las diferentes rutas turísticas que ofrece Bikesbro y de esta manera generar tráfico orgánico hacia la página web.

## **CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO**

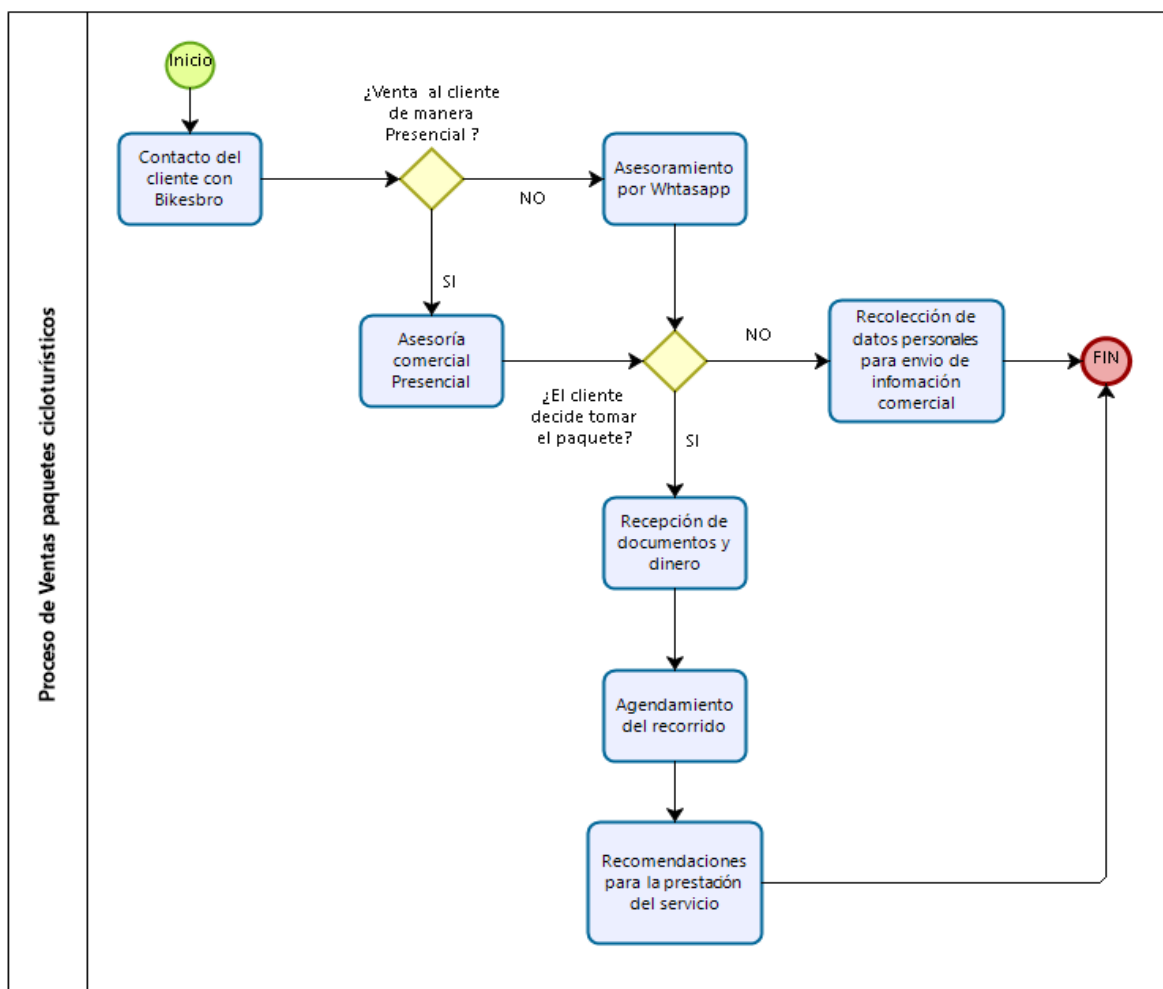
El presente estudio técnico, pretende identificar los factores operativos requeridos en el proyecto, como lo son la capacidad de funcionamiento, maquinaria y equipamiento requeridos, insumos necesarios, tamaño y distribución de la planta y localización del local comercial y la descripción de los procedimientos requeridos para el desarrollo de las actividades de cicloturismo ofertadas.

### **4.1 Procesos de Producción**

A continuación, se describen los dos procesos requeridos para la prestación del servicio desde el primer contacto del cliente, proceso de facturación del servicio, guía y acompañamiento de la ruta, hasta la finalización del recorrido cicloturístico.

Figura 8.

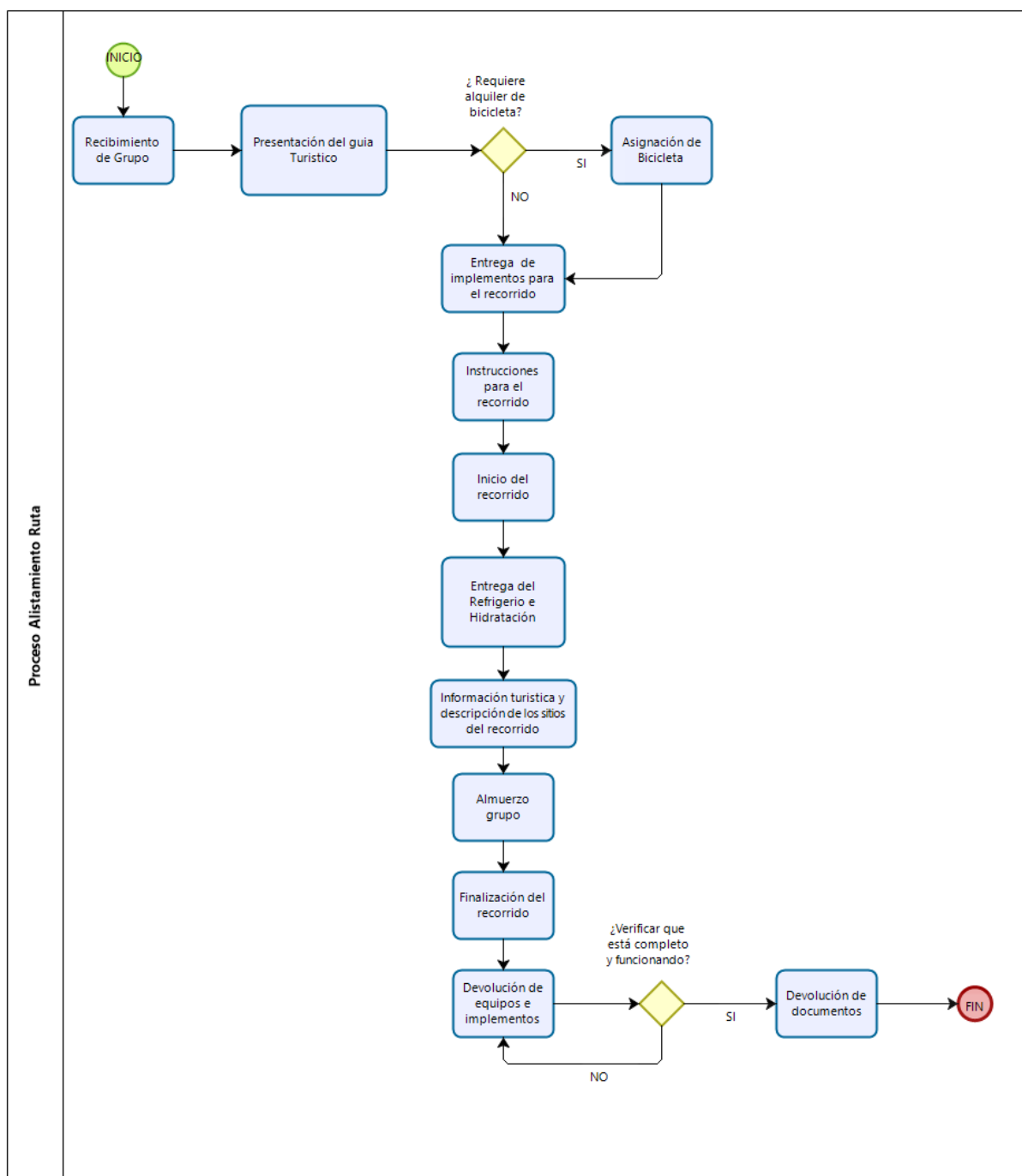
## Flujograma De Proceso De Ventas



Fuente: Elaboración propia

Figura 9.

## Flujograma Proceso De Alistamiento Ruta



Fuente: Elaboración propia



## 4.2 Inversiones en equipamiento

*Tabla 10.*

### *Inversiones En Equipamiento*

Inversión fija	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
<b>Maquinaria y equipos</b>			
Bicicleta Hyena MTB	6	\$2.067.600	\$12.405.600
Bicicletero mecánico	2	\$200.000	\$400.000
Cascos	12	\$44.600	\$535.200
Chalecos reflectivo	12	\$20.000	\$240.000
Dispositivo De Seguimiento Mini Gps Rastreador	6	\$99.900	\$599.400
<b>Total Maquinaria y equipos</b>			<b>\$14.180.200</b>
<b>Muebles y enseres</b>			
Impresora HP	1	\$250.000	\$250.000
Escritorio	2	\$159.000	\$318.000
Silla de escritorio	2	\$179.000	\$358.000
Silla interlocutora	4	\$129.900	\$519.600
Kit DVR Alámbrico 4 Cámaras	1	\$579.000	\$579.000
Cofre caja menor	1	\$115.000	\$115.000
Regleta Led con sensor	1	\$69.900	\$69.900
Track Light 18W Blanco 3000K	6	\$59.900	\$359.400
Licencias Office 365	1	\$219.900	\$219.900
<b>Total Muebles y enseres</b>			<b>\$2.788.800</b>
<b>Total inversión fija</b>			<b>\$16.969.000</b>

Fuente: Elaboración propia

### 4.3 Balance de personal

*Tabla 11.*

#### *Mano De Obra Operativa Y Administrativa*

Mano de obra operativa	Cantidad	Salario	Subsidio transporte	Costo total mensual	Costo total anual	Total año salario	Total año subsidio
Guía cicloturismo	2	\$1.000.000	\$117.172	\$2.234.344	\$26.812.128	\$24.000.000	\$2.812.128
Mecánico de mantenimiento	1	\$1.000.000	\$117.172	\$1.117.172	\$13.406.064	\$12.000.000	\$1.406.064
<b>TOTAL</b>				<b>\$3.351.516</b>	<b>\$40.218.192</b>	<b>\$36.000.000</b>	<b>\$4.218.192</b>

Mano de obra administrativa	Cantidad	Salario	Subsidio transporte	Costo total mensual	Costo total anual	Total año salario	Total año subsidio
Administrador	1	\$1.800.000	\$117.172	\$1.917.172	\$23.006.064	\$21.600.000	\$1.406.064
Asesor Comercial	1	\$1.000.000	\$117.172	\$1.117.172	\$13.406.064	\$12.000.000	\$1.406.064
<b>TOTAL</b>				<b>\$3.034.344</b>	<b>\$36.412.128</b>	<b>\$33.600.000</b>	<b>\$2.812.128</b>

Fuente: Elaboración propia

### 4.4 Balance de materias primas e insumos generales

*Tabla 12.*

#### *Materia Prima E Insumos*

Item	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Pastillas	30	\$8.500	\$255.000
Guayas	30	\$3.500	\$105.000
Lubricantes	12	\$4.000	\$48.000
Souvenirs	30	\$5.000	\$150.000
Gatorade	30	\$4.000	\$120.000
Agua	30	\$2.000	\$60.000
Barra cereal	30	\$2.000	\$60.000
Bocadillo	30	\$500	\$15.000
Electrolito	30	\$5.000	\$150.000
Fruta	30	\$1.500	\$45.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.008.000</b>

Fuente: Elaboración propia

## 4.5 Obras Físicas

*Tabla 13.*

### *Obras Físicas*

<b>Balance de obras físicas</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Pintura del local	Galón	1	\$ 42.000	\$ 42.000
Mano de obra pintura	MO	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Puerta de vidrio y aluminio (2,4 x 2)	Mts	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
Instalación puerta	MO	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Placas de yeso	Und	3	\$ 35.000	\$ 105.000
Plafón Led	Und	4	\$ 36.900	\$ 147.600
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>				<b>\$ 3.494.600</b>

Fuente: Elaboración propia

## 4.6 Tamaño del Proyecto

De acuerdo al análisis del producto a ofrecer se determinó que la capacidad máxima de personas a atender es de 12 personas por grupo y 2 rutas diarias por cada guía por lo cual en un día se pueden hasta 48 personas.

Según la encuesta del estudio de mercado realizado por la alcaldía de Orito, es importante mencionar que la proyección de la cantidad de servicios a ofrecer esta correlacionada con la estacionalidad ya que este tipo de productos depende de las temporadas turísticas en la cual las preferidas para los viajeros con los meses de enero, febrero, marzo, octubre, noviembre y diciembre.

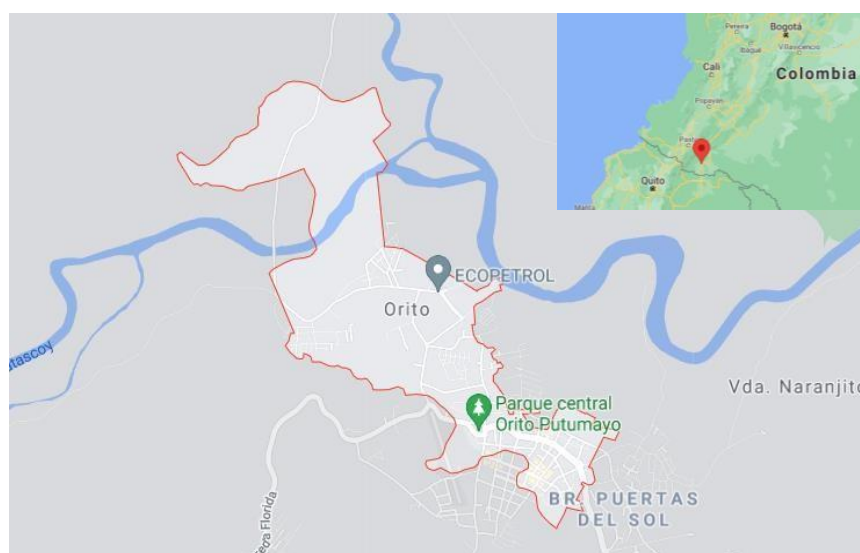
## 4.7 Localización de planta

### 4.7.1 Macrolocalización

Este proyecto se desarrollará en el municipio de Orito, que se encuentra ubicado en el extremo suroccidental del departamento de Putumayo, perteneciente a la región Amazónica colombiana. Se encuentra aproximadamente a 80 km de Mocoa, la capital del departamento de Putumayo, el proyecto busca potencializar el turismo en la región, ya que tiene una gran biodiversidad y riqueza cultural que se puede usar como palanca para el desarrollo del proyecto y alianzas con proveedores de la región.

El municipio está en la zona transicional de la cordillera de los Andes y el inicio de la región Amazónica, lo que brinda una gran riqueza biofísica al territorio, además de particularidades geomorfológicas y geológicas. Goza con la existencia del Santuario de Flora Plantas Medicinales Orito Ingi Ande (SF-PMOIA), una de las siete áreas protegidas del Sistema de Parques Nacionales. (Plan de Desarrollo Turístico Orito 2020-2025, p.10)

**Figura 10. Ubicación de Orito**



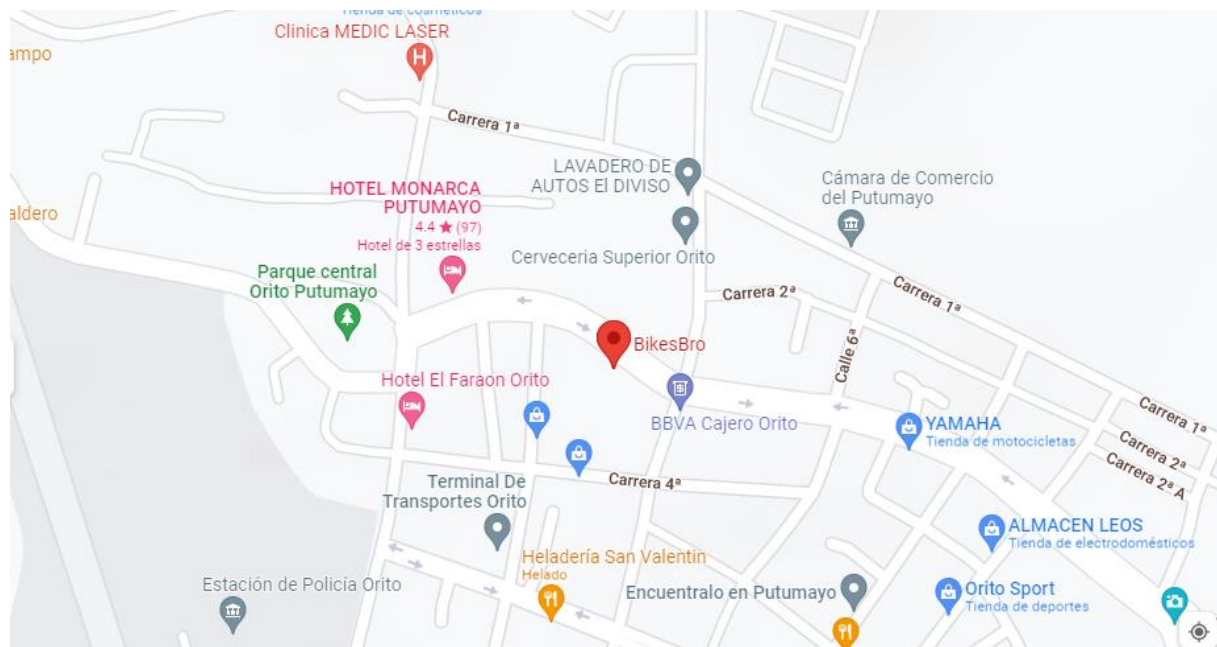
Nota: La figura representa la ubicación geográfica de Orito, Putumayo en Colombia. Fuente: Google Maps

(2022)

### 4.7.2 Micro Localización

El proyecto se ubica en la zona comercial del municipio de Orito, en el barrio Marco Fidel Suarez en la calle 8 N° 11-49.

**Figura 11. Ubicación De Bikesbro**



Fuente: Google Maps (2022).

### 4.8 Distribución de planta

El local comercial de Bikesbro tiene unas medidas de 5 metros de frente por 5 metros de fondo, en su interior cuenta con un baño y un espacio de almacenamiento, el taller técnico mecánico del establecimiento, la recepción y una sala de espera para clientes. Adicionalmente se requieren un televisor, herramientas mecánicas especializadas de bicicletas, puesto de trabajo para el administrador del taller, elementos de oficina y estacionamiento para bicicletas.

*Figura 12. Planos Del Local Bikesbro*



Fuente: Elaboración propia.

Este proyecto se desarrollará en el municipio de Orito, que se encuentra ubicado en el extremo suroccidental del departamento de Putumayo, perteneciente a la región Amazónica colombiana. Se encuentra aproximadamente a 80 km de Mocoa, la capital del departamento de Putumayo.

## CAPÍTULO V: ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

### 5.1 Planeación Organizacional

El taller especializado Bikesbro se constituyó ante la Cámara de Comercio para desarrollar su actividad mercantil bajo la figura de persona natural NIT 1087995609-1 en el año 2021, ya que este tipo de registro permite al fundador de la empresa realizar la constitución de la marca por medio de un proceso ágil y sencillo, con poco trámite documental, se puede crear con el patrimonio del socio y no es obligatorio llevar y mostrar documentos contables ante organismos de administración tributaria.

- **Misión**

Somos una empresa que presta servicios de mantenimiento especializado de bicicletas y servicios de cicloturismo de manera personalizada y profesional en el departamento de Putumayo. Usamos productos de alta calidad para garantizar la satisfacción de todos nuestros clientes.

- **Visión**

En 3 años Bikesbro será una empresa reconocida en el Putumayo por la prestación de servicios de cicloturismo y mantenimiento especializado de bicicletas.

- **Valores**

**Calidad:** Cumplir con procesos que garanticen altos estándares en todos los servicios ofrecidos por la marca.

**Empatía:** Prestar servicios con amabilidad, escuchando al cliente para entender

sus necesidades y brindar soluciones rápidas y eficientes a sus problemas.

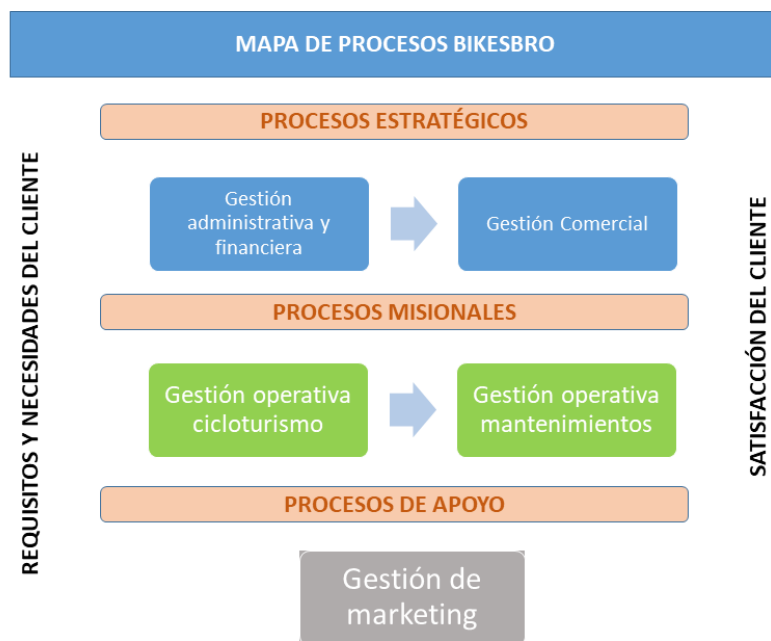
**Confianza:** Generar grandes experiencias con los servicios para formar una relación de largo plazo y lealtad con el cliente.

**Innovación:** Cada colaborador de la compañía debe poner en práctica este valor con el fin de tener una mejora continua en los procesos e impactar en el entorno y nuestro cliente final.

## 5.2 Procesos de la estructura organizacional

Se presenta a continuación el mapa de procesos del proyecto en el cual se definen las interacciones entre los mismos, para garantizar la calidad en el desarrollo de cada uno de los procesos, ya sean estratégicos, misionales o de apoyo los cuales son requeridos para procesar las necesidades de los clientes y entregar un servicio a satisfacción.

**Figura 13. Mapa De Procesos Bikesbro**



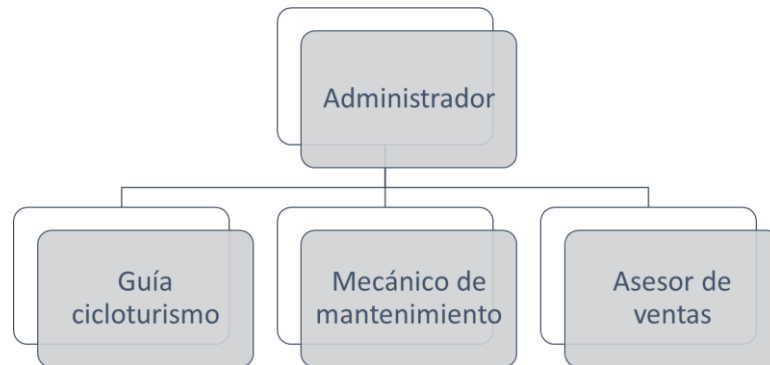
Fuente: Elaboración propia



### 5.3 Estructura organizacional

Distribución de cargos para desarrollo de la estructura organizacional de las operaciones de Bikesbro requeridas para las actividades de mantenimiento y cicloturismo

**Figura 14. Organigrama Bikesbro**



Fuente: Elaboración propia

### 5.4 Perfiles Organizacionales

Con el fin de que cada cargo descrito en el organigrama conozca muy bien las actividades relacionadas con su rol, se detalla por medio de un manual de funciones los perfiles, nivel de estudio, los requerimientos y las funciones básicas asociadas a los mismos.

Ver Anexos:

- Anexo 2. Manual de Funciones Administrador.
- Anexo 3. Manual de Funciones Guía Cicloturismo.
- Anexo 4. Manual de Funciones Mecánico Mantenimiento.
- Anexo 5. Manual de Funciones Asesor de ventas.

## 5.5 Aspectos Legales

Como se mencionó anteriormente la empresa Bikesbro fue constituida para desarrollar su actividad mercantil bajo la figura de persona natural, se realizará la inscripción en el registro nacional de turismo (RNT), como una agencia de viajes operadora con el fin de poder brindar el servicio de cicloturismo en el municipio de Orito - Putumayo.

**Tabla 14.**

### *Normatividad*

<b>Normatividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Evidencia de cumplimiento</b>
Ley 2068 de 2020	Ley General de Turismo que tiene por objeto fomentar la sostenibilidad e implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, así como fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de la industria turística, a través de la creación de incentivos, el fortalecimiento de la calidad y la adopción de medidas para impulsar la transformación y las oportunidades del sector.	Conocimiento de la norma
Ley 2069 de 2020	Tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad.	Conocimiento de la norma
Ley 1811 de 2016	Esta norma pretende incentivar el uso de la bicicleta, la movilidad sostenible, mitigación del impacto ambiental y los deberes y derechos en las vías que tienen las personas que se transportan en bicicleta o a pie, ofreciendo condiciones de seguridad para el usuario.	Conocimiento de la norma
Ley 769 de 2002	Esta normatividad anuncia especificaciones requeridas en las bicicletas que se consideran necesarias para su circulación.	Conocimiento de la norma

Decreto 229 de 2017	Por el cual se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción Registro Nacional de Turismo	
<b>Normatividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Evidencia de cumplimiento</b>
Decreto 1072 de 2015 Art. 16, 21, 22, 34, 63, 64	Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo En el cual se determina que la empresa cuente con la organización y administración del Sistema General de Riesgos (ARL)	Conocimiento de la norma Afiliaciones
Art. 1 al 11, 16, 19	Por el cual se reglamenta la afiliación y las cotizaciones al Sistema General de Riesgos Profesionales. En el cual se determinan las disposiciones para la implementación del Sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo.	Afiliaciones
Art. 2.2.4.6.1 al 2.2.4.6.42.	Definición de los estándares mínimos del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST.	Conocimiento de la norma
Resolución 0312 de 2019		Conocimiento de la norma
Decreto 1074 de 2015	Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, expedido por el Gobierno Nacional y es el producto de la actividad de compilación de reglamentaciones preexistentes del Sector Comercio, Industria y Turismo, en aras de efectuar su organización y actualización según la realidad institucional y al ordenamiento jurídico vigente, Habilita la prestación de los servicios turísticos.	Inscripción en el RNT
Decreto 502 de 1997 Art. 40	Este artículo determina las agencias de viajes operadoras constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a operar planes turísticos	Conocimiento de la norma
Art. 50	En el cual se indican las funciones a desarrollar por las agencias de viajes operadoras.	
Resolución 52 de 2016 Art. 555-2	Consiste en obtener el registro inicial mediante el cual las Personas Naturales, Jurídicas y demás sujetos con obligaciones administradas por la DIAN se incorporan en el RUT.	Formulario formalizado de la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT)

Fuente: Elaboración propia

El anterior marco normativo al que hace referencia esta investigación es importante ya que determina los requerimientos de tipo administrativo, tributario y laboral, que debe cumplir la empresa Bikesbro y los requerimientos técnicos que requiere la implementación de un nuevo servicio turístico, el cual es regulado por las autoridades competentes del sector turismo, las cuales son vitales en caso de que sea viable el desarrollo de la nueva unidad de negocio.

## CAPÍTULO VI: ESTUDIO FINANCIERO

### 6.1 Presupuestos

A continuación, se presentan los presupuestos necesarios para el proyecto.

**Tabla 15.**

***Presupuesto De Inversión Inicial.***

Inversión fija	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
<b>Maquinaria y equipos</b>			
Bicicleta Hyena MTB	6	\$2.067.600	\$12.405.600
Bicicletero mecánico	2	\$200.000	\$400.000
Cascos	12	\$44.600	\$535.200
Chalecos reflectivo	12	\$20.000	\$240.000
Dispositivo De Seguimiento Mini GPS Rastreador	6	\$99.900	\$599.400
<b>Total Maquinaria y equipos</b>			<b>\$14.180.200</b>
<b>Muebles y enseres</b>			
Impresora HP	1	\$250.000	\$250.000
Escritorio	2	\$159.000	\$318.000
Silla de escritorio	2	\$179.000	\$358.000
Silla interlocutora	4	\$129.900	\$519.600
Kit DVR Alámbrico 4 Cámaras	1	\$579.000	\$579.000
Cofre caja menor	1	\$115.000	\$115.000
Regleta Led con sensor	1	\$69.900	\$69.900
Track Light 18W Blanco 3000K	6	\$59.900	\$359.400
Licencias Office 365	1	\$219.900	\$219.900
<b>Total Muebles y enseres</b>			<b>\$2.788.800</b>
<b>Total inversión fija</b>			<b>\$16.969.000</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 16.****Presupuesto Para Adecuación De Instalaciones**

Ítem	Valor
Adecuación de las instalaciones	\$3.494.600
<b>Total</b>	<b>\$3.494.600</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 17.****Presupuesto Para Inversión Inicial En Materia Prima E Insumos (6 meses)**

Ítem	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Pastillas	30	\$8.500	\$255.000
Guayas	30	\$3.500	\$105.000
Lubricantes	12	\$4.000	\$48.000
Souvenirs	30	\$5.000	\$150.000
Gatorade	30	\$4.000	\$120.000
Agua	30	\$2.000	\$60.000
Barra cereal	30	\$2.000	\$60.000
Bocadillo	30	\$500	\$15.000
Electrolito	30	\$5.000	\$150.000
Fruta	30	\$1.500	\$45.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.008.000</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 18.****Presupuesto Para Gastos De Publicidad**

Descripción	Valor
Creación página web	\$ 2.500.000
Dominio	\$ 30.000
Hosting	\$ 85.000
Instagram Ads	\$ 1.451.160
Facebook Ads	\$ 900.000
Google Ads	\$ 1.200.000
<b>Total</b>	<b>\$6.166.160</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19.

**Presupuesto Para Gastos De Mano De Obra Directa Y Administrativa**

<b>Mano de obra directa</b>	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Año 2024</b>	<b>Año 2025</b>	<b>Año 2026</b>
Guía cicloturismo	\$26.812.128	\$28.957.098	\$31.273.666	\$33.775.559	\$36.477.604
Mecánico de mantenimiento	\$13.406.064	\$14.478.549	\$15.636.833	\$16.887.780	\$18.238.802
<b>Total mano de obra directa</b>	<b>\$40.218.192</b>	<b>\$43.435.647</b>	<b>\$46.910.499</b>	<b>\$50.663.339</b>	<b>\$54.716.406</b>

<b>Mano de obra administrativa</b>	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Año 2024</b>	<b>Año 2025</b>	<b>Año 2026</b>
Administrador	\$23.006.064	\$24.846.549	\$26.834.273	\$28.981.015	\$31.299.496
Asesor Comercial	\$13.406.064	\$14.478.549	\$15.636.833	\$16.887.780	\$18.238.802
<b>Total mano de obra administrativa</b>	<b>\$36.412.128</b>	<b>\$39.325.098</b>	<b>\$42.471.106</b>	<b>\$45.868.795</b>	<b>\$49.538.298</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20.

**Presupuesto Para Gastos De Administración**

	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Año 2024</b>	<b>Año 2025</b>	<b>Año 2026</b>
<b>Concepto</b>					
Agua	\$72.000	\$78.912	\$86.488	\$94.790	\$103.890
Energía	\$180.000	\$197.280	\$216.219	\$236.976	\$259.726
Internet	\$960.000	\$1.052.160	\$1.153.167	\$1.263.871	\$1.385.203
Datafono	\$480.000	\$526.080	\$576.584	\$631.936	\$692.602
<b>Gastos Variables</b>	<b>\$1.692.000</b>	<b>\$1.854.432</b>	<b>\$2.032.457</b>	<b>\$2.227.573</b>	<b>\$2.441.420</b>
<b>Gastos fijos</b>					
Industria y comercio	\$3.816.000	\$4.139.024	\$4.489.393	\$4.869.420	\$5.281.616
Facturación electrónica	\$420.000	\$2.132.604	\$2.268.088	\$2.403.931	\$2.548.012
Salarios y prestaciones	\$52.917.746	\$57.151.165	\$61.723.258	\$66.661.119	\$71.994.009
<b>Gastos fijos</b>	<b>\$57.153.746</b>	<b>\$63.422.794</b>	<b>\$68.480.740</b>	<b>\$73.934.471</b>	<b>\$79.823.637</b>
<b>Total gasto de administración</b>	<b>\$58.845.746</b>	<b>\$65.277.226</b>	<b>\$70.513.197</b>	<b>\$76.162.044</b>	<b>\$82.265.057</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21.

**Presupuesto Para CIF Variables**

	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Año 2024</b>	<b>Año 2025</b>	<b>Año 2026</b>
<b>Concepto</b>					
Materia prima	\$67.968.000	\$71.366.400	\$74.934.720	\$78.681.456	\$82.615.529
Agua	\$168.000	\$184.128	\$201.804	\$221.177	\$242.411
Energía	\$420.000	\$460.320	\$504.511	\$552.944	\$606.026
<b>Costos Variables</b>	<b>\$68.556.000</b>	<b>\$72.010.848</b>	<b>\$75.641.035</b>	<b>\$79.455.577</b>	<b>\$83.463.966</b>
<b>CIF Fijos</b>					
Dotación	\$500.000	\$540.000	\$583.200	\$629.856	\$680.244
Arriendo	\$6.000.000	\$6.480.000	\$6.998.400	\$7.558.272	\$8.162.934
Depreciación	\$1.759.640	\$1.759.640	\$1.759.640	\$1.759.640	\$1.759.640
<b>Costos Fijos</b>	<b>\$8.259.640</b>	<b>\$8.779.640</b>	<b>\$9.341.240</b>	<b>\$9.947.768</b>	<b>\$10.602.818</b>
<b>Total Costos</b>	<b>\$76.815.640</b>	<b>\$80.790.488</b>	<b>\$84.982.275</b>	<b>\$89.403.345</b>	<b>\$94.066.784</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22.

**Presupuesto De Materia Prima**

<b>Tipo de servicio</b>	<b>Costo unitario de cada servicio</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>	<b>AÑO 2025</b>	<b>AÑO 2026</b>
		<b>Valor</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>
Ruta Corunta completa	\$19.500	\$10.179.000	\$10.687.950	\$11.222.348	\$11.783.465	\$12.372.638
Ruta Corunta sin bicicleta	\$19.500	\$6.435.000	\$6.756.750	\$7.094.588	\$7.449.317	\$7.821.783
Ruta Naturaleza y cacao completa	\$19.500	\$6.435.000	\$6.756.750	\$7.094.588	\$7.449.317	\$7.821.783
Ruta Naturaleza y cacao sin bicicleta	\$19.500	\$6.435.000	\$6.756.750	\$7.094.588	\$7.449.317	\$7.821.783
Ruta Kofan completa	\$28.000	\$3.304.000	\$3.469.200	\$3.642.660	\$3.824.793	\$4.016.033
Ruta Kofan sin bicicleta	\$28.000	\$2.800.000	\$2.940.000	\$3.087.000	\$3.241.350	\$3.403.418
Ruta Maiju completa	\$19.500	\$6.435.000	\$6.756.750	\$7.094.588	\$7.449.317	\$7.821.783
Ruta Maiju sin bicicleta	\$19.500	\$6.435.000	\$6.756.750	\$7.094.588	\$7.449.317	\$7.821.783
<b>Total costo materia prima anual</b>		<b>\$ 48.458.000</b>	<b>\$ 50.880.900</b>	<b>\$ 53.424.945</b>	<b>\$ 56.096.192</b>	<b>\$ 58.901.002</b>

Fuente: Elaboración propia



**Tabla 23.****Presupuesto De Ventas**

Servicio	Precio de venta unitario	Ventas Año 2022(Pesos)	Ventas Año 2023 (Pesos)	Ventas Año 2024 (Pesos)	Ventas Año 2025(Pesos)	Ventas Año 2026 (Pesos)
Ruta Corunta completa	\$120.000	\$62.640.000	\$67.942.476	\$73.693.807	\$79.931.987	\$86.698.230
Ruta Corunta sin bicicleta	\$100.000	\$33.000.000	\$35.793.450	\$38.823.366	\$42.109.763	\$45.674.355
Ruta Naturaleza y cacao completa	\$105.000	\$34.650.000	\$37.583.123	\$40.764.534	\$44.215.252	\$47.958.073
Ruta Naturaleza y cacao sin bicicleta	\$85.000	\$28.050.000	\$30.424.433	\$32.999.861	\$35.793.299	\$38.823.202
Ruta Kofan completa	\$170.000	\$20.060.000	\$21.758.079	\$23.599.900	\$25.597.632	\$27.764.472
Ruta Kofan sin bicicleta	\$150.000	\$15.000.000	\$16.269.750	\$17.646.984	\$19.140.802	\$20.761.070
Ruta Maiju completa	\$130.000	\$42.900.000	\$46.531.485	\$50.470.375	\$54.742.692	\$59.376.661
Ruta Maiju sin bicicleta	\$110.000	\$36.300.000	\$39.372.795	\$42.705.702	\$46.320.740	\$50.241.790
<b>Total proyección anual</b>		<b>\$272.600.000</b>	<b>\$295.675.590</b>	<b>\$320.704.529</b>	<b>\$347.852.167</b>	<b>\$377.297.853</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 24.****Fuentes De Financiación**

<b>FUENTES DE FINANCIACIÓN</b>		
<b>Total inversión</b>	<b>\$23.471.600</b>	
<b>Recursos</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
Propios	10%	\$2.347.160
Financiados	90%	\$21.124.440
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>\$23.471.600</b>

Fuente: Elaboración propia

La simulación del crédito se hizo por un valor de \$21.124.440 teniendo en cuenta una tasa efectiva mensual del 0,8% en un período de 36 meses por tratarse de una Pyme.

Tabla 25.

**Presupuesto Simulador De Amortización**

Período Anual	Cuota	Intereses	Tabla de	Intereses más capital
			pagos Saldo	
0			\$21.124.440	
1	\$586.790	\$168.996	\$20.537.650	\$755.786
2	\$586.790	\$164.301	\$19.950.860	\$751.091
3	\$586.790	\$159.607	\$19.364.070	\$746.397
4	\$586.790	\$154.913	\$18.777.280	\$741.703
5	\$586.790	\$150.218	\$18.190.490	\$737.008
6	\$586.790	\$145.524	\$17.603.700	\$732.314
7	\$586.790	\$140.830	\$17.016.910	\$727.620
8	\$586.790	\$136.135	\$16.430.120	\$722.925
9	\$586.790	\$131.441	\$15.843.330	\$718.231
10	\$586.790	\$126.747	\$15.256.540	\$713.537
11	\$586.790	\$122.052	\$14.669.750	\$708.842
12	\$586.790	\$117.358	\$14.082.960	\$704.148
13	\$586.790	\$112.664	\$13.496.170	\$699.454
14	\$586.790	\$107.969	\$12.909.380	\$694.759
15	\$586.790	\$103.275	\$12.322.590	\$690.065
16	\$586.790	\$98.581	\$11.735.800	\$685.371
17	\$586.790	\$93.886	\$11.149.010	\$680.676
18	\$586.790	\$89.192	\$10.562.220	\$675.982
19	\$586.790	\$84.498	\$9.975.430	\$671.288
20	\$586.790	\$79.803	\$9.388.640	\$666.593
21	\$586.790	\$75.109	\$8.801.850	\$661.899
22	\$586.790	\$70.415	\$8.215.060	\$657.205
23	\$586.790	\$65.720	\$7.628.270	\$652.510
24	\$586.790	\$61.026	\$7.041.480	\$647.816
25	\$586.790	\$56.332	\$6.454.690	\$643.122
26	\$586.790	\$51.638	\$5.867.900	\$638.428
27	\$586.790	\$46.943	\$5.281.110	\$633.733
28	\$586.790	\$42.249	\$4.694.320	\$629.039
29	\$586.790	\$37.555	\$4.107.530	\$624.345
30	\$586.790	\$32.860	\$3.520.740	\$619.650
31	\$586.790	\$28.166	\$2.933.950	\$614.956
32	\$586.790	\$23.472	\$2.347.160	\$610.262
33	\$586.790	\$18.777	\$1.760.370	\$605.567
34	\$586.790	\$14.083	\$1.173.580	\$600.873
35	\$586.790	\$9.389	\$586.790	\$596.179
36	\$586.790	\$4.694	\$0	\$591.484
	<b>\$21.124.440</b>	<b>\$3.126.417</b>	<b>\$369.677.700</b>	<b>\$24.250.857</b>

Fuente: Elaboración propia

## 6.2 Punto de equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio del proyecto, se simularon tres escenarios probables:

- Escenario Probable: que corresponde al escenario con la demanda de servicios calculada a partir del estudio de mercado.
- Escenario Optimista: que corresponde al escenario con la demanda de servicios aumentada en un 20% sobre la calculada a partir del estudio de mercado.
- Escenario Pesimista: que corresponde al escenario con la demanda de servicios disminuida en un 50% sobre la calculada a partir del estudio de mercado.

Para determinar el punto de equilibrio del proyecto, se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{Ventas en el punto de equilibrio} = \frac{\text{costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}} * 1$$

### *Punto equilibrio - escenario probable:*

Los datos que se utilizaron en esta fórmula fueron:

<b>COSTOS MIXTOS</b>		\$173.510.484
Mano de obra operativa	\$58.449.098	
CIF	\$57.305.640	
Gastos administración y venta	\$57.755.746	
<b>COSTOS VARIABLES</b>		\$48.458.000
Costo Materia Prima	\$48.458.000	
Insumos		
<b>VENTAS</b>		\$272.600.000

Y, al aplicar la fórmula anterior, se obtuvo:

$$\begin{array}{r} \text{PE} = \quad \$173.510.484 * \frac{1}{1} \\ - \quad \frac{\$48.458.000}{\$272.600.000} \end{array}$$

$$\begin{array}{r} \text{PE} = \quad \$173.510.484 * \frac{1}{1} \\ - \quad 0,177762289 \end{array}$$

$$\begin{array}{r} \text{PE} = \quad \$173.510.484 * \frac{1}{0,822237711} \end{array}$$

$$\text{PE} = \quad \$173.510.484 * 1,216193306$$

$$\text{PE} = \quad \mathbf{\$211.022.289}$$

La interpretación de este resultado es, que para que el proyecto sea factible, se deben vender servicios por un valor de \$211.022.289 en el primer año en que se ponga en funcionamiento, y así se podrá obtener un punto de equilibrio. Al momento de aplicar la fórmula, se identificó que se tiene estimado vender \$272.600.000 en servicios turísticos, evidenciando con esto, que el punto de equilibrio se podrá lograr y además se van a obtener utilidades en el primer año de operación del proyecto.

**Punto equilibrio - escenario optimista:**

Los datos que se utilizaron en esta fórmula fueron:

<b>COSTOS MIXTOS</b>		\$183.747.284
Mano de obra operativa	\$58.449.098	
CIF	\$66.997.240	
Gastos administración y venta	\$58.300.946	
<b>COSTOS VARIABLES</b>		\$58.149.600
Costo Materia Prima	\$58.149.600	
Insumos		
<b>VENTAS</b>		\$327.120.000

Y, al aplicar la fórmula anterior, se obtuvo:

$$PE = \frac{\$183.747.284 * 1}{1 - \frac{\$58.149.600}{\$327.120.000}}$$

$$PE = \frac{\$183.747.284 * 1}{1 - 0,177762289}$$

$$PE = \frac{\$183.747.284 * 1}{0,822237711}$$

$$PE = \$183.747.284 * 1,216193306$$

$$\mathbf{PE = \$223.472.217}$$

La interpretación de este resultado en este escenario optimista es, que para que el proyecto sea viable, se deben vender servicios por un valor de \$223.472.217 en el primer año en que se ponga en funcionamiento, y así se podrá obtener un punto de equilibrio. Al momento de aplicar la fórmula, se identificó que se tiene estimado vender \$327.120.000 servicios, evidenciando con esto, que el punto de equilibrio se podrá lograr y además se van a obtener utilidades en el primer año de operación del proyecto.

**Punto equilibrio - escenario pesimista:**

Los datos que se utilizaron en esta fórmula fueron:

<b>COSTOS MIXTOS</b>		\$147.918.484
Mano de obra operativa	\$58.449.098	
CIF	\$33.076.640	
Gastos administración y venta	\$56.392.746	
<b>COSTOS VARIABLES</b>		\$24.229.000
Costo Materia Prima	\$24.229.000	
Insumos		
<b>VENTAS</b>		\$136.300.000

Y, al aplicar la fórmula anterior, se obtuvo:

$$PE = \quad \$147.918.484 * \frac{1}{1 - \frac{\$24.229.000}{\$136.300.000}}$$

$$PE = \quad \$147.918.484 * \frac{1}{1 - 0,177762289}$$

$$PE = \quad \$147.918.484 * \frac{1}{0,822237711}$$

$$PE = \quad \$147.918.484 * 1,216193306$$

$$\mathbf{PE = \$179.897.470}$$

La interpretación de este resultado en este escenario pesimista es, que para que el proyecto sea factible, se deben vender servicios por un valor de \$179.897.470 en el primer año en que se ponga en funcionamiento, y así se podrá obtener un punto de equilibrio. Al momento de aplicar la fórmula, se identificó que se tiene estimado vender \$136.300.000 servicios, evidenciando con esto, que el punto de equilibrio no se podrá lograr y no se van a obtener utilidades en el primer año de operación del proyecto.

### 6.3 Estados financieros

Los estados financieros analizados para el proyecto fueron el balance general, el estado de resultados y el flujo de caja, como se muestra a continuación:

**Tabla 26.**

#### **Balance General**

<b>Activos</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>	<b>AÑO 2025</b>	<b>AÑO 2026</b>
Caja	\$336.514	\$353.340	\$371.007	\$389.557	\$409.035
Cuentas por cobrar	\$11.358.333	\$12.319.816	\$13.362.689	\$14.493.840	\$15.720.744
Inv. Final de Materias primas	\$2.061.083	\$2.205.916	\$2.317.953	\$2.433.923	\$2.555.622
Inv. Final de Productos en proceso	\$6.798.319	\$7.256.920	\$7.706.685	\$8.184.472	\$8.693.788
Inv. Final de Productos Terminados	\$6.515.056	\$7.509.272	\$8.000.831	\$8.497.932	\$9.026.647
Inversión Temporal	\$22.083.357	\$12.373.818	\$14.790.446	\$18.800.438	\$24.105.978
<b>SUBTOTAL ACTIVOS CORRIENTES (1)</b>	<b>\$49.152.663</b>	<b>\$42.019.082</b>	<b>\$46.549.610</b>	<b>\$52.800.163</b>	<b>\$60.511.813</b>
Muebles y enseres	\$15.649.500	\$15.649.500	\$15.649.500	\$15.649.500	\$15.649.500
- Depreciación acumulada de equipos	\$1.759.640	\$1.759.640	\$1.759.640	\$1.759.640	\$1.759.640
Gastos financieros	\$2.994.976	\$2.919.867	\$2.863.535	\$2.788.426	\$2.619.431
<b>SUBTOTAL ACTIVOS FIJOS (2)</b>	<b>\$16.884.836</b>	<b>\$16.809.727</b>	<b>\$16.753.395</b>	<b>\$16.678.286</b>	<b>\$16.509.291</b>
Otros Activos					
Activos Diferidos	\$3.494.600	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>SUBTOTAL ACTIVOS DIFERIDOS (3)</b>	<b>\$3.494.600</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<b>TOTAL ACTIVOS (1) + (2) + (3)</b>	<b>\$69.532.099</b>	<b>\$58.828.809</b>	<b>\$63.303.005</b>	<b>\$69.478.449</b>	<b>\$77.021.104</b>
<b>PASIVOS</b>					
Proveedores (Cuentas por pagar)	\$4.038.167	\$4.240.075	\$4.452.079	\$4.674.683	\$4.908.417
Impuestos	\$5.138.431	\$1.909.261	\$4.358.025	\$7.397.778	\$10.872.433
Prestaciones Por Pagar	\$7.149.609	\$7.721.578	\$8.339.304	\$9.006.448	\$9.726.964
Intereses Por Pagar	\$2.478.601	\$1.905.894	\$1.408.296	\$985.807	\$713.537
<b>SUBTOTAL (1)</b>	<b>\$18.804.808</b>	<b>\$15.776.808</b>	<b>\$18.557.704</b>	<b>\$22.064.716</b>	<b>\$26.221.350</b>

Obligaciones Largo Plazo	\$18.777.280	\$16.430.120	\$14.082.960	\$11.735.800	\$9.388.640
<b>TOTAL PASIVOS (2)</b>	<b>\$37.582.088</b>	<b>\$32.206.928</b>	<b>\$32.640.664</b>	<b>\$33.800.516</b>	<b>\$35.609.990</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Suscrito y Pagado	\$23.471.600	\$23.471.600	\$23.471.600	\$23.471.600	\$23.471.600
Reserva Legal (10%)	\$770.765	\$286.389	\$653.704	\$1.109.667	\$1.630.865
Ganancia en el Ejercicio	\$7.707.647	\$2.863.892	\$6.537.038	\$11.096.667	\$16.308.649
<b>TOTAL PATRIMONIO (3)</b>	<b>\$31.950.011</b>	<b>\$26.621.881</b>	<b>\$30.662.341</b>	<b>\$35.677.933</b>	<b>\$41.411.114</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$69.532.099</b>	<b>\$58.828.809</b>	<b>\$63.303.005</b>	<b>\$69.478.449</b>	<b>\$77.021.104</b>

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 27.*

*Estado De Resultados*

	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Año 2024</b>	<b>Año 2025</b>	<b>Año 2026</b>
<b>Ventas</b>	<b>\$272.600.000</b>	<b>\$295.675.590</b>	<b>\$320.704.529</b>	<b>\$347.852.167</b>	<b>\$377.297.853</b>
<b>Ventas Netas</b>	<b>\$272.600.000</b>	<b>\$295.675.590</b>	<b>\$320.704.529</b>	<b>\$347.852.167</b>	<b>\$377.297.853</b>
- Costo de ventas	\$149.846.280	\$172.713.264	\$184.019.113	\$195.452.445	\$207.612.882
- Gasto de administración	\$57.755.746	\$63.689.486	\$68.802.952	\$74.321.739	\$80.284.536
- Gasto de ventas	\$48.458.000	\$50.880.900	\$53.424.945	\$56.096.192	\$58.901.002
- Gastos financieros	\$2.994.976	\$2.919.867	\$2.863.535	\$2.788.426	\$2.619.431
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$13.544.998</b>	<b>\$5.472.073</b>	<b>\$11.593.983</b>	<b>\$19.193.365</b>	<b>\$27.880.002</b>
- Gastos diferidos	\$698.920	\$698.920	\$698.920	\$698.920	\$698.920
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	<b>\$12.846.078</b>	<b>\$4.773.153</b>	<b>\$10.895.063</b>	<b>\$18.494.445</b>	<b>\$27.181.082</b>
- Provisión impuestos (30%)	\$5.138.431	\$1.909.261	\$4.358.025	\$7.397.778	\$10.872.433
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$7.707.647</b>	<b>\$2.863.892</b>	<b>\$6.537.038</b>	<b>\$11.096.667</b>	<b>\$16.308.649</b>

Fuente: Elaboración propia



Tabla 28.

## Flujo de caja

Detalle	Año 0	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Inversión fija	\$16.969.000					
Inversión nominal	\$3.494.600					
Inversión capital trabajo	\$3.008.000					
Inversiones temporales						
<b>Subtotal (1)</b>	<b>\$23.471.600</b>	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Costo de producción y gastos		\$149.846.280	\$172.713.264	\$184.019.113	\$195.452.445	\$207.612.882
Gasto de Venta		\$48.458.000	\$50.880.900	\$53.424.945	\$56.096.192	\$58.901.002
Gastos de Administración		\$57.755.746	\$63.689.486	\$68.802.952	\$74.321.739	\$80.284.536
Depreciación de Activos		\$1.759.640	\$1.759.640	\$1.759.640	\$1.759.640	\$1.759.640
Amortización Gastos Diferidos		\$698.920	\$698.920	\$698.920	\$698.920	\$698.920
Gastos Financieros		\$2.994.976	\$2.919.867	\$2.863.535	\$2.788.426	\$2.619.431
<b>Subtotal (2)</b>		<b>\$261.513.562</b>	<b>\$292.662.077</b>	<b>\$311.569.106</b>	<b>\$331.117.363</b>	<b>\$351.876.411</b>
<b>Beneficios (3)</b>		<b>\$272.600.000</b>	<b>\$295.675.590</b>	<b>\$320.704.529</b>	<b>\$347.852.167</b>	<b>\$377.297.853</b>
<b>Flujo de caja operativo (3) - ((2) + (1))</b>		<b>\$11.086.438</b>	<b>\$3.013.513</b>	<b>\$9.135.423</b>	<b>\$16.734.805</b>	<b>\$25.421.442</b>
Menos impuestos		\$5.138.431	\$1.909.261	\$4.358.025	\$7.397.778	\$10.872.433
Más amortización diferida		\$698.920	\$698.920	\$698.920	\$698.920	\$698.920
Más depreciación		\$1.759.640	\$1.759.640	\$1.759.640	\$1.759.640	\$1.759.640
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>		<b>\$8.406.567</b>	<b>\$3.562.812</b>	<b>\$7.235.958</b>	<b>\$11.795.587</b>	<b>\$17.007.569</b>

Fuente: Elaboración propia

## 6.4 Evaluación financiera

El proyecto de inversión fue evaluado mediante las técnicas del Valor Presente Neto (V.P.N.), la Relación Costo/Beneficio, la Tasa Interna de Rendimiento (T.I.R), y el Periodo de Recuperación de la Inversión (P.R.I), como se muestra a continuación:

### Valor Presente Neto (VPN)

Esta técnica del Valor Presente Neto, es uno de los métodos que más se utiliza para la evaluación de los proyectos en el largo plazo; para su cálculo se utiliza la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), que corresponde a la tasa con la cual el inversionista podrá dar rendimiento de su dinero en inversiones de otro tipo, y que si se llegara a presentar una inversión por debajo de esta tasa no se llevaría a cabo.

Para el cálculo de la TIO, se utilizaron dos variables que fueron el riesgo y la inflación, para aplicar la siguiente fórmula:

$$TIO = i + r + ir$$

Dónde:

$i =$ Inflación	$r =$ Riesgo
-----------------	--------------

La inflación al cierre de 2021 fue de 5,62%.

El riesgo mínimo tomado fue del 10%, por ser una empresa ubicada en el tercer sector de la economía que presta servicios.

Al reemplazar en la fórmula se obtuvo que:

	i=inflación	r=riesgo
TIO=	0,0562	0,1
TIO=	0,16182	*100%
TIO=	16,18%	

La TIO obtenida para la evaluación del proyecto fue de 16,18%; con la cual se evalúa el proyecto financieramente, utilizando la siguiente fórmula para el VPN:

$$VP = \frac{VF}{(1+i)^n}$$

F = Valor futuro de los ingresos

P = Valor presente, es decir en el periodo cero

i = Tasa de interés de oportunidad

n = Número de periodos transcurridos a partir de cero

Al reemplazar los valores en la fórmula, se obtuvo:

$$VPN = \$23.471.600 \frac{\$8.406.567}{1,1618} \frac{\$3.562.812}{1,3006} \frac{\$7.235.958}{1,637272} \frac{\$11.795.587}{1,718726506} \frac{\$17.007.569}{1,967924663}$$

$$VPN = \$23.471.600 \ \$7.235.812 \ \$2.739.360 \ \$4.419.521 \ \$6.862.981 \ \$8.642.388$$

$$VPN = \$23.471.600 \ \$29.900.062$$

$$VPN = \mathbf{\$6.428.462}$$

La interpretación de este resultado muestra que el proyecto es atractivo financieramente, siendo recomendable su ejecución, ya que el dinero invertido tendrá una rentabilidad mayor a la

tasa de oportunidad que se empleó, y que se obtendrá una utilidad adicional al valor presente neto en comparación otras inversiones.

### Relación Costo / Beneficio (C/B):

Para calcular esta relación se utilizó la siguiente fórmula:

$$R^{B/C} = \frac{\sum VPN \text{ Ing.}}{\sum VPN \text{ Egr.}}$$

Al reemplazar los datos en la fórmula, se obtuvo:

$$R^{B/C} = \frac{\$29.900.062}{\$23.471.600}$$

$$R^{B/C} = 1,27$$

El resultado obtenido, arrojo que la relación costo beneficio del proyecto es mayor a uno (1), siendo muy atractiva su ejecución.

### Tasa Interna de Retorno (TIR)

Al calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR), se obtuvo:

**Tabla 29.**

#### *Tasa Interna De Retorno (TIR)*

Concepto	Costo inicial	Ingresos Año 1	Ingresos Año 2	Ingresos Año 3	Ingresos Año 4	Ingresos Año 5
Ingresos	-\$23.471.600	\$8.406.567	\$3.562.812	\$7.235.958	\$11.795.587	\$17.007.569

---

Tasa Interna de Retorno (TIR) 24%

---

Fuente: Elaboración propia

El resultado obtenido de la TIR fue de 24%, siendo este porcentaje superior a la tasa de oportunidad, concluyendo una vez más que el proyecto es viable financieramente, y es recomendable su ejecución.

### **Período de Recuperación de la Inversión (PRI)**

Este periodo de recuperación corresponde a un indicador que permite analizar el periodo de tiempo en el cual se recuperará la totalidad de la inversión al valor presente, utilizando la siguiente fórmula:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión

b = Inversión inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión

Al tomar la información obtenida del Flujo de Caja, se tiene:

**Tabla 30.****Flujo De Efectivo Acumulativo**

AÑO	Flujo de Efectivo a VP	Flujos de Efectivo Acumulativos
0	\$23.471.600	
1	\$8.406.567	\$8.406.567
2	\$3.562.812	\$11.969.379
3	\$7.235.958	\$19.205.336
4	\$11.795.587	\$31.000.923
5	\$17.007.569	\$48.008.492

Fuente: Elaboración propia

Al utilizar esta información, se obtienen los siguientes datos:

Con esta información obtenemos los datos, así:

$$a = 1$$

$$b = \$23.471.600$$

$$c = \$8.406.567$$

$$d = \$3.562.812$$

Y Reemplazando los valores en la fórmula, tenemos el PRI:

$$PRI = 1 + \frac{(23.471.600 - 8.406.567)}{3.562.812}$$

$$PRI = 5,22 \text{ años}$$

Queriendo decir con este resultado, que la inversión será recuperada a los cinco años de iniciar la ejecución del proyecto; siendo este resultado muy favorable para la inversión.

## CONCLUSIONES

- Actualmente existe un Plan de Desarrollo Turístico para el municipio de Orito lo cual demuestra un interés gubernamental por posicionar al turismo como un sector principal de la economía, por lo cual se presenta una oportunidad para las empresas como Bikesbro que quieren incursionar como nuevos prestadores de servicios turísticos.
- Aunque el municipio de Orito cuenta con una gran diversidad de recursos turísticos naturales y culturales que lo pueden posicionar como un importante destino turístico de naturaleza, aún es un destino poco competitivo dado el bajo nivel de desarrollo empresarial de este sector.
- La encuesta realizada en la investigación permitió identificar un interés potencial de los diferentes clubes de ciclistas del municipio en realizar ciclismo no solo como una actividad deportiva sino también turística con el fin de conocer los diferentes atractivos turísticos presentes en el municipio.
- El estudio de mercado permitió perfilar el cliente potencial de Bikesbro para su nueva unidad de negocio, que entre sus características destaca que la gran mayoría son usuarios nivel novato e intermedio, quienes estarían interesados en realizar rutas con duración de un día en compañía amigos y/o familiares.
- La empresa Bikesbro deberá concentrar sus esfuerzos en realizar una campaña de promoción que logre posicionar a Orito como destino de cicloturismo en el que los clientes pueden disfrutar de la gran biodiversidad de este territorio.
- De acuerdo a la evaluación financiera realizada el desarrollo de esta nueva unidad de negocio es viable dado que los diferentes indicadores financieros como la TIR, VPN y

Costo/beneficio recomiendan la ejecución del proyecto.

- Las grandes empresas presentes en el municipio de Orito como Ecopetrol y Gran Tierra Energy se encuentran interesadas en apoyar iniciativas empresariales sostenibles enfocadas en turismo, a las cuales les proveen financiación y recursos de asistencia técnica, lo cual amplía las oportunidades para Bikesbro de conseguir fuentes de financiación.



## RECOMENDACIONES

- Previo a la puesta en marcha del proyecto se pueda realizar una identificación y gestión de riesgos de este, teniendo presente que en los proyectos el riesgo siempre se encuentra latente, por lo cual es de vital importancia poder realizar un análisis de estos tanto interno como externo para gestionar a través de un plan de mitigación riesgos que puedan afectar el alcance, costo, calidad y el cronograma del proyecto, con el fin de evitar los eventos que podrían llegar a afectar la implementación del proyecto negativamente.
- Generar una red de aliados con los otros prestadores de servicios turísticos de la región, lo cual puede ayudar a complementar la oferta de valor de Bikesbro, ya que hay una variedad de servicios con gran atractivo en la gastronomía de la región y exposición de la riqueza en la agricultura de los cultivos regionales que son atractivos para los turistas y se pueden aportar al desarrollo empresarial de esa red de aliados, ofreciendo a los clientes otros productos propios o de aliados incentivando las ventas cruzadas, con el fin de concentrarse en mejorar la experiencia turística esperada.
- Con el fin de ofrecer siempre la mejor atención y estar en constante mejora continua, implementar una encuesta de satisfacción al cliente para llevar un registro de cada servicio prestado y consolidar los aciertos y desaciertos de este, además de las recomendaciones brindadas por los clientes para mejorar la experiencia de los futuros tours de cicloturismo o servicios de mantenimiento brindados por Bikesbro.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Administración Municipal de Orito 2020-2023. (2020). Plan de Desarrollo Turístico de Orito (2020-2025).  
[https://oritopotumayo.micolombiadigital.gov.co/sites/oritopotumayo/content/files/000793/39649\\_1-plan-de-desarrollo-turistico-2020-2025-diagramado.pdf](https://oritopotumayo.micolombiadigital.gov.co/sites/oritopotumayo/content/files/000793/39649_1-plan-de-desarrollo-turistico-2020-2025-diagramado.pdf)
- Arboleda, G. (2013). Proyectos Identificación, formulación, evaluación y gerencia. (2ª Ed.). Alfaomega. <https://www.alphaeditorialcloud.com/reader/proyectos-identificacion-formulacion-evaluacion-y-gerencia?location=97>
- Beltrán et al. (2014). Definición de un plan de mantenimiento preventivo para los equipos clasificados como críticos e identificación de las fallas mecánicas de mayor impacto en la planta de producción de Itacol S.A barranquilla. (Trabajo de Pregrado). Universidad de la Costa.  
<https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/4857/DEFINICI%C3%93N%20DE%20UN%20PLAN%20DE%20MANTENIMIENTO%20PREVENTIVO%20PARA%20LOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Burbano, E. (2014). Geografía económica de la región del Bajo Putumayo. Economía & Región, 8(1), 165-205. <https://revistas.utb.edu.co/index.php/economiayregion/article/view/66>
- Booking.com (2022). Predicciones de viaje 2022.  
<https://www.booking.com/c/trends/travelpredictions2022.html>

Cámara de Comercio de Medellín. Inscripción, modificación y cancelación del Registro

Nacional de Turismo –RNT. [https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/servicios-registrales/registro-nacional-turismo/Guias/FormatoPDFGuia-38\\_2018.pdf](https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/servicios-registrales/registro-nacional-turismo/Guias/FormatoPDFGuia-38_2018.pdf)

Camero et al. (2021). Recursos turísticos, territorio y sociedad en Extremadura: catalogación, nuevos usos y perspectivas.

<https://dehesa.unex.es/flexpaper/template.html?path=https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/11954/2/978-84-09-25215-2.pdf#page=4>

Castaño, A.M., y Arbeláez, N. (2018). Estudio de Viabilidad de un modelo de negocio que diseña, terceriza la producción y comercializa accesorios para mujeres ciclistas. (Trabajo de grado Maestría). Universidad EAFIT.

[https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12526/Natalia\\_ArbelaezJaramillo\\_AnaMaria\\_CastanoHenao\\_2018.pdf;jsessionid=A17965A86098C369B9D18CB17698FBD3?s](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12526/Natalia_ArbelaezJaramillo_AnaMaria_CastanoHenao_2018.pdf;jsessionid=A17965A86098C369B9D18CB17698FBD3?s)

<https://core.ac.uk/download/pdf/47252926.pdf>

Cicloviajeros. Tours Cicloviajeros – Cicloturismo. <https://cicloviajeros.co/tours/>

Colombia en Bicicleta. (2022). Travesías en bicicleta.

<https://www.colombiaenbicicleta.com/eventosNAL.php?id=324>

Comisión Regional de Competitividad (2016). Actualización Plan Regional de Competitividad de Putumayo 2016.

Concejo Municipal de Orito (2020). Plan de Desarrollo del Municipio de Orito-Putumayo 2020-2023.

Congreso de Colombia (2020). Ley 2068 de 2020.

[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_2068\\_2020.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2068_2020.html)

Congreso de Colombia (2020). Ley 2069 de 2020.

<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202069%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf>

Congreso de Colombia (2016). Ley 1811 de 2016. [http://www.suin-](http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30027024)

[juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30027024](http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30027024)

Congreso de Colombia (2002). Ley 769 de 2002.

[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0769\\_2002.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0769_2002.html)

Crudo Transparente (2019). Influencia de la actividad petrolera en el Putumayo 2016-2019.

[https://crudotransparente.com/2019/09/18/en-torno-a-la-actividad-petrolera-en-el-](https://crudotransparente.com/2019/09/18/en-torno-a-la-actividad-petrolera-en-el-putumayo-)  
[putumayo-](https://crudotransparente.com/2019/09/18/en-torno-a-la-actividad-petrolera-en-el-putumayo-)

[2016-2019/](https://crudotransparente.com/2019/09/18/en-torno-a-la-actividad-petrolera-en-el-putumayo-2016-2019/)

Departamento Nacional de Planeación-DPN (2018). *ABC de la viabilidad.*

[https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Inversiones%20y%20finanzas%20pblicas/MGA\\_WEB/1%20ABC%20de%20la%20viabilidad.pdf](https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Inversiones%20y%20finanzas%20pblicas/MGA_WEB/1%20ABC%20de%20la%20viabilidad.pdf)

DIAN. Normatividad relacionada RUT.

<https://www.dian.gov.co/impuestos/personas/Paginas/normatividadrut.aspx>

Díaz, F., Murcia, J, Oñate, G., Rodríguez, G, Rodríguez, S., Rojas, R., Santana, L. (2019).

Proyectos Formulación y criterios de evaluación. Segunda edición. (2ª Ed.).

Donado, A. (2016). Modelo de negocio para brindar servicios turísticos especializados a ciclistas en la región de Antioquia. (Trabajo de grado de maestría). Universidad EAFIT.

<https://core.ac.uk/download/pdf/47252926.pdf>

Echeverría, C. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. Revista Publicando,4 No 13.

[https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/836/pdf\\_604](https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/836/pdf_604)

El Tiempo (2021). *Colombia lanza estrategia para atraer cicloturistas internacionales.*

<https://www.eltiempo.com/vida/viajar/colombia-lanza-estrategia-para-atraer-cicloturismo-internacional-608218>

Franco, M. A., & Montoya, L. M. (2012). Aplicación de la metodología ONUDI para proyectos de crecimiento orgánico en Grupo EMI. Medellín, Antioquia, Colombia.

[https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/1148/Mar%c3%adaAdelaida\\_Franco\\_2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/1148/Mar%c3%adaAdelaida_Franco_2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Gómez, E. (2019). Estrategia de comercialización de bicicletas de alto desempeño en el mercado internacional: análisis de caso Canyon-Alemania. (Trabajo de grado especialización). Fundación Universidad De América.

<https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/7677/1/969622-2019-III-GE.pdf>

Gutiérrez, L. Saavedra, L. Gómez, L. y Velasco, c. (2017) Propuesta de viabilidad para una iniciativa ciclo turística en el municipio de la Mesa, Cundinamarca. (Trabajo de grado especialización). Universidad Católica de Colombia.

[https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15992/1/TRABAJO%20FINAL%20E SPECIALIZACION\\_v2\\_11062018.pdf](https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15992/1/TRABAJO%20FINAL%20E SPECIALIZACION_v2_11062018.pdf)

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2014). Selección de la muestra. En Metodología de la Investigación (6ª ed., pp. 170-191). México: McGraw-Hill.

Hill, L., R. Jones & A. Schilling. (2015) Administración estratégica: teoría y casos. Un enfoque integral. (11a. ed.).Cengage Learning.

Idrovo, AJ., Manrique-Hernández, EF., Nieves-Cuervo, GM. (2020). Crónica de una pandemia

anunciada: caso Santander (Parte 1). Salud UIS. 2020; 52(3): 225-238.

<http://dx.doi.org/10.18273/revsal.v52n3-2020005>

Lluch, E. (2017). Desarrollo sostenible. Revista en la calle. ISSN 2647-5375, N°. 38, 2017, págs.

7. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6128584>

Luna, R. & Chaves, D. (2001). Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos. Recuperado de:

[https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia\\_Factibilidad\\_Proyectos\\_Ecoturisticos\\_CAPAS.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2017). Decreto 229 de 2017.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=79382>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2015). Decreto 1074 de 2015.

<http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/decretos/2015/Decretos2015/DECRETO%201074%20DEL%2026%20DE%20MAYO%20DE%202015.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Mincit (2012). Política de Turismo de Naturaleza.

[http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/POLITICA%](http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/POLITICA%20DE%20TURISMO%20DE%20NATURALEZA.pdf)

20DE%20TURISMO%20DE%20NATURALEZA.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Mincit (2010). Asistencia técnica en planificación del turismo. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=99fd4bce-d9ea-45a8-8787-be554f7a8627>

Ministerio de Trabajo (2015). Decreto 1072 de 2015.

<https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/0/DUR+Sector+Trabajo+Actualizado+a+15+de+abril++de+2016.pdf/a32b1dcf-7a4e-8a37-ac16-c121928719c8>

Ministerio de Trabajo (2019). Resolución 0312 de 2019.

<https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/59995826/Resolucion+0312-2019-+Estandares+minimos+del+Sistema+de+la+Seguridad+y+Salud.pdf>

Moral-Moral, M. (2016). El desarrollo del Cicloturismo como una modalidad turística sostenible, Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 21 (diciembre 2016).  
<http://www.eumed.net/rev/turydes/21/cicloturismo.html>

Munera, J. (2011). Caracterización y Estado Actual de las Iniciativas Empresariales que Comercializan Productos o Servicios Amigables con el Medio Ambiente en los Departamentos de Amazonas, Caquetá y Putumayo. (Trabajo de Pregrado). Universidad Católica de Pereira. <http://hdl.handle.net/10785/497>



Naciones Unidas (2021). Día internacional de la diversidad biológica.

<https://www.un.org/es/observances/biological-diversity-day>

Neira, L. (2019). Este año aumentó 56% la importación de bicicletas en Colombia. Periódico La

República. <https://www.larepublica.co/especiales/mis-documentos-final-2019/este-ano-aumento-56-la-importacion-de-bicicletas-en-colombia-2947079>

Neira Marciales, L. (2019). Cada año se venden cerca de 600.000 bicicletas en el mercado

nacional. La República. <https://www.larepublica.co/empresas/cada-ano-se-venden-cerca-de-600000-bicicletas-en-el-mercado-nacional-2890596>

Organización Mundial del Turismo OMT (2019). Panorama del turismo internacional. Edición

2019. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>

Pedaleando Alma. Tours en bicicleta por Colombia. <https://pedaleandoalma.com/>

Project Management Institute, Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos, (Guía

del PMBOK®) – Sexta Edición, Project Management Institute Inc., 2017

República de Colombia (2021). Ley 1811 de 2016. [http://www.suin-](http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30027024)

[juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30027024](http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30027024)

Ricalde, N. (2018). Cicloturismo: una modalidad turística sostenible.

<https://www.entornoturistico.com/cicloturismo/>

Rojas, J. (2020). Ciclomontañismo, el camino inicial para el ciclista.

<https://www.senalcolombia.tv/deportes/historia-y-modalidades-del-ciclomontanismo>

Revista Semana (2019). Turismo en bicicleta un negocio con potencial para Colombia.

<https://www.semana.com/medio-ambiente/articulo/turismo-en-bicicleta-un-negocio-con-potencial-para-colombia/43329/>

Sancho, A. (1994). Introducción al Turismo. Editorial OMT. en Educación Turística, España.

Sapag Chain, N., & Sapag Chai, R. (2014). Preparación y evaluación de proyectos (6a. edición).

México: Mc Graw-Hill.

Sapag Chain, N., & Sapag Chai, R. (1989). Preparación y evaluación de proyectos (2da. edición).

México: Mc Graw-Hill.

Serra, M. (2016). El cicloturismo y las vías verdes como ejemplo de turismo sostenible / Cycle

tourism and rail trails as examples of sustainable tourism. Revista CIDOB D'Afers

Internacionals, (113), 187-209. <http://www.jstor.org/stable/24897287>

Slim, C. (2020). Covid-19. Efectos en la era digital y el comercio. Revista Economía. UNAM.

Vol. 18, núm. 51, septiembre-diciembre (241-247).

<http://revistaeconomia.unam.mx/index.php/ecu/article/view/561/593>

Socateli, M. (2013). Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios -  
Productos y Destinos Turísticos Sostenibles.

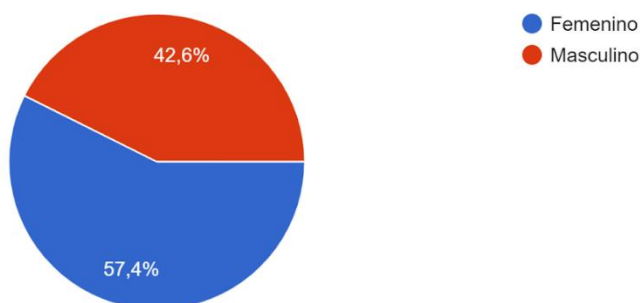
<https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>

## ANEXOS

### ANEXO 1. RESULTADOS ENCUESTA BIKESBRO.

La presente encuesta se aplicó en para el plan de mercadeo del Estudio de factibilidad de una nueva unidad de negocio para la empresa Bikesbro en el municipio de Orito, Putumayo, con el fin de estudiar las percepciones de los clientes y ciclistas de la región en la implementación de cicloturismo en dicho municipio.

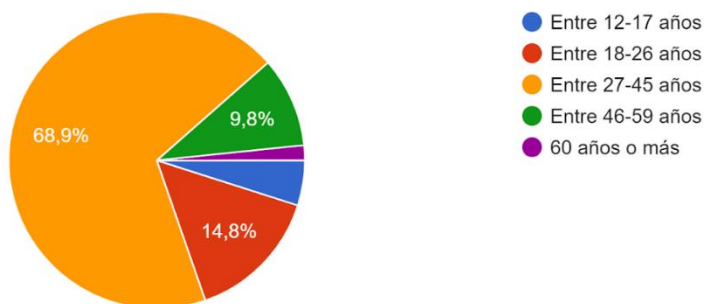
Género  
61 respuestas



Los resultados sobre el género de los encuestados se distribuyen en un 57,4% género Femenino y 42,6% género masculino, por lo cual se identifica que las mujeres tienen un mayor gusto por el uso de la bicicleta según la muestra representativa.

### Edad

61 respuestas

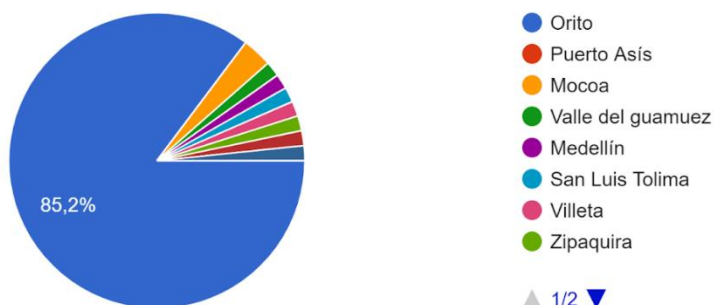


La edad de los encuestados corresponde en un 68,9 % a un rango de edad entre los 27 a 45 años, en un 14,8 % a personas entre 18 a 26 años, en un 9,8 % a personas entre 46 a 59 años, solo un 4,9% a personas entre 12 a 15 años y un 1,6% a mayores de 60 años, estos porcentajes corresponden al 100% de los encuestados.

Al analizar estos resultados encontramos que un 87% de las personas encuestadas están en el rango de 18 a 45 años de edad que es el perfil del consumidor al cual se puede dirigir este proyecto.

### Municipio de residencia

61 respuestas

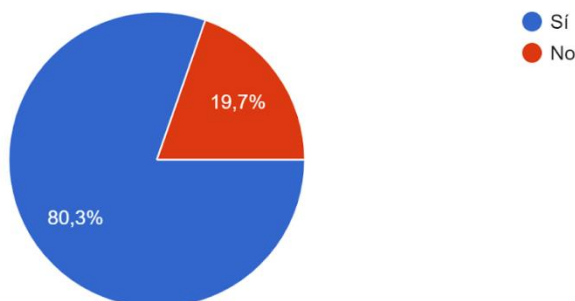


El municipio de residencia de los encuestados en su gran Mayoría se ve representado en un 85,2% por el municipio de Orito, el 6,8% residen en municipios cercanos a orito del mismo

departamento del putumayo y el 8% de las personas residen en otros municipios como Bogotá, Medellín, Zipaquirá, Tolima, los cuales reconocen la marca Bikesbro.

¿Conoce el taller BikesBro ubicado en Orito, Putumayo?

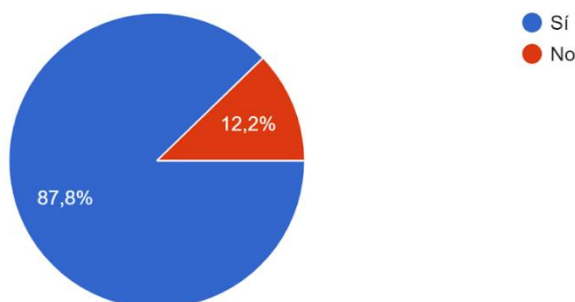
61 respuestas



Con el fin de conocer si todas las personas encuestadas conocían o no la marca Bikesbro, se obtuvo como resultado que el 80,3% si la reconocen y el 19,7% aún no tiene conocimiento de los servicios especializados del taller Bikesbro, el cual puede estar representado en los ciclistas pertenecientes a los grupos de ciclomontañismo encuestados y se pueden convertir en clientes prospectos para la marca.

¿Ha utilizado o comprado los servicios o productos de BikesBro?

49 respuestas

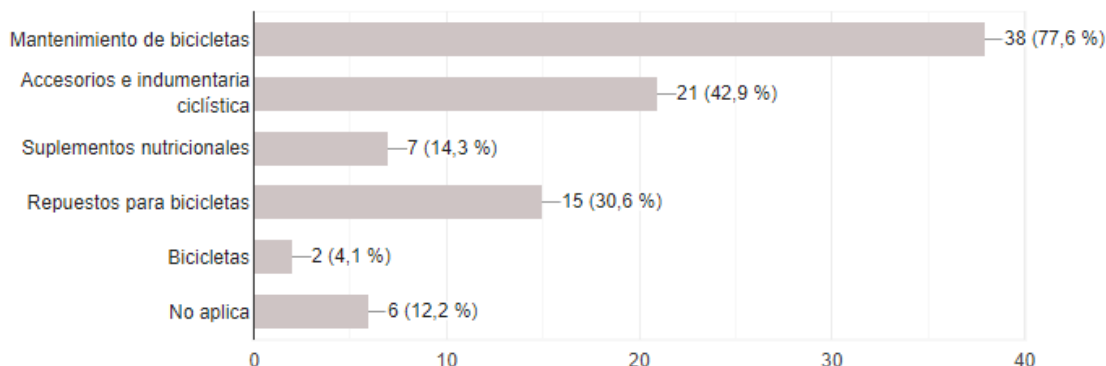


De los encuestados que sí reconocen la marca del taller especializado Bikesbro el 88% han adquirido algún servicio o bien ofrecido en el taller y solamente el 12% aún no ha realizado ninguna compra.

¿ Cuáles son los servicios o productos que ha comprado de Bikesbro?



49 respuestas



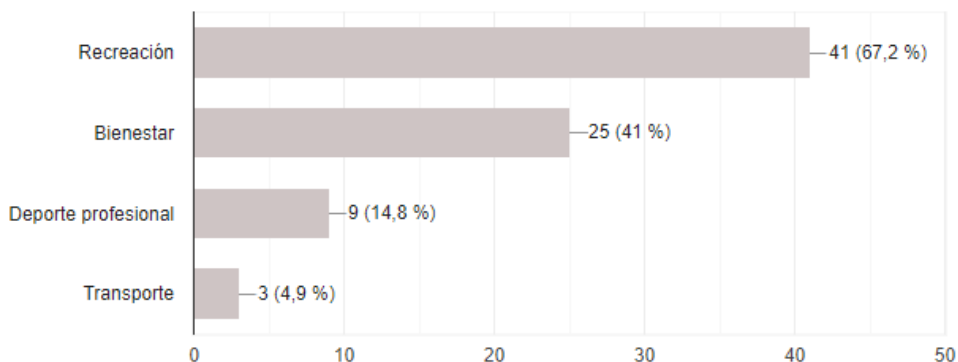
En cuanto a los servicios ofrecidos por Bikesbro podemos notar que hay tres productos con mayores ventas los cuales son: 77,6% de los clientes a adquirido el servicio de Mantenimiento de bicicletas que es la actividad principal a la que se dedica la marca, el 42,9% de los clientes ha comprado accesorios ciclísticos, seguido de repuestos para bicicletas que representa el 30,6%.

#### Uso de bicicleta

¿Cuál es el uso que le da a su bicicleta?



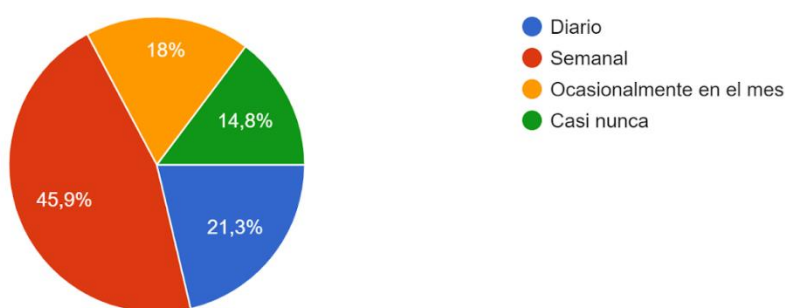
61 respuestas



A la pregunta cuál es el uso que le da a su bicicleta los encuestados respondieron en un 67,2% que la usan con fines recreativos, un 41% manifiesta usarla por bienestar, el 14,8% la usan por un deporte profesional y el 4,9% como un medio de transporte, esto nos permite concluir que de nuestra población objetivo un 67,2% usa la bicicleta por recreación y hobby, esta población será eventualmente la interesada en la iniciativa ciclo turística en el municipio.

¿Cuál es la frecuencia con la que usa su bicicleta?

61 respuestas

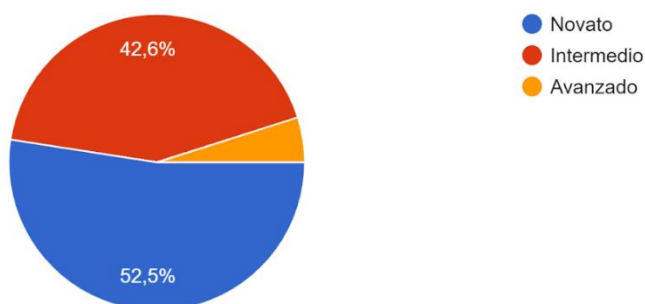


La frecuencia del uso de la bicicleta de las personas encuestadas es representada en un 45,9% por un uso semanal, el 21,3% de los encuestados tienen un uso diario de la bicicleta, el 18% la usan ocasionalmente en el mes y el 14,8% de las personas casi nunca la usa, por lo cual a la hora de proponer la frecuencia de los planes turísticos se pueden proponer planes semanales, mensuales o por temporadas, ya que la frecuencia del uso de la bicicleta no es tan constante en la población encuestada.



¿Qué tipo de ciclista se considera usted?

61 respuestas

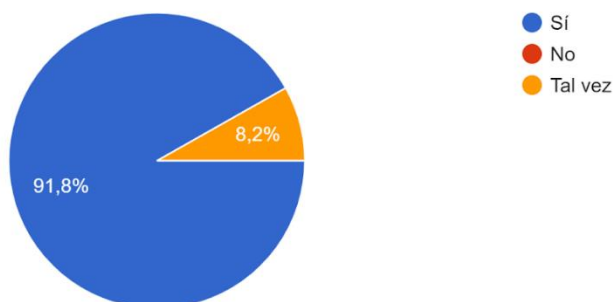


En lo mencionado por los encuestados acerca de su nivel como ciclista, el 52,5% expresa un nivel Novato, un 42,6% indican tener un nivel intermedio, mientras que un 4,9% indica tener un nivel avanzado.

Lo anterior indica que las personas encuestadas muestran tener un nivel Bajo/Intermedio del uso de la bicicleta ya que el 95,1 % indican tener un nivel Novato a Intermedio, por lo cual es importante diseñar rutas cicloturísticas con nivel de exigencia baja/moderada que se acoplen a las necesidades del cliente.

¿Le gustaría conocer mas del municipio de Orito en rutas ciclo turísticas?

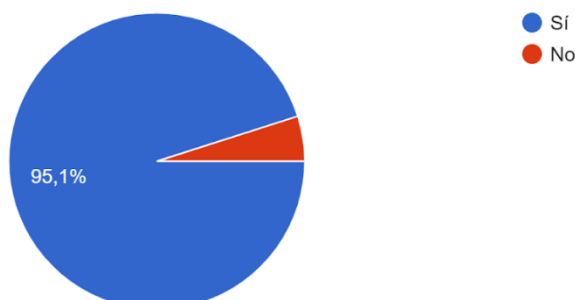
61 respuestas



Es importante destacar que el 92% de los encuestados estarían interesados en conocer el municipio de Orito a través de rutas cicloturísticas y el 8% tal vez lo conocería por medio de estos servicios, lo cual es bueno ya que un alto nivel de esta población estaría interesada en la iniciativa ciclo turística en el municipio.

Si BikesBro ofreciera un servicio de recorridos turísticos en bicicleta, ¿Usted estaría interesado en adquirirlo?

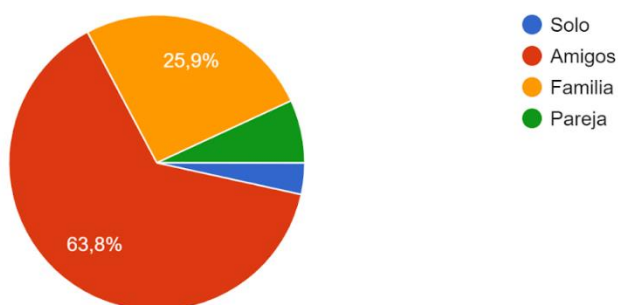
61 respuestas



A la pregunta si estaría interesado en adquirir el servicio turístico de bicicletas con Bikesbro el 95.1% de los encuestados si comprarían el servicio y solamente un 4,9% no lo haría. lo cual es un buen indicador para la nueva unidad de negocio que plantea el taller Bikesbro implementar:

¿Con quién realizaría esta actividad turística?

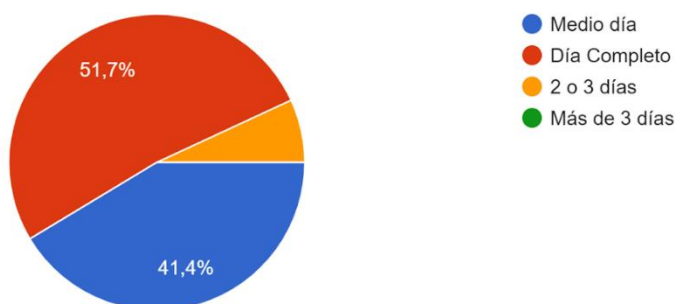
58 respuestas



Los acompañantes de las personas encuestadas en un 64% prefieren hacerlo con amigos, un 26% lo realizan con su propio núcleo familiar, un 7% con parejas, 3% prefiere realizar esta actividad turística solo. En relación al segmento de edades representativo y ajustado a nuestro perfil de consumidor, indica que en su mayoría este segmento prefiere realizar esta actividad turística con amigos o con su propio núcleo familiar por lo cual se pueden plantear planes en paquetes o con un mínimo de participantes para cada ruta.

¿Cuánto tiempo dedicaría a esta actividad turística?

58 respuestas

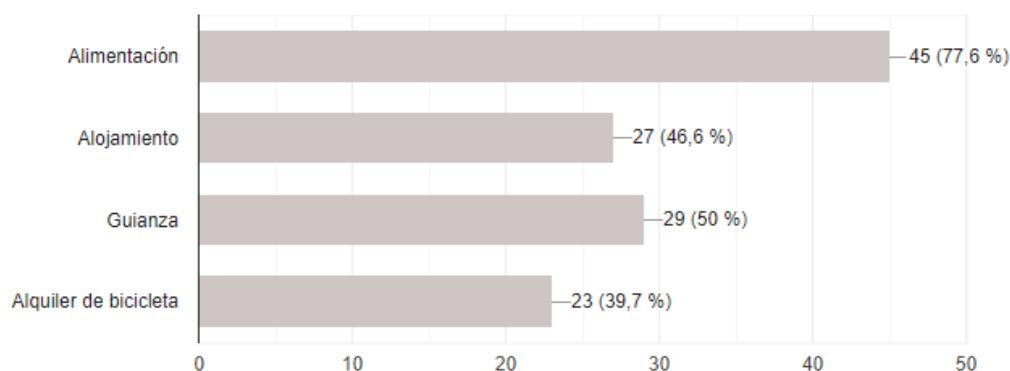


el tiempo que los encuestados estarían dispuestos a invertir en esta actividad el 51,7% destinarán un día completo, el 41,4% lo realizaría en medio día y solamente el 6,9% estarían dispuestos a invertir entre 2 a 3 días para la actividad cicloturista, por lo cual se deben diseñar planes con duraciones de máximo un día de ruta ya que el 93% de los encuestados encontraría este tipo de planes atractivos y solo el 7% estaría dispuesto a invertir más de un día los cual involucra costos de hospedaje.

¿Qué tipo de servicios turístico le gustaría que incluyera un paquete de BikesBro?

[Copiar](#)

58 respuestas



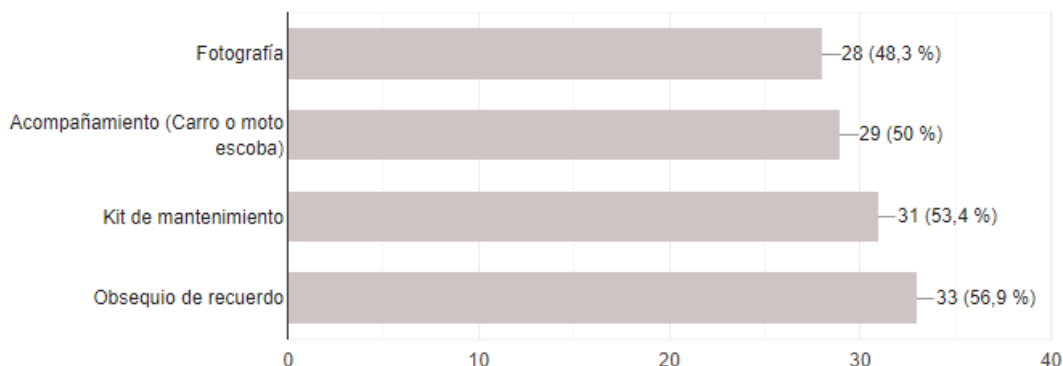
Las preferencias de los encuestados sobre los servicios que les gustaría incluir en el paquete cicloturístico son 77,6% Alimentación, un 46,6% Alojamiento, un 50% Guianza de la ruta y un 39,7% desearía poder tener la opción de alquiler de bicicleta. Estas preferencias son vitales para armar los paquetes que ofrecerá la nueva unidad de negocio de Bikesbro y lo cual permitiría generar alianzas con proveedores de la región que ofrezcan los servicios de

alimentación y alojamiento, adicionalmente es necesario ver la opción de adquirir bicicletas para alquiler, contar con guías turísticos en cada ruta.

¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que incluyera un paquete de BikesBro?



58 respuestas

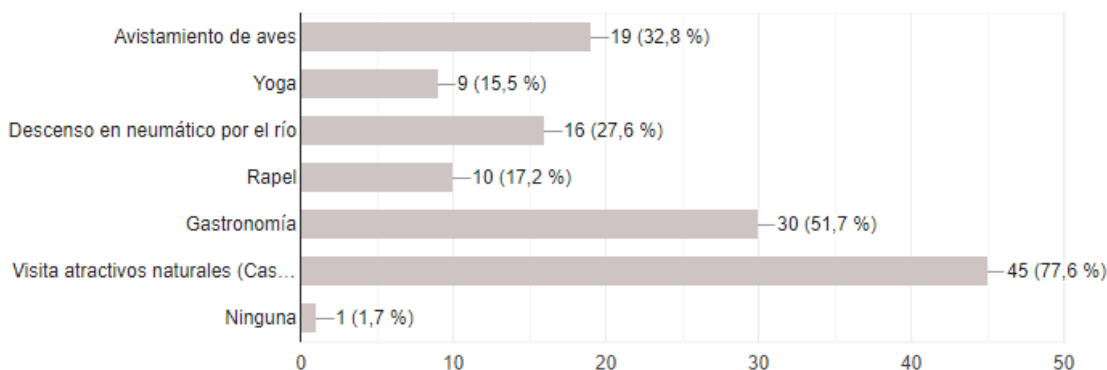


Sobre los servicios complementarios las personas encuestadas les gustaría incluir a sus tours el 56,9% obsequio de recuerdo de la actividad desarrollada, el 53,4% Kit de mantenimiento, el 50% acompañamiento de carro o moto escoba y el 48,3% fotografía. Es necesario tener estos productos complementarios para satisfacer las necesidades de esta población que será eventualmente la interesada en la iniciativa ciclo turística en el municipio.

¿Qué otras actividades le gustaría hacer durante el recorrido?



58 respuestas

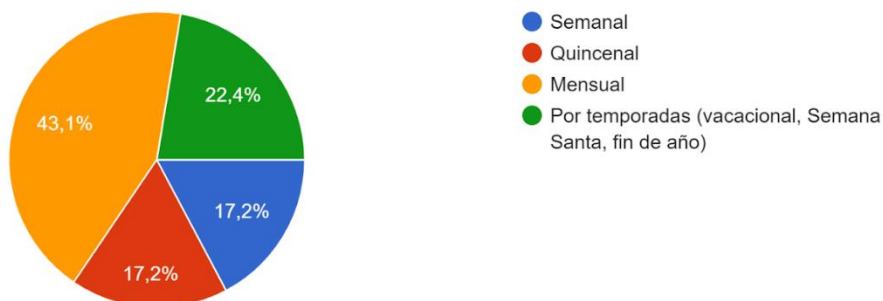


a los encuestados las actividades que les gustaría desarrollar a los encuestados las tres que más sobresalen es la visita de atractivos naturales con un 78% de interés, el 52% de los

encuestados le gustaría que el plan incluye gastronomía y el 33% le gustaría que la ruta incluyera una actividad de avistamiento de aves.

¿Con qué frecuencia le gustaría hacer este tipo de actividades?

58 respuestas

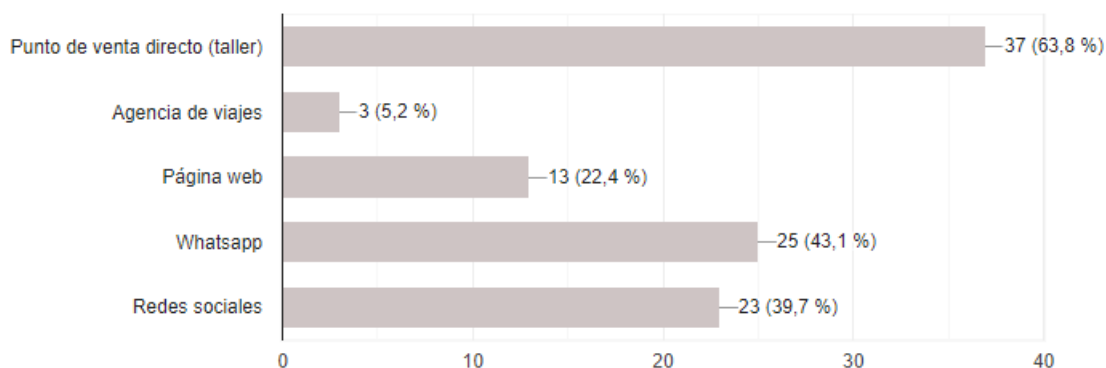


La frecuencia con la cual les gustaría realizar este tipo de actividades turísticas, está distribuida en un 43,1% en mensualmente, mientras que en un 22,4% prefieren realizarlo por temporadas (Vacacional, semana santa, fin de año, etc.), en un 17,2% le gustaría quincenalmente y un 17,2% prefiere realizar este tipo de actividades de manera semanal, por lo cual se podrían proponer tours ciclo turísticos con diferentes tipos de frecuencias.

¿Cuál considera usted que sería el canal por el cuál usted compraría este servicio?

[Copiar](#)

58 respuestas

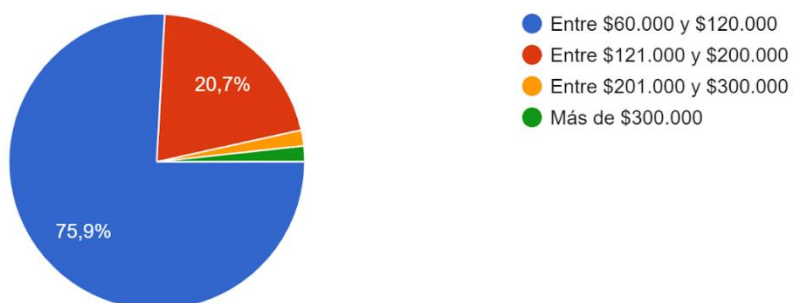


Las personas encuestadas prefieren realizar la compra del servicio turístico en un 63,8% en punto de venta directo (Taller Bikesbro), un 43,1% por WhatsApp, el 39,7% por Redes sociales como Instagram o Facebook, un 22,4% prefiere realizar la compra por página web y

solo el 5,2% estaría interesado en contactar una agencia de viajes para realizar la compra del plan cicloturístico.

¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en un paquete turístico en bicicleta?

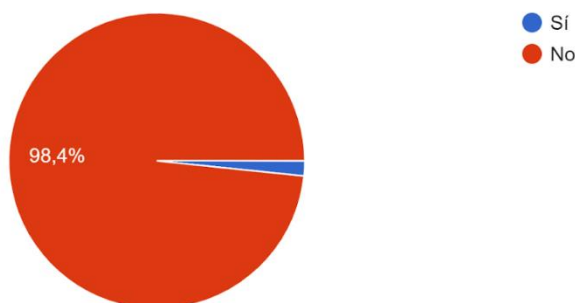
58 respuestas



Al indagar el precio justo por recorrido los encuestados indican con un 75,4% que el precio adecuado estaría dado en un rango de \$60.000 a \$120.000, en un 20,7% con un rango de \$121.000 a \$200.000, con un 1,7% para un rango de \$201.000 a \$300.000 y finalmente un 1,7% indicaron que el precio justo por recorrido para esta iniciativa sería de más de \$300.000. por el precio que las personas están dispuestas a pagar y la duración de la ruta se puede inferir que sus preferencias son por rutas cortas que no impliquen costos adicionales en alimentación y hospedaje.

¿Conoce otras empresas que ofrecen recorridos turísticos en bicicleta en Putumayo?

61 respuestas



A la pregunta filtro sobre si los encuestados conocían otras empresas que ofrecen recorridos turísticos de bicicletas en el Putumayo el 98,4% respondió que No y solamente un

1,6% respondió que sí, de lo cual se puede inferir que son pocos los o casi no hay competencia directa en el departamento.

Competidores

Si la respuesta anterior fue sí, ¿Cuál empresa conoce con este servicio?

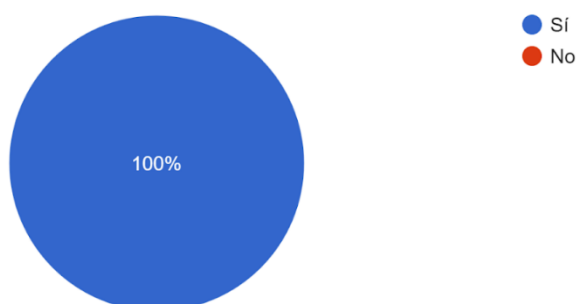
1 respuesta

Mocoa

La persona encuestada que respondió que sí conocía otro proveedor de servicios cicloturisticos, no mencionó el nombre, pero sí que este se encuentra ubicado en el municipio de Mocoa.

En caso de que ya haya comprado este servicio turístico con otro proveedor, ¿Estaría dispuesto a probar el servicio de BikesBro?

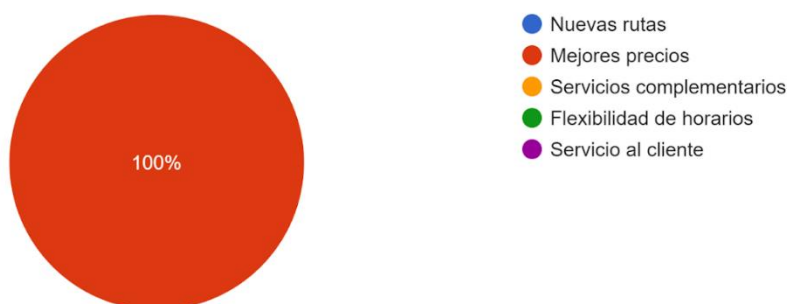
1 respuesta



Al indagar con los encuestados si estarían interesados en probar el servicio de cicloturismo con la empresa Bikesbro el 100% dijo que si realizaría la compra.

Si la respuesta anterior fue sí, ¿Cuáles serían las razones que lo motiven a cambiar de proveedor?

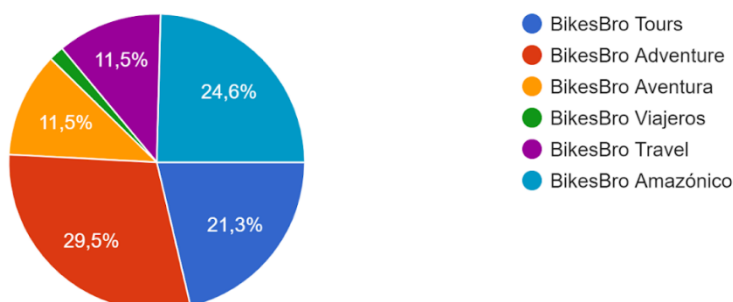
1 respuesta



La razón por la cual los encuestados podría realizar el cambio de proveedor de este tipo de servicio cicloturístico en un 100% estarían motivados a cambiar por mejores precios del producto ofertado.

Por último, ¿Cuál de estas opciones de nombre considera la más atractiva para el nuevo servicio de BikesBro?

61 respuestas



Al indagar sobre el nombre más atractivo para la nueva unidad de negocio de cicloturismo del taller especializado Bikesbro los tres que más resaltaron fueron Bikesbro Adventure con un 29,5%, seguido de Bikesbro Amazonico con un 25% y por último Bikesbro Tours con un 21,3%, es importante conocer para los encuestados cuál es el nombre de la marca que más les genera recordación y llama su atención.



<b>ANEXO 2: MANUAL DE FUNCIONES ADMINISTRADOR</b>	
<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo:</b> Administrador <b>Cargo Jefe Inmediato:</b> No Aplica	<b>Jornada Tiempo Completo:</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>Medio Tiempo:</b> <input type="checkbox"/>
<b>II. OBJETIVO DEL CARGO</b>	
Planear, organizar, dirigir y controlar los recursos (humanos y tecnológicos) de Bikesbro lo cual moviliza la consecución de los objetivos organizacionales.	
<b>III. REQUISITOS DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Educación:</b>  <b>Nivel:</b> Bachiller <input type="checkbox"/> Técnico <input type="checkbox"/> Tecnólogo <input type="checkbox"/> Profesional <input checked="" type="checkbox"/> Posgrado <input type="checkbox"/>   <b>Área:</b> Ingeniería Industrial, Administrador de empresas o afines.   <b>Segundo idioma:</b> No aplica   <b>Subnivel:</b> A1 <input type="checkbox"/> A2 <input type="checkbox"/> B1 <input type="checkbox"/> B2 <input type="checkbox"/>   <b>Software:</b> Paquete de Office nivel intermedio.           </li> <li>• <b>Competencias:</b> Debe contar con alto sentido de responsabilidad, vocación por el servicio al cliente, orientación al cumplimiento de objetivos, habilidad para negociar y resolución de problemas, empatía, con alto nivel de organización, confiabilidad y detalle en el cumplimiento de la calidad requerida.</li> <li>• <b>Experiencia:</b> Área administrativa 1 año en roles similares.</li> </ul>	
<b>IV. FUNCIONES DEL CARGO</b>	
<b>PERMANENTES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer seguimiento y supervisar el cumplimiento de los procedimientos y las actividades diarias de la empresa.</li> <li>• Realizar la apertura y cierre del local en los horarios establecidos.</li> <li>• Coordinar la labor de las personas a su cargo, garantizando una correcta integración entre los colaboradores, proveedores y clientes.</li> <li>• Hacer seguimiento al oportuno suministro de los insumos requeridos para la operación de los mantenimientos y la oficina.</li> <li>• Manejar la caja de la empresa, en la cual deberá ingresar las transacciones diarias de las ventas y compras realizadas.</li> <li>• Hacer un uso adecuado, eficaz y óptimo de los recursos.</li> <li>• Realizar labores de mercadeo y promoción de los productos en redes sociales.</li> <li>• Controlar los presupuestos y hacer uso adecuado de los recursos financieros.</li> </ul>	
<b>V. RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD</b>	

- **Dirección de personas:**

Sí  No

Supervisa el desempeño de su equipo de trabajo.

- **Manejo de dinero:**

Sí  No

Administrar y legalizar los dineros desembolsados para la ejecución del cargo.

- **Manejo de bienes y equipos:**

Equipo de cómputo.

- **Manejo de información:**

Proteger la información de toda la organización de carácter confidencial.

- **Manejo de archivo:**

Establecer el manejo documental y magnético de todo el archivo y custodia de los documentos físicos y virtuales de la organización, en especial los asociados a su cargo.

- **Otras:**

- Garantizar la mejora continua de los procesos y procedimientos de su dependencia.
- Gestionar actividades orientadas a la satisfacción del cliente

<b>ANEXO 3: MANUAL DE FUNCIONES GUÍA DE CICLOTURISMO</b>	
<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo:</b> Guía Cicloturismo <b>Cargo Jefe Inmediato:</b> Administrador	<b>Jornada Tiempo Completo:</b> <input type="checkbox"/> <b>Medio Tiempo:</b> <input checked="" type="checkbox"/>
<b>II. OBJETIVO DEL CARGO</b>	
Realizar el diseño, la guianza de los recorridos cicloturistas y preparación previa de los materiales e insumos requeridos para las rutas.	
<b>III. REQUISITOS DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Educación:</b>  <b>Nivel:</b> Bachiller <input type="checkbox"/> Técnico <input type="checkbox"/> Tecnólogo <input checked="" type="checkbox"/> Profesional <input type="checkbox"/> Posgrado <input type="checkbox"/>   <b>Área:</b> Ingeniería Industrial, Administrador de empresas o afines.   <b>Segundo idioma:</b> No aplica   <b>Subnivel:</b> A1 <input type="checkbox"/> A2 <input type="checkbox"/> B1 <input type="checkbox"/> B2 <input type="checkbox"/>   <b>Software:</b> Paquete de Office nivel básico.           </li> <li>• <b>Competencias:</b> Debe contar con alta vocación por el servicio al cliente, resolución de problemas, empatía, amabilidad, puntualidad, con alto nivel de organización, confiabilidad y conocimientos en primeros auxilios, pasión por la naturaleza y habilidades de comunicación.</li> <li>• <b>Experiencia:</b> Guía turismos de aventura 1 año en roles similares.</li> </ul>	
<b>IV. FUNCIONES DEL CARGO</b>	
<b>PERMANENTES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar un excelente servicio de acompañamiento a cada grupo en las rutas establecidas para realizar la actividad de cicloturismo.</li> <li>• Realizar el alistamiento de los materiales o insumos requeridos para iniciar cada ruta.</li> <li>• Promover la seguridad vial y el autocuidado de cada ciclista al momento de la ejecución del recorrido.</li> <li>• Socializar durante el recorrido la historia de la región, la gastronomía de la zona y anécdotas del municipio.</li> <li>• Velar por la preservación del medio ambiente en las rutas visitadas con cada grupo.</li> <li>• Hacer un uso adecuado, eficaz y óptimo de los recursos.</li> </ul>	
<b>V. RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Dirección de personas:</b>            Sí <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>            Supervisa el desempeño de su equipo de trabajo.         </li> <li>• <b>Manejo de dinero:</b>            Sí <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/> </li> </ul>	

Administrar y legalizar los dineros desembolsados para la ejecución del cargo.

- **Manejo de bienes y equipos:**

Equipo de cómputo.

- **Manejo de información:**

Proteger la información de toda la organización de carácter confidencial.

- **Manejo de archivo:**

Establecer el manejo documental y magnético de todo el archivo y custodia de los documentos físicos y virtuales de la organización, en especial los asociados a su cargo.

- **Otras:**

- Garantizar la mejora continua de los procesos y procedimientos de su dependencia.
- Gestionar actividades orientadas a la satisfacción del cliente

<b>ANEXO 4: MANUAL DE FUNCIONES MECÁNICO DE MANTENIMIENTO</b>	
<b>VI. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo:</b> Mecánico de mantenimiento <b>Cargo Jefe Inmediato:</b> Administrador	<b>Jornada Tiempo Completo:</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>Medio Tiempo:</b> <input type="checkbox"/>
<b>VII. OBJETIVO DEL CARGO</b>	
Realizar mantenimiento preventivo o correctivo de las bicicletas y ensamblar las bicicletas nuevas para la venta.	
<b>VIII. REQUISITOS DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Educación:</b>  <b>Nivel:</b> Bachiller <input type="checkbox"/> Técnico <input type="checkbox"/> Tecnólogo <input checked="" type="checkbox"/> Profesional <input type="checkbox"/> Posgrado <input type="checkbox"/>   <b>Área:</b> Ingeniería Industrial, Administrador de empresas o afines.   <b>Segundo idioma:</b> No aplica   <b>Subnivel:</b> A1 <input type="checkbox"/> A2 <input type="checkbox"/> B1 <input type="checkbox"/> B2 <input type="checkbox"/>   <b>Software:</b> No aplica.           </li> <li>• <b>Competencias:</b> Debe contar con alta vocación por el servicio al cliente, resolución de problemas, empatía, amabilidad, puntualidad, con alto nivel de organización, confiabilidad, certificados de mantenimiento en bicicletas (Sena)</li> <li>• <b>Experiencia:</b> Mecánica de bicicletas- 6 meses en roles similares.</li> </ul>	
<b>IX. FUNCIONES DEL CARGO</b>	
<b>PERMANENTES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desmontar y lavar las bicicletas para mantenimiento o reparación.</li> <li>• Utilizar manuales de reparación para cada referencia de bicicleta.</li> <li>• Brindar un excelente servicio y asesoría al cliente.</li> <li>• Mantener el estado óptimo de las herramientas requeridas para su función.</li> <li>• Mantener la limpieza de la zona de trabajo destinadas para el desarrollo de su función.</li> <li>• Reemplazar los componentes defectuosos y vender aquellos artículos que no estén incluidos dentro del mantenimiento definido.</li> <li>• Hacer seguimiento y supervisar el cumplimiento de los procedimientos para cada tipo de mantenimiento definidos por la empresa.</li> <li>• Realizar inventario de los insumos necesarios para los mantenimientos y solicitar su compra a la administración.</li> <li>• Hacer un uso adecuado, eficaz y óptimo de los recursos e insumos requeridos para cada mantenimiento.</li> </ul>	
<b>X. RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD</b>	

- **Dirección de personas:**

Sí  No

Supervisa el desempeño de su equipo de trabajo.

- **Manejo de dinero:**

Sí  No

Administrar y legalizar los dineros desembolsados para la ejecución del cargo.

- **Manejo de bienes y equipos:**

Equipo de herramientas y equipos para mantenimientos

- **Manejo de información:**

Proteger la información de toda la organización de carácter confidencial.

- **Manejo de archivo:**

Establecer el manejo documental y magnético de todo el archivo y custodia de los documentos físicos y virtuales de la organización, en especial los asociados a su cargo.

- **Otras:**

- Garantizar la mejora continua de los procesos y procedimientos de su dependencia.
- Gestionar actividades orientadas a la satisfacción del cliente

<b>ANEXO 5: MANUAL DE FUNCIONES ASESOR DE VENTAS</b>	
<b>XI. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo:</b> Asesor de venta <b>Cargo Jefe Inmediato:</b> Administrador	<b>Jornada Tiempo Completo:</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>Medio Tiempo:</b> <input type="checkbox"/>
<b>XII. OBJETIVO DEL CARGO</b>	
<p>Velar por atraer, atender y asesorar a los clientes de la empresa y generar estrategias de fidelización de los clientes antiguos.</p>	
<b>XIII. REQUISITOS DEL CARGO</b>	
<p>• <b>Educación:</b>  <b>Nivel:</b> Bachiller <input type="checkbox"/> Técnico <input checked="" type="checkbox"/> Tecnólogo <input checked="" type="checkbox"/> Profesional <input type="checkbox"/> Posgrado <input type="checkbox"/></p> <p><b>Área:</b> Bachiller o técnico, estudiante de cuarto semestre de carreras administrativas o afines.</p> <p><b>Segundo idioma:</b> No aplica</p> <p><b>Subnivel:</b> A1 <input type="checkbox"/> A2 <input type="checkbox"/> B1 <input type="checkbox"/> B2 <input type="checkbox"/></p> <p><b>Software:</b> Nivel de office intermedio.</p> <p>• <b>Competencias:</b> Debe contar con alta vocación por el servicio al cliente, rápido aprendizaje, responsabilidad, trabajo en equipo, resolución de problemas, empatía, amabilidad, puntualidad, con alto nivel de organización.</p> <p>• <b>Experiencia:</b> Atención y asesoría en ventas a cliente – 1 año en roles similares.</p>	
<b>XIV. FUNCIONES DEL CARGO</b>	
<p><b>PERMANENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer seguimiento y supervisar el cumplimiento de los procedimientos definidos por la empresa.</li> <li>• Brindar asesoría al cliente en las diferentes rutas definidas y servicios de mantenimiento</li> <li>• Agendar con el cliente cita para asesorías o mantenimientos.</li> <li>• Atención telefónica de los requerimientos escalados por el cliente.</li> <li>• Realizar el despacho de los pedidos a los clientes.</li> <li>• Brindar acompañamiento y proceso postventa al cliente.</li> <li>• Atender adecuadamente las quejas y escalarlas a la administración.</li> <li>• Apoyar a las áreas operativas cuando sea necesario.</li> <li>• Hacer un uso adecuado, eficaz y óptimo de los recursos.</li> <li>• Realizar labores de mercadeo y promoción de los productos en redes sociales.</li> </ul>	
<b>XV. RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD</b>	

- **Dirección de personas:**

Sí  No

Supervisa el desempeño de su equipo de trabajo.

- **Manejo de dinero:**

Sí  No

Administrar y legalizar los dineros desembolsados para la ejecución del cargo.

- **Manejo de bienes y equipos:**

Equipo de cómputo, celular.

- **Manejo de información:**

Proteger la información de toda la organización de carácter confidencial.

- **Manejo de archivo:**

Establecer el manejo documental y magnético de todo el archivo y custodia de los documentos físicos y virtuales de la organización, en especial los asociados a su cargo.

- **Otras:**

- Garantizar la mejora continua de los procesos y procedimientos de su dependencia.
- Gestionar actividades orientadas a la satisfacción del cliente