

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
ESCUELA DE TURISMO SOSTENIBLE

PROYECTO: EMPRESA CONSULTORA/ASESORA PARA OPERADORES DE
SENDEROS ECOLÓGICOS CON PROCESOS DE SOSTENIBILIDAD, EN
PEREIRA RISARALDA "***E-CONSULTANTS ECOLOGICAL TRAILSE-CET***":
PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO

MÓNICA ELIANA RAMÍREZ OCAMPO
DIANA MARCELA CORRALES LOAIZA

PEREIRA, RISARALDA
2015

1 Tabla de contenido

2	INTRODUCCIÓN	1
3	JUSTIFICACIÓN	2
4	PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
4.1	Definición del problema:.....	4
5	OBJETIVOS:	5
5.1	Objetivo general:	5
5.2	Objetivos específicos:.....	5
6	MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	5
7	COMPONENTE LEGAL	6
8	COMPONENTE SITUACIONAL	9
9	RESULTADOS DE LOS OBJETIVOS	12
9.1	Objetivo 1. Aplicabilidad de senderos en Pereira:	12
9.1.1	Anexo 1 – Encuestas.....	14
9.2	Objetivo 2. Generar propuestas de senderos Interpretativos y temáticos. 15	
9.2.1	Fase 1. Sensibilización	15
9.2.2	Fase 2: Educación y asesoría:	15
9.2.3	Fase 3: Consolidación:	15
9.2.4	DISEÑO DE SENDERO:.....	16
10	METODOLOGÍA	16
10.1	Diagnóstico:	16
10.2	PLAN DE NEGOCIOS.....	18
10.3	Generalidades de la empresa:.....	18
10.4	Misión	18
10.5	Visión	18
11	OBJETIVO GENERAL EMPRESARIAL:	19
11.1.1	Objetivos específicos:	19
11.1.2	Principios:	19
11.1.3	Valores:	19
11.2	Recursos económicos:	20
11.3	ORGANIGRAMA.....	21
11.4	DOFA:	22

11.1	Cuadro De Objetivos De Actividades.	24
12	CRITERIOS DE SELECCIÓN DE EMPRESAS A ASESORAR	27
13	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	28
13.1	Variables De La Investigación.	29
13.2	Estudio Oferta Eco Hoteles De La Ciudad:	30
14	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	31
14.1	Diagnóstico Sobre El Problema Objeto De Estudio	31
14.2	Problemas de investigación de mercados:.....	32
14.3	Problemas de mercadeo:	32
15	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:	33
15.1	Empresas potenciales como clientes:.....	33
	Tipo De Empresa:	34
	Tipo De Empresa:	35
	Segmentos De Mercado:	35
	Canales de comercialización:.....	36
	Tipo De Empresa:	36
	Segmentos de mercado:	36
	Mercado Objeto De Cada Establecimiento:.....	37
	Tipo De Empresa:	37
	Segmentos De Mercado:	37
	Segmentos De Mercado:	38
	Canales De Comercialización:.....	39
	Tipo De Empresa.....	39
	Segmentos De Mercado:	39
	Oferta según su instalación:.....	39
	Mercado Objeto De Cada Establecimiento	40
	Tipo De Empresa:	40
	Segmentos De Mercado:	40
	Canales de comercialización	42
15.2	Origen del mercado por motivación:	44
15.3	Origen del mercado por medio de transporte:	45
15.4	Estacionalidad Del Mercado.	46
15.5	Comportamiento De La Demanda En Los Últimos 5 Años	47

15.6	¿Quiénes son nuestros aliados clave?	50
16	QUIENES SON NUESTROS PROVEEDORES CLAVE?	50
16.1	¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave? ..50	
16.1.1	¿Qué actividades realizan nuestros socios clave?.....51	
17	ACTIVIDADES CLAVES:	51
17.1	¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?	51
18	NUESTROS CANALES	52
19	NUESTRAS RELACIONES CON LOS CLIENTES	52
20	PROPUESTA DE VALOR:	52
20.1.1	¿Qué valor estamos entregando a los clientes?.....52	
20.1.2	¿Cuál problema estamos ayudando a resolver?.....52	
20.1.3	¿Cuál necesidad estamos satisfaciendo?	53
20.2	¿Qué paquetes de productos o servicios se está ofreciendo a cada segmento de clientes?.....53	
20.2.1	Relación Con Los Clientes.	53
21	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	54
22	ANÁLISIS DEL SECTOR	54
22.1	Servicios:.....55	
	Nivel diferenciador	55
22.2	Alcance espacial de la acción:	57
	Identificar a nivel (nacional –Regional – Internacional).....	57
22.3	A quien le voy a vender:	57
22.4	Crecimiento de la empresa:.....	58
22.5	Hasta dónde puede llegar:.....	58
22.6	Valor agregado de la empresa.....	58
22.7	La empresa se encargara de:	59
23	ANALISIS DE LA OFERTA:	59
23.1	Penetración en el Mercado.	60
23.2	Estrategias externas de mercado:	60
24	DESCRIPCIÓN DE NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS:	61
24.1	Servicios:.....	61
24.2	Productos:.....	61
25	FINANCIACIÓN	62

25.1	Inversiones.....	64
25.2	Gastos Y Costos	65
25.3	Pérdidas Y Ganancias	68
25.4	Flujo De Caja.....	68
25.5	Criterios De Decisión	68
25.6	BALANCE GENERAL.....	69
	69	
	CONCLUSIONES	70
	BIBLIOGRAFÍA	71

RESUMEN

Este proyecto busca crear una propuesta de negocio que aporte al sector turístico y hotelero, desde los beneficios económicos, de posicionamiento comercial, técnico y de conservación natural - cultural en escenarios principalmente rurales, de una forma especializada con actividades innovadoras y sostenibles, asesorando y acompañando las actividades de implementación de normas técnicas sectoriales de sostenibilidad y eco tecnologías, que ayuden a la conservación, ahorro y buena utilización de los recursos.

El objetivo principal es aprovechar el potencial que existe en las zonas rurales de la ciudad de Pereira, fomentando la aplicación de sistemas de calidad e innovación por medio de un acompañamiento permanente a nuestros aliados estratégico, la vinculación de las comunidades aledañas y que se establezca una cadena de valor incluyente; brindando a los turistas la mayor seguridad y satisfacción en la prestación de los servicio.

Poniendo como principal herramienta de comunicación e interacción entorno a los servicios de la empresa un servidor web, donde se estará entregando toda la asesoría necesaria para demostrar calidad y seguridad tanto a nuestros aliados estratégicos como a los turistas; una plataforma virtual que facilitará la accesibilidad, los tiempos de asesorías y generalmente brindar eficiencia a los procesos que ofrecemos.

ABSTRACT

This project seeks to create a business proposal that provides the tourism and hotel sector economic benefits of commercial positioning, technical and natural and cultural conservation in mainly rural settings, a specialized form of innovative and sustainable activities, advise and monitor implementation activities sectoral technical standards of sustainability and eco technologies that help to conserve, saving and good use of resources. The main objective is to exploit the potential that exists in rural areas of the city of Pereira, promote the implementation of quality systems and innovation through a permanent accompaniment to our strategic partners, linking neighboring communities and which set a inclusive value chain; giving tourists the greater security and satisfaction in providing the service. using as the main tool of communication and interaction environment services company a web server, where it will be providing all the necessary quality and safety to demonstrate both our strategic partners and tourists advice; a virtual platform that will facilitate accessibility, consulting times and generally provide efficient processes that we offer

2 INTRODUCCIÓN

Con este proyecto se busca crear una propuesta de negocio que aporte al sector turístico y hotelero, beneficios económicos, de posicionamiento comercial y de conservación natural - cultural en sus escenarios más importantes; de una forma especializada con actividades innovadoras y sostenibles, implementando eco tecnologías que ayuden a la conservación, ahorro y buena utilización de los recursos que tienen los establecimientos turísticos objeto de este trabajo.

Acompañar mediante la asesoría/consultoría a proyectos de senderismo ecológico Interpretativos y temáticos diferenciadores, con procesos de sostenibilidad e innovación en la región, que permitan destacar los recursos naturales y culturales del lugar y que se convierta en atractivo para el turista responsable del siglo XXI; por supuesto fortaleciendo a las empresas Rurales integralmente generando una cultura de responsabilidad ambiental y social. Las experiencias con la naturaleza implican planeación y direccionamiento, determinadas con altas competencias que quienes brinden asesoría consultoría podrán entregarlas al sector turístico, esa es nuestra misión.

Hay en nuestra región infinidad de empresas asesoras/consultoras que acompañan desde lo empresarial pero no con énfasis en el desarrollo de compañías de carácter turístico. Buscando en los registros de la cámara de comercio no se encuentra información definida. Consideramos que para la región tendríamos una gran oportunidad de consolidarnos como la mejor alternativa.

3 JUSTIFICACIÓN

Pereira se encuentra ubicado en el centro de la región occidental del territorio colombiano. Su estratégica localización, lo ubica en el panorama económico nacional e internacional, estando unido vialmente con tres de los centros urbanos más importantes del territorio nacional y con los medios tanto marítimos como aéreos de comunicación internacionales (Pereira, 2014), cuenta con un aeropuerto con conexión internacional -Aeropuerto Matecaña-. Una ciudad con crecimiento importante durante los últimos años, con un moderno sistema de transporte público y sitios de vital interés (Procolombia, 2014) Además su posición geográfica la caracteriza como una ciudad potencialmente turística, sobre todo en el campo del turismo corporativo y turismo de naturaleza.

Los Establecimientos comerciales, lugares y operadores de naturaleza y fincas rurales, actualmente presentan una demanda turística ecológica que ha venido fortaleciéndose y busca la concientización hacia el medio ambiente por parte de los turistas, este nuevo concepto de servicios, nace debido a la necesidad de satisfacer esta nueva demanda.

La iniciativa del proyecto surge a partir de la necesidad que tiene la región de enmarcar las actividades ecoturísticas, la intención de resaltar la importancia de los establecimientos rurales y enfocar las actividades en un turismo responsable donde se abarque todas las modalidades (trabajo con la comunidad, conservación de fauna y flora y empleos locales); desde el turismo de negocios hasta el ecológico, dado que en la actualidad la búsqueda de la sostenibilidad es complementario a la integralidad de las empresas.

La creación de este proyecto de acompañamiento, busca el fortalecimiento del liderazgo, de trabajo en equipo y de los lazos de hermandad, mejorar el bienestar de los habitantes, así como generar progreso en la región, adicional otros componentes que en general plantean el reconocimiento del territorio como un foco de desarrollo sostenible.

Cabe resaltar que la región cuenta con establecimientos de escenarios naturales en los cuales se pueden iniciar proyectos de reestructuración que pueden contribuir a la demanda que se está generando en todo el tema de turismo de Naturaleza.

Pereira se encuentra próximo a presentar a la región y al país el Parque Temático de Flora y Fauna Ukumarí, esto generará un gran auge de visitantes locales, nacionales y algunos internacionales que beneficiará al sector en la ciudad; será además una gran oportunidad para la creación de empresas que giran en torno al turismo para soportar la demanda turística que se espera inicie en la ciudad.

Este trabajo propone aprovechar esta dinámica, la visita de los turistas que quieren conocer el parque temático y además buscan otras actividades generalmente de contacto con la naturaleza, lugares tranquilos donde les ofrezcan alojamiento, gastronomía y por supuesto una experiencia de naturaleza con actividades propias de estos escenarios.

Como resultado final se espera que sea una alternativa de negocio para las empresas ecoturísticas de la región, que quieren ofrecer a los visitantes una experiencia innovadora y sostenible en sus propios espacios naturales, de esta forma se pueda responder a la demanda del turismo de naturaleza que ya existe y que se visualiza crecerá a partir del lanzamiento de la marca Pereira te Acerca, creando un portafolio más amplio y atractivo al turista.

Para el establecimiento rural, el producto de turismo ecológico busca brindar una propuesta diferenciadora, un valor agregado que les facilite la promoción y venta del mismo, apropiándose así de un segmento del mercado que se va ampliando a medida que ofrece más atractivos dentro del mismo establecimiento.

La construcción de un sendero ecológico temático o interpretativo atrae a un segmento especial de turistas, pero también es una oportunidad para captar más usuarios que buscan algo diferente que un lugar para descansar en la noche, y que tengan que salir a otros lugares buscando otros atractivos. Esto busca generar un día más de estadía en el alojamiento en la región.

La comunidad también se vería beneficiada en oportunidades laborales en el mismo sector (facilidad de tiempo y traslados) y la posibilidad de participar en talleres de convivencia social desde la base del establecimiento (artesanías, reciclaje, mini huertas, etc.)

Por lo tanto, el potencial para el desarrollo de nuestra empresa radica en el direccionamiento que hace falta, la creación de competencias, cultura y respeto por la naturaleza como el centro de nuestras actividades empresariales.

4 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

4.1 Definición del problema:

Pereira se encuentra ubicada estratégicamente dentro del territorio del paisaje cultural cafetero, cerca del parque regional natural Ukumarí y rodeada de un sinnúmero de fincas y alojamientos rurales, ricos en biodiversidad y cultura.

Cuenta con una gran variedad de establecimientos rurales, que son potenciales para el desarrollo de proyectos de ecoturismo, con 5 corredores turísticos rurales, los cuales ofrecen a los turistas paisajes de encanto y gente acogedora.

En la actualidad la ciudad se ha desarrollado como eje comercial y de negocios del Triángulo del Café (Caldas, Risaralda y Quindío) dejando un poco relegado el turismocultural y ecoturismo que al igual son potenciales y tienen facilidades de desarrollo en la ciudad.

Se visualiza un desaprovechamiento de los recursos naturales tanto en los establecimientos Rurales que hemos investigado, como en muchos corredores turísticos, sus pobladores y principales beneficiarios desconocen la capacidad de fundar alianzas enfocadas al desarrollo de un ecoturismo responsable y social.

La falta de asesoría/consultoría y acompañamiento para la creación de nuevos proyectos también es un complemento a la problemática del desarrollo del ecoturismo en la ciudad, pocas políticas de capacitación y fomento a nuevos empresarios, dan lugar a la creación de empresas con conocimientos empíricos y que se cierran a un nuevo contexto de innovación sustentable, capacitación con normatividad internacional para el aprovechamiento adecuado del turismo con base en una ecología sustentable y sostenible. Como resultado de estas circunstancias los sectores rurales de la ciudad solo ofrecen los mismos servicios básicos (alojamiento y alimentación) que se vienen prestando desde tiempo atrás, basándose únicamente en su ubicación rural, sin tener un producto o servicio verdaderamente diferenciador, dejando de lado sus escenarios naturales y la posibilidad de promocionar un turismo de naturaleza sostenible y lucrativo para todos.

1. Pregunta: ¿Cómo crear una propuesta de negocios (asesoría/consultoría y acompañamiento) alrededor de los escenarios naturales no aprovechados por los establecimientos rurales, que sean económicamente viable socialmente incluyente y ambientalmente sostenible?

5 OBJETIVOS:

5.1 Objetivo general:

Formular una estrategia de negocio para la creación de una empresa asesora-consultora-acompañante que establezca la planeación, dirección y ejecución de senderos interpretativos y temáticos, establecimiento de normas técnicas sectoriales de sostenibilidad e implementación de eco-tecnologías en fincas y establecimientos rurales que tienen atractivos turísticos en el marco del nombramiento del paisaje cultural cafetero.

5.2 Objetivos específicos:

- Realizar un diagnóstico empresarial sobre el estado de la aplicación de senderos interpretativos de la ciudad de Pereira.
- Generar propuestas estratégicas de senderos Interpretativos y temáticos dentro de los establecimientos y fincas rurales, de acuerdo a las características físicas y naturales que posean.
- Realizar planes estratégicos empresariales con normas vigentes para el sector turístico.

6 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Las trochas o caminos que desde antaño se formaban con el pasar de los animales que conducían al hombre se convirtieron en trochas de camino que posteriormente eran senderos para los viajeros. En nuestra región su procedencia proviene de la arriería que cruzaron toda nuestra región para abrir caminos, los cuales fueron reemplazados por vías. Quizás el pensar que estos andurriales se destacaban por su grandeza y variedad para comunicar pueblos o veredas se dejó de lado y hoy son tomados como verdaderos caminos inspiradores para disfrutar de la naturaleza algo que el hombre de la ciudad ha perdido por su constante trabajo y estrés. Disfrutar de ellos de una forma consciente implica generar cultura y conocimiento de la trayectoria de los mismos, pero igualmente hacerlos vivir a plenitud implica un alto trabajo de planeación aplicado que debe ser direccionado por expertos en la materia y lo ubique en un contexto de actividad dirigida y medida. Esto conlleva a la creación de una estructura concreta y organizacional que se basa en la administración dirigida por expertos. Ver figuras adjuntas.



7 COMPONENTE LEGAL

Es de suma importancia la forma como la empresa debe poseer un alto conocimiento en campos como lo teórico, lo jurídico y situacional como punto de partida para intervenir en el mejoramiento empresarial y de los ecosistemas que se hacen presente en los senderos

La defensa y preservación de la naturaleza hoy se sustenta en una legislación que salvaguarda la misma. Ahora hacer empresa implica cumplir la legislación. La intención es generar una empresa ganadora en asesorías que obviamente se rige por la legislación del código de comercio y la legislación tributaria que sustenta la formación empresarial como las SAS. Es necesario igualmente tener como marco para acompañar a las empresas operadoras de los senderos toda la legislación sobre la naturaleza y el medio ambiente. El conjunto de leyes y normas que se estará ejecutando con el acompañamiento empresarial y que están relacionadas en el siguiente listado que serán tenidas en cuenta para la misión del acompañamiento empresarial:

NTS –TS 001-1 Destinos Turísticos de Colombia. Requisitos de Sostenibilidad Especifica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica para destinos turísticos Marca de calidad turística.

NTS-TS 002 Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Requisitos de Sostenibilidad Especifica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica para los Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje Nivel alto de sostenibilidad: marca de calidad turística y sello ambiental colombiano nivel básico de sostenibilidad: marca de calidad turística.

NTC 5133 I Actualización Etiquetas Ambientales Tipo 1. Sello Ambiental Colombiano. Criterios para Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje Especifica los requisitos de sostenibilidad ambiental, para los Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje Sello ambiental colombiano.

NTSTS 006-2 Sedes para eventos, congresos, ferias y convenciones. Requisitos de sostenibilidad Esta norma técnica sectorial establece los requisitos ambientales, socioculturales y económicos relacionados con el desarrollo sostenible, que deben cumplir las sedes en donde se realizan eventos como congresos, ferias y convenciones, entre otros. Marca de calidad turística.

MARCO NORMATIVO: Constitución Política de 1991, que contiene varios artículos que resaltan la importancia de la conservación de la diversidad biológica (8, 63, 79, 80 y 334) , entre los que se destaca el derecho al disfrute y conservación de un ambiente sano, el deber de proteger las áreas de especial importancia ecológica, así como el derecho a la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre(52,64 y 67.).

Ley 99 de 1993, en sus principios generales incorpora el manejo ambiental de la biodiversidad (artículo 1) del país como patrimonio nacional que debe ser protegido prioritariamente y aprovechado en forma sostenible. De igual manera, trata aspectos relacionados con el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales renovables y del medio ambiente, así como la necesidad de coordinar acciones con las autoridades de turismo para el manejo de los bienes naturales que puedan tener utilización turística.

La ley 70 de 1993, establece en su artículo 51: “Las entidades del Estado en concertación con las comunidades negras, adelantarán actividades de investigación, capacitación, fomento, extensión y transferencia de tecnologías apropiadas para el aprovechamiento ecológico, cultural, social y económicamente sustentable de los recursos naturales, a fin de fortalecer su patrimonio económico y cultural”

Ley 165 de 1994, se reconocen las áreas protegidas como instrumentos importantes para cumplir las metas de reducción significativa de la tasa de pérdida de la diversidad biológica, contribuyendo además al alivio de la

pobreza, incluyendo medidas de adaptación para hacer frente al cambio climático y ofreciendo oportunidades para la investigación, la educación ambiental, la recreación y el ecoturismo. Además, el país se adhiere a los principios y compromisos adquiridos en el marco del Convenio de Diversidad Biológica, definidos en los “Lineamientos Internacionales de Turismo Sostenible y Biodiversidad”; se vincula a los principios y recomendaciones del Código de Ética Mundial para el Turismo, aprobado por la Organización Mundial del Turismo en 1999; y con las directrices de la Declaración de Quebec, suscrita en el marco de la Cumbre Mundial del Ecoturismo de 2002.

Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996, define términos como ecoturismo y regula los diferentes aspectos relacionados con la operación turística.

Ley 1101 de 2006, por medio de la cual se modifica la Ley General de Turismo, en materia de asuntos fiscales aplicables a los prestadores de servicios turísticos.

Ley 1558 del 10 de julio de 2012, por la cual se modifica la Ley General de Turismo y la Ley 1101 de 2006, se actualizan y armonizan conceptos y disposiciones para la promoción, la competitividad y regulación de la industria turística en el país, que a su vez conserven protejan y aprovechen los recursos y atractivos turísticos; además, dispone la conformación del Consejo Superior de Turismo, la promoción del turismo de interés social, regula la guianza turística en el país. Adicionalmente, plantea como competencia del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, la coordinación de actividades turísticas, las regulaciones, los límites de uso por turistas, la fijación de cobro de tarifas de ingreso en las Áreas Protegidas, con sujeción a los Planes de Manejo Ambiental de las mismas. Y establece como obligatoriedad para los prestadores de servicios correspondientes contar con la certificación de calidad en Turismo de Aventura y Sostenibilidad Turística.

8 COMPONENTE SITUACIONAL

Cada día se hace necesario que las empresas se especialicen y esto toca profundamente a nuestro sector. Las empresas, organizaciones y entidades del turismo se convierten en elementos más importantes por su alto nivel de generación de empleo, negocios, gremios, asociaciones y de dinero. Esto conlleva a que las empresas del sector se estructuren de una mejor forma y es allí donde la compañía presenta esas soluciones y acompañamiento. Pereira ha crecido en visitantes turísticos en más del 8% en el último año lo que generó la formación de nuevas compañías con el objetivo de atender esa masa creciente.

La ciudad cada día es el epicentro de la creación empresarial comercial, de diversión, de congresos y evento variado que permite consolidar unas ofertas muy claras que deben ser direccionadas estratégicamente para dar estabilidad al crecimiento empresarial del turismo y afianzar una cultura organizacional en desarrollo constante.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

BIODIVERSIDAD: Se entiende como la variabilidad de los organismos vivos de cualquier fuente, y la diversidad dentro de cada especie, entre las especies y los complejos ecológicos que forman parte.

ECOTURISMO: Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge y sensibiliza a los turistas.

DIRECCIONAMIENTO: El Direccionamiento Estratégico podríamos definirlo como el instrumento metodológico por el cual establecemos los logros esperados y los indicadores para controlar, identificamos los procesos críticos dentro de la gestión, los enfoques, y demás áreas importantes que tengan concordancia con la misión, la visión, y los objetivos establecidos.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: Es una herramienta administrativa que ayuda a incrementar las posibilidades de éxito cuando se quiere alcanzar algo en situaciones de incertidumbre y/o de conflicto (oposición inteligente). Se basa en la administración por objetivos y responde prioritariamente la pregunta “Qué hacer”.

TURISMO SOSTENIBLE: Son aquellas actividades turísticas que respetan el medio natural, cultural y social, al igual que los valores de una comunidad, donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje, donde los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa para las comunidades.

SENDEROS ECOLÓGICOS: generalmente se estable en terrenos de los bosques donde se instruyen a los visitantes sobre su historia, los beneficios y la manera como contribuyen al bienestar de las comunidades, al medioambiente y a la conservación de bosques naturales.

ASESORÍAS AMBIENTALES: Es la especialidad de consultoría que se dedica a ofrecer asesoría, capacitación y trámites relacionados con todos los asuntos en materia ambiental de una empresa u organización. Un consultor ambiental trabaja con el cliente en áreas como la contaminación de agua, el aire y el suelo, la evaluación de impacto ambiental, auditoría ambiental, la gestión de residuos, política ambiental, gestión ecológico-territorial, el ruido y la medida de las vibraciones y la gestión ambiental.

CONSULTORÍAS AMBIENTALES: La especialidad de consultoría que se dedica a ofrecer asesoría, capacitación y trámites relacionados con todos los asuntos en materia ambiental de una empresa u organización. Un consultor ambiental trabaja con el cliente en áreas como la contaminación de agua, el aire y el suelo, la evaluación de impacto ambiental, auditoría ambiental, la gestión de residuos, política ambiental, gestión ecológico-territorial, el ruido y la medida de las vibraciones y la gestión ambiental.

AMBIENTE: Región, alrededores y circunstancias en las que se encuentra un ser u objeto. El ambiente de un individuo comprende dos tipos de constituyentes: 1. El medio puramente físico o abiótico, en el cual él existe (aire, agua) y 2. El componente biótico que comprende la materia orgánica no viviente y todos los organismos, plantas y animales de la región, incluida la población específica a la que pertenece el organismo

ACTORES: Abarca los habitantes, los usuarios (habitantes o no de un ámbito), los representantes de organismos públicos o privados, en general, todas las personas que vean afectada su calidad de vida y que influyen o reciben los efectos de uso y conservación de los recursos natural.

AGENDA 21: Plan de acción elaborado en la Conferencia de Río de Janeiro (Cumbre de la Tierra, 1992).

AGRICULTURA SOSTENIBLE: Es la actividad agropecuaria que se apoya en un sistema de producción que tenga la aptitud de mantener su productividad y ser útil a la sociedad a largo plazo, cumpliendo los requisitos de abastecer adecuadamente de alimentos a precios razonables y de ser suficientemente rentable como para competir con la agricultura convencional.

APROVECHAMIENTO SUSTENTABLE: Uso de un recurso natural de modo tal que no altere las posibilidades de su utilización en el futuro.

AGROECOSISTEMA: Sistema agrícola y pecuario. Se trata de un ecosistema sensiblemente modificado y cuya estabilidad depende sustancialmente de subsidios energéticos.

ÁREA PROTEGIDA: Se trata de una porción de tierra o agua determinada por la ley, de propiedad pública o privada, que es reglamentada y administrada de modo de alcanzar objetivos específicos de conservación.

ASISTENCIA TÉCNICA: Proyectos que tienden a transferir conocimientos, información, o servicios para resolver problemas técnicos específicos o aportar elementos para su resolución, como por ejemplo: optimización de procesos, mejoras de calidad, pruebas de control de calidad, asesoramiento en diseño, mercadotecnia, puesta en marcha de plantas o pruebas de funcionamiento y rendimiento; o bien: formación y capacitación de personal.

AUDITORIA AMBIENTAL: Es la revisión sistemática, documentada, periódica y objetiva efectuada por entidades públicas y privadas de operaciones y prácticas enmarcadas en requerimientos ambientales.

BIOTECNOLOGÍA: Toda tecnología que se aplica a organismos vivos para hacerlos más valiosos para el ser humano.

CAPACIDAD DE CARGA: Es la facultad que tiene un medio (aire, agua y suelo) para absorber ciertos elementos extraños sin que ello implique cambios en sus relaciones esenciales.

CAPITAL NATURAL: Riqueza ecológica de un país. Un balance de la actividad humana y la naturaleza requiere que las decisiones económicas tomen en cuenta el consumo actual y el futuro ambiental.

9 RESULTADOS DE LOS OBJETIVOS

9.1 Objetivo 1. Aplicabilidad de senderos en Pereira:

Dentro de las encuestas y consultas que se realizaron para el diagnóstico, se encontró que los únicos establecimientos que presentan senderos ecológicos e interpretativos, son el Parque Natural Regional Ucumari, el Santuario de Flora y Fauna Otún Quimbaya y el Jardín Botánico de la Universidad Tecnológica de Pereira; y de forma incipiente el Ecohotel La Casona.

Estos senderos son:

Los senderos los Chorros y el Río como espacio de recreación: la belleza escénica de los saltos de agua ha sido uno de los destinos ecoturísticos más visitados de la ciudad de Pereira históricamente.

Los senderos los Chorros y Río se encuentran ubicados en las inmediaciones del centro de visitantes la Pastora, para su ingreso se requiere hacer un recorrido vehicular desde la ciudad de Pereira, hasta la vereda la suiza, sector el Cedral pasando por las veredas San José, El Porvenir, La bananera y La Florida el cual tiene una longitud de 22 Km Aprox, paralelos al Río Otún, luego se hace un recorrido a pie de 6 Km por camino real de herradura hasta el centro de visitantes la Pastora, lugar del cual salen ambos senderos.

Actualmente la CARDER delegó la administración de los servicios Ecoturísticos a la Federación Comunitaria para el Ordenamiento y Manejo de las Áreas Protegidas de Risaralda FECOMAR, que a través de sus organizaciones de base manejan lo que tiene ver con los servicios y actividades Ecoturísticas, pero además cooperan en la conservación del parque.

Los senderos de interpretación ambiental de los Chorros y el Río, usualmente no tienen un acompañamiento permanente de un intérprete ambiental, puesto que las instalaciones del parque están retirados del centro poblado en el cual los guías están ubicados. Además el grueso de los visitantes regularmente no recurre al acompañamiento de un intérprete ambiental, principalmente porque se desconocen la labor del mismo y conocen el acceso al parque hasta el centro de visitantes la Pastora. *(Concepto técnico: CAPACIDAD CARGA TURÍSTICA SENDERO LOS CHORROS Y EL RÍO PARQUE REGIONAL NATURAL UCUMARÍ - Capacidad de Carga Turística - Asociación de Intérpretes Ambientales Soledad de Montaña - Jesús David Gallego Flórez John Faber Ramos Torres - [autores] - AGOSTO DE 2011)*

En el santuario de fauna y flora Otún Quimbaya (5 senderos) universidad tecnológica de Pereira, además de los senderos que se establecieron en los corredores turísticos de Pereira que se exponen en fomento al turismo.

El sendero del jardín botánico de la Universidad Tecnológica de Pereira en virtud de este proceso el JBUTP ha logrado consolidar, desde el año 2000, un centro de visitantes de 2.449 metros cuadrados, un vivero de 3.714 metros cuadrados, oficinas, kioscos, cocinetas, baños, parqueaderos y zonas verdes que hacen de este un lugar único en la ciudad. Así mismo, cuenta con 1500 metros lineales de senderos en perfectas condiciones que permiten recorrer el área boscosa (10,9 hectáreas) y la zona del humedal (1,7 hectáreas). Igualmente, se han construido obras básicas de equipamiento e infraestructura como escaleras y caminos en concreto, vallas informativas y educativas, miradores, kioscos, barandas de seguridad, puentes y un muelle en madera que facilitan y hacen más agradable su visita.

Desde el 2002 el JBUTP ha desarrollado, a través de sus programas de conservación, educación e investigación, importantes acciones en pro de la conservación de la diversidad biológica, la educación y creación de conciencia ambiental, acompañadas y fortalecidas con la ejecución de proyectos de investigación básica y aplicada con comunidades y entidades de la región. Actualmente, el JBUTP cuenta con un nuevo programa: "Ecoturismo", cuya base es la práctica de actividades de deporte aventura en el nuevo atractivo turístico denominado paseo de dosel. A través de la práctica de este tipo de actividades se busca que los visitantes salgan de su área de comodidad y cotidianidad, y tengan un contacto directo con los recursos turísticos y educativos presentes en este lugar.

Después de analizar los resultados sobre el producto de senderos, nuestros aliados demuestran que el producto de senderos es viable y de mucho interés, conllevando a crear la coyuntura con la aplicabilidad de normas técnicas sectoriales relacionadas con sostenibilidad y calidad, además de la asesoría en la implementación de tecnologías en los establecimientos.

9.1.1 Anexo 1 – Encuestas.

Esta encuesta esta diseñada para realizar la contextualización y estructuración de un producto de senderos ecológicos en la ciudad de Pereira.

Agradecemos la respuesta las siguientes preguntas.

1. 1. ¿Qué clase de sendero ecológico quisiera implementar en su empresa?

- A- De reconocimiento del medio ambiente y sus problemas.
- B- De reconocimiento de flora y fauna.
- C- De beneficios de plantas medicinales.
- D- De Recreación

2. 2. ¿Qué actividades le gustaría que se implementara en el sendero Ecológico?

- A- Educación ambiental.
- B- Recorridos Nocturnos
- C- Observación de aves.
- D- Caminatas.

3. 3. ¿Para usted cual sería el tiempo estimado del recorrido para el sendero Ecológico?

- A- 0 - 20 minutos.
- B- 35 min - 1 hora
- C- 1 hora – 2 horas

4. 4. ¿Qué tipo de talleres quisiera que se involucraran durante el recorrido por el sendero?

- A- Talleres de Artesanía con material reciclable.
- B- Cocina en vivo con productos orgánicos.

<https://es.surveymonkey.com/r/7sm=vsnb1pYUd30KmsmqW69vgQ%3d%3d>

1/2

- C- Juegos de Exploración.
- D- Participar en actividades de museo histórico de fotos y vídeos.

5. 5 ¿Qué temática le gustaría encontrar en el sendero?

- A- Temas Cafeteros.
- B- Temas de mitos y leyenda.
- C- Temas culturales.

Listo

Desarrollado por



Vea qué fácil es [crear una encuesta.](#)

9.2 Objetivo 2. Generar propuestas de senderos Interpretativos y temáticos.

9.2.1 Fase 1. Sensibilización

Sensibilizar a los propietarios de la importancia de tener un valor agregado en los establecimientos y fincas rurales por medios de los senderos interpretativos planificados.

9.2.2 Fase 2: Educación y asesoría:

Por medio de estas iniciativas, se genera un proceso de formación empresarial con visión estratégica de educación ambiental y turística alrededor de los senderos interpretativos, permitiendo además asesorar a los propietarios los métodos de administración y operación de estos.

9.2.3 Fase 3: Consolidación:

Fortalecer los procesos de sensibilización y educación por medio de actividades (talleres de capacitación, definición de proyecciones y acciones de la idea de negocio para obtener como resultado la construcción del sendero interpretativo temático como una unidad estratégica de negocios.

9.2.4 DISEÑO DE SENDERO:

- Los diseños de senderos Interpretativos se realizaran de acuerdo a las características físicas de cada lugar estos implican estudios de impactos ambientales, materiales de construcción, logística y personal; después de construido el diseño del sendero se procede a elaboración de los procesos de interpretación y la ejecución de las actividades dentro de estos senderos. Esto implica medir el resultado generado por la satisfacción de cliente
- Estructurar el plan de negocios para las empresas del sector, con bases de sostenibilidad aplicados a la comunidad y a los entornos a trabajar.

10 METODOLOGÍA

Para dar inicio al proyecto es necesario desarrollar en su orden los objetivos específicos que le dan herramientas para construir las actividades de cumplimiento.

10.1 Diagnóstico:

Para realizar el diagnóstico sobre el estado de la aplicación de senderos en la ciudad de Pereira se requiere de las siguientes actividades:

- Consulta bibliográfica sobre las áreas protegidas de la ciudad y cuáles de ellas cuentan son senderos.
- Realizar el inventario de los establecimientos rurales y fincas que no estén registradas legalmente y tener en cuenta los establecimientos que ya están registrados en la cámara de comercio y que ha participado dentro de los lugares que cuentan con atractivos naturales.
- Investigar la economía y actividades que giran o pueden realizarse en torno a los senderos, hoteles, asociaciones etc.
- Evaluar Facilidades de movilidad y conexiones para los establecimientos que se van a trabajar.
- Analizar las Estadísticas de turistas con preferencia de turismo de naturaleza que pueden aportar a la creación del producto de senderos.

La consulta de fuentes secundarias serán la base fundamental para realizar el diagnóstico, estas consultas se realizarán de manera específica en bibliotecas, consultas de internet y entrevistas con personas vinculadas al sector de naturaleza y los dueños de las fincas que quieren participar dentro del proyecto.

La realización del inventario se tomará de la base del documento Marca Pereira, el cual será el mayor aportante a la consulta, también el RUT y el RUES y las investigaciones de primera mano que se realice en los lugares que están iniciando un producto turístico en la región.

Las estadísticas se tomarán desde las creadas por entidades como DANE, MINCOMERCIO, VICEMINISTERIO DE TURISMO, COTELCO, ANATO, Plan de Desarrollo Territorial, Terminal de Transportes (terrestre, aéreo)

Para generar las propuestas de senderos Interpretativos y temáticos dentro de los establecimientos y fincas rurales, se hacen necesarias las siguientes actividades:

- Recolección de información histórica: (impactos ambientales, mantenimiento y desarrollo de propuestas exitosas) esta se consultará en fuentes primarias y secundarias como entrevistas, encuestas, Biblioteca, internet.
- Estado de las actividades que se generan alrededor de las áreas protegidas y establecimientos rurales por medio de entrevistas y consultas.
- Análisis de competencias, dofa, expectativas de los casos exitosos, y las debilidades de las propuestas fracasadas.

Para estructurar el plan de negocios es necesaria la siguiente actividad.

- Luego de haber recolectado toda la información, se debe realizar un análisis donde se establezcan las estrategias que se trabajaran y las alianzas que nos permitan la construcción del plan de negocios empresarial de asesoría/consultoría.

La consulta del plan de desarrollo territorial de Pereira y el Plan de Ordenamiento territorial y la investigación de la Marca Pereira, darán los lineamientos para la construcción de estrategias de mercadeo, consultoría y planificación del plan de negocios.

Desarrollo de las fases metodológicas, objetivos y justificación. De acuerdo a los datos de plan de negocio.

10.2 PLAN DE NEGOCIOS.

10.3 Generalidades de la empresa:

- ✓ **Nombre de la empresa:** E-Consultants Ecological Trails E-CET
- ✓ **Nit empresa:** 1088.288.979
- ✓ **Gerente:** Mónica Eliana Ramírez & Diana Marcela Corrales
- ✓ **Dirección:** Pagina web- internet
- ✓ **Teléfono:** 3314464 /3012420026 y 3128052581
- ✓ **Actividad económica:** Asesoría/Consultoría y acompañamiento de Servicios Eco turísticos.
- ✓ **Años de existencia:** iniciando
- ✓ **Mercado:** Organizaciones y grupos empresariales, educativos y familias
- ✓ **Tipo de Sociedad:** sociedad anónima simple.

La agencia consultora E-Consultants Ecological Trails E-CET S.A.S iniciará actividades de forma principalmente virtual, es decir no se constituirá una oficina, se trabajará desde los domicilios de las socias creadoras de la empresa, con el fin de evitar gastos de montaje en oficina.

Se iniciará con una prueba piloto con el Ecohotel La Casona de Pereira, como empresa aliada a la operadora y para empezar el proceso de comercialización y posicionamiento en la ciudad.

10.4 Misión

Nuestra organización tiene como misión desarrollar gestión de proyectos en Eco – Hoteles o escenarios turísticos de la región Risaraldense mediante el apoyo, y seguimiento en procesos de construcción, planificación y operación de actividades de turismo sostenible; ofreciendo la mejor calidad en productos, servicios, seguridad y responsabilidad social. Basándonos en un enfoque experiencial para los turistas respondiendo a necesidades de diversión y conocimiento de nuestros escenarios naturales.

10.5 Visión

En el año 2016 consolidar el primer proyecto de asesoría/consultoría de senderos Ecológico en el Eco- hotel la casona con todos los productos y servicios de sostenibilidad propuesto, a nivel local y regional darnos a conocer como gestores de proyectos turístico especializado en senderos ecológicos con Enfoque en turismo sostenible. Diferenciándose por la calidad de productos y la participación de la comunidad local en los proyectos a desarrollar y ser reconocido como un agente facilitador de proyectos en senderos ecológicos a nivel regional y nacional.

11 OBJETIVO GENERAL EMPRESARIAL:

- ▶ Generar y posicionar las propuestas de senderos ecológicos en las empresas eco turísticas y eco hoteles de la Región; que sean innovadoras y que cumplan con los parámetros de sostenibilidad requeridas, operando todos los servicios y actividades dentro de los senderos convirtiéndolos y fortaleciéndolos como un atractivo natural del establecimiento que beneficie social y económicamente a las empresas afiliadas a la Agencia Operadora.

11.1.1 Objetivos específicos:

- ▶ Desarrollar Actividades Ecológicas, donde el turista aprenda y se concientice de la importancia de la Conservación natural.
- ▶ Generar propuestas agroecológicas dentro del Sendero y sus alrededores, para obtener Recursos de sostenimiento del Hotel y Productos para incrementar los Ingresos.
- ▶ Aplicar procesos de Eco tecnologías que ayuden a la sostenibilidad y ahorro Económico del Hotel.
- ▶ Llevar al Turista a un escenario semi- Urbano donde vivan una experiencia temática, educativa y creativa con las actividades y recursos naturales que ofrece el Hotel.

11.1.2 Principios:

- Compromiso con el cuidado del medio Ambiente y utilización de Materiales reciclables.
- Cultura de calidad y mejoramiento de nuestros productos y servicios.
- Responsabilidad Social con la Comunidad Local.
- Cultura de Innovación y originalidad.
- Compromiso constante con el servicio y nuestras promesas de Venta.
- Desarrollo y bienestar de nuestro Equipo de Trabajo.

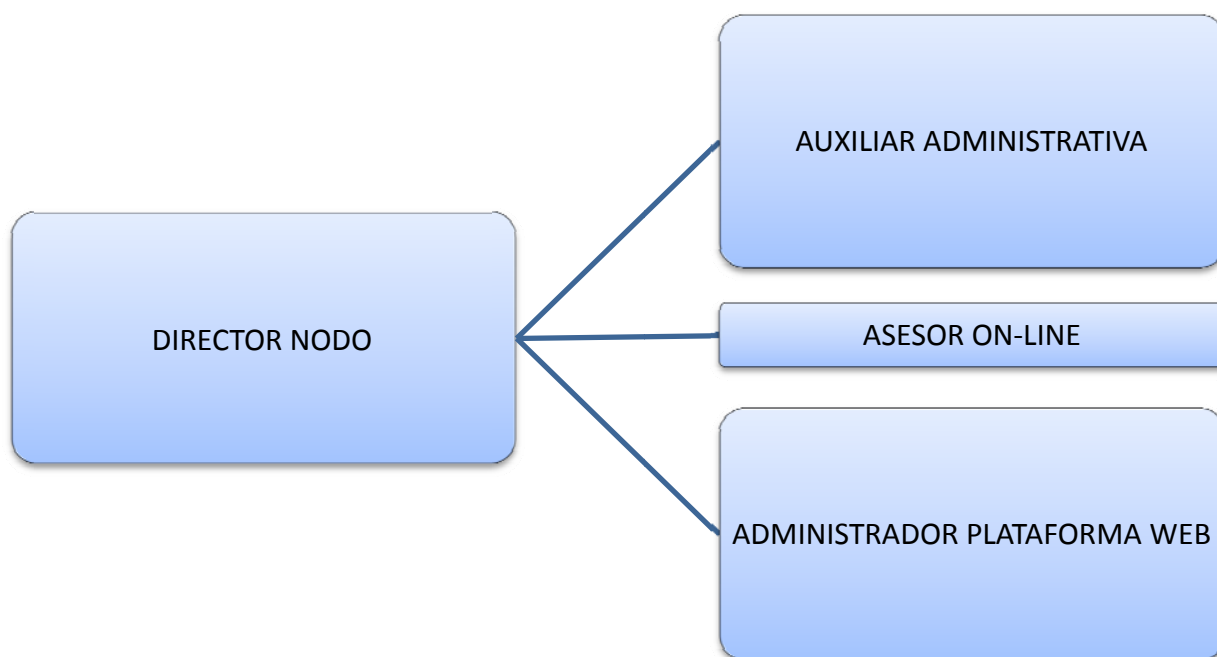
11.1.3 Valores:

- Responsabilidad en nuestro trabajo y proyectos a desarrollar.
- Respeto con los socios, clientes y compañeros de trabajo
- Honestidad.
- Equidad.
- Creatividad.
- Solidaridad.
- Integridad.

11.2 Recursos económicos:

- Se pactará un porcentaje por las ganancias que generen las actividades dentro de los proyectos.
- Se realiza un préstamo como inversión.
- Se calculará la TIR y la generación aceptable del VPN
- La agencia operadora será directamente la encargada de capacitar al personal y hará el mantenimiento del sendero.
- La publicidad y los grupos para alojamiento también los llevara la agencia operadora ofreciendo todo un paquete lo cual el precio será organizado por el Eco- Hotel.

11.3 ORGANIGRAMA



11.4 DOFA:

<p>DOFA E- CONSULTANS ECOLOGICAL TRAILS E- CET</p>	<p>LISTA DEBILIDADES:</p> <p>La administración de las empresas que vende productos de Naturaleza son empíricas.</p> <p>Las Empresas no cuentan con presupuesto suficiente para Invertir en las consultorías y asesorías y mejorar los procesos operativos y administrativos de los senderos ecológicos.</p> <p>El área comercial y de mercadeo de estos establecimientos no fomenta y desarrollan el interés de los clientes por escenarios naturales, limitándose a los servicios complementarios de los Hoteles.</p> <p>El plan de promoción y publicidad del eco Hoteles es muy débil en comparación con los Hoteles corporativos.</p> <p>Pocos programas de fidelización de clientes potenciales en actividades</p>	<p>LISTA DE OPORTUNIDADES:</p> <p>Por la gran riqueza natural en fauna y flora se puede realizar diferentes actividades eco turísticas como Observación de aves, por medio de senderos ecológicos y asesorar a estas empresas para que se convierta en productos estrellas de su establecimiento.</p> <p>Las empresas que invierta en las consultorías y asesorías que cumplen con todos los procesos y servicios en sostenibilidad, serían establecimiento competitivo dentro del marco turístico y cultural del paisaje cultural cafetero.</p> <p>Fomentaría la educación y diferentes proyectos en colegios y universidades en sus espacios naturales.</p> <p>Ayudaría al empleo local.</p> <p>Ayudaría a las ventas de los establecimientos naturales, porque su portafolio sería más amplio en productos y servicios y tendrían un enfoque de sostenibilidad certificado.</p> <p>Con la gestión de proyectos y asesorías en los establecimientos</p>
---	--	--

	<p>y talleres ecológicos en los establecimientos rurales y eco hoteles de la ciudad.</p> <p>Descuido en los escenarios naturales de los establecimientos.</p> <p>No tienen un producto estrella que reconozca los establecimientos y eco hoteles de la ciudad (puede ser plato gastronómico, decoración. etc.</p>	<p>rurales implementando procesos de auto- sostenibilidad, se pueden aprovechar las propiedades del suelo utilizando los recursos del entorno por medio de productos Eco- tecnológicos que contribuyan al medio ambiente.</p>
	<p>LISTA DE FORTALEZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El turismo corporativo y de naturaleza es muy fuerte en la ciudad de Pereira. • Los establecimientos rurales y Eco hoteles de la ciudad están ubicados estratégicamente para desarrollar actividades eco turísticas y tienen una gran oferta ambiental. • La infraestructura de las empresas y los eco Hoteles de la ciudad es buena. • La mayoría de 	<p>LISTA DE AMENAZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deslizamiento de los suelos. • Problemas de erosión en senderos mal diseñados. • Eventos catastróficos por los cambios climáticos que está sufriendo la región. • Surgimiento de problemas por el manejo de los Ingresos generados de los senderos y mala administración para el mejoramiento constante de los procesos de sostenibilidad. • Debilidad en temas de promoción y mercadeo para que cumpla con las metas propuestas dentro del ingreso del Eco- Hotel. • Falta de involucramiento de las

<p>DOFA E- CONSULTANS ECOLOGICAL TRAILS E- CET</p>	<p>establecimientos llevan mucho tiempo en el sector Hotelero contando con clientes fijos los cuales se pueden contar para estos nuevos proyectos.</p> <ul style="list-style-type: none"> Existen muchos profesionales interesados en trabajar en el sector ambiental y turismo sostenible que pueden ayudar a gestionar proyectos para la región y en futuro el país. 	<p>autoridades para resolver problemas que se puedan surgir para el buen desarrollo de la oferta Turística (vías de acceso, Saneamiento, agua etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> Que el proyecto no cumpla las perspectivas de la empresa económicamente. Que por el desplazamiento de los turistas por el sendero se pueden perder actividad de aves o animales que estaban en los espacios naturales antes de la realización de los sendero. Extracción de plantas o productos del sendero por los visitantes del lugar.
---	---	---

11.1 Cuadro De Objetivos De Actividades.

<p>OBJETIVO GENERAL</p>	<p>Formular una estrategia de negocio para la creación de una empresa asesora/consultora acompañante que establezca la planeación, dirección y ejecución de senderos “interpretativos” y temáticos en las fincas y establecimientos Rurales que tienen atractivos turísticos en el marco del nombramiento del paisaje cultural cafetero.</p>			
<p>Objetivos. Específicos</p>	<p>Actividades a Desarrollar</p>	<p>Fuentes y Documentos y Consultas</p>	<p>Definición De Metodología De La Investigación</p>	<p>Instrumentos</p>

Realizar un diagnóstico empresarial sobre el estado de la aplicación de senderos interpretativos de la ciudad de Pereira y su periferia	Consulta base de datos sobre empresas con estas características en la ciudad de Pereira	Páginas amarillas, internet, inventario turístico de Pereira	Consultiva y exploratoria	Bases de datos. Internet. conversaciones
Generar propuestas estratégicas de senderos Interpretativos y temáticos dentro de los establecimientos y fincas rurales, de acuerdo a las características físicas y naturales que posean.	Realizar salidas de campo realizando los diagnósticos físicos de los lugares donde se implementara estos proyectos y documentarnos del estado anterior de estos establecimientos	Inventario turístico de Pereira. Plan de desarrollo municipal	Exploratoria y consultiva	Bases de datos. Internet Conversaciones Salidas de campos
Realizar planes estratégicos empresariales con normas vigentes para el sector turístico	Conocer y cotizar Productos, sus Condiciones De Venta, Volúmenes, Calidad, Ubicación, Clientes, Medios De Distribución,	Estudio del proveedor. - Página web del proveedor. - Observación del proveedor. - cotizaciones de los diferentes proveedores.	Consultiva. Exploratoria	Cotizaciones, llamadas, correos electrónicos. Directorio telefónico, internet.

	Tiempos De Entrega, capacitaciones y normas implementadas hasta el momento			
Generar propuestas innovadoras en el mercado de turismo de naturaleza para ofrecer productos únicos y sostenibles al turista	Investigación de las preferencias de los turistas de naturaleza. Elaboración de productos en laboratorios con procesos sostenibles	Leer los historiales de visitas en los libros de registro de los Eco hoteles. Entrevistas de la comunidad para la realización de productos basados en su conocimiento ancestral	Consultiva y exploratoria	Visitas Entrevistas Base de datos y registros
Definir las estrategias más adecuadas para llegar con éxito al mercado.	Conocer los antecedentes de las estrategias que no funcionaron. Bechmarketing	Investigación de la competencia. Internet, libros, periódicos y entrevistas Investigar meses, precios y tiempo que los turistas buscan en la visitas	Consultiva y exploratoria	Internet Libros Entrevistas Salidas de campo

12 CRITERIOS DE SELECCIÓN DE EMPRESAS A ASESORAR

La empresa integrara los establecimientos Rurales que apenas están iniciando sus actividades turísticas y buscará alianzas con las empresas ya establecidas construyendo senderos ecológicos con escenarios y actividades tematizadas en cada uno de ellos con un producto diferente para el cliente y así generar oportunidades económicas y ampliando su portafolio de productos a las empresas aliadas, generando empleo local y aprovechando el conocimiento cultural que tiene alrededor de estas empresas para plasmarlos en cada una de ellas.

Todos los proyectos que se realizaran en los eco hoteles o establecimientos rurales que apuntan a una segmentación seleccionada de clientes, que van desde los grupos familiares, particulares y empresariales que desean adquirir servicios turísticos para descansar de su rutina diaria y que buscan interactuar con el medio natural y cultural al que están visitando en la ciudad. Este es un segmento puntal para intervenir en un mercado creciente

La empresa integrara los establecimientos Rurales que apenas están iniciando sus actividades turísticas y buscara alianzas con las empresas ya establecidas construyendo senderos ecológicos con escenarios y actividades tematizadas en cada uno de ellos con un producto diferente para el cliente y así generar oportunidades económicas y ampliando su portafolio de productos a las empresas aliadas, generando empleo local y aprovechando el conocimiento cultural que tiene alrededor de estas empresas para plasmarlos en cada una de ellas.

Todos los proyectos que se realizaran en los eco hoteles apuntan a una segmentación seleccionada de clientes, que van desde los grupos familiares, particulares y empresariales que desean adquirir servicios turísticos para descansar de su rutina diaria y que buscan interactuar con el medio natural y cultural al que están visitando en la ciudad. Este es el puntal para intervenir en un mercado creciente.

13 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

Según la investigación presentada por parques (Nacionales) Entre los años 1.970 y 1.980, todas las actividades turísticas realizadas, fueron consideradas como uno de los principales factores depredadores para la naturaleza y el mayor enemigo de los recursos naturales. De hecho, la práctica de manera incontrolada, desordenada y masiva se ha constituido en una amenaza

Para el entorno en el cual se desarrolla. Ahora en la actualidad el ecoturismo es una modalidad especializada del turismo y se concibe como una estrategia de conservación, para lo cual se han propuesto un conjunto de lineamientos orientados al desarrollo de esta actividad en el marco de las acciones de protección del patrimonio natural y cultural y la sostenibilidad de los servicios eco sistémicos, estas acciones pueden ser una alternativa para los parques naturales y en este caso para los Hoteles verdes que pueden hacer parte de esta actividad, pero ahora los Eco hoteles, o Hoteles verdes están limitados en conocimiento de las oportunidades que brinda el ecoturismo a su entorno, no participando en el desarrollo del turismo sostenible en la ciudad; muchas veces la ubicación de estos establecimientos pueden ser unos de los obstáculos para que la gente o los turistas NO los considere un lugar de ocio y de actividades eco turísticas, porque el conocimiento general de los turistas es que las actividades eco turísticas, solo se puede realizar en zonas más boscosas y privadas.

Aunque el concepto o pensamiento de los dueños de los eco hoteles, es más de alojamiento y gastronomía las oportunidades que algunos de estos establecimientos tiene es más que lo que ellos piensan, porque cuenta con todos los escenarios para desarrollar actividades eco turística, aunque el tema de investigación de suelos, capacidad, inventario de fauna y flora y el personal capacitado es una de sus principales problemas para potenciar estas cualidades naturales, por tanto, el diagnóstico de este factor en Pereira en materia de turismo naturaleza en su plan de ordenamiento territorio abarca varios problemas como la cobertura y calidad de servicios públicos, disposición de la comunidad hacia el turismo y formación y capacitación turísticas, aspectos que dan respuesta a los siguientes requerimientos como el análisis del entorno y del contexto socioeconómico y territorial de Pereira. Política nacional propuesta de capacidades y competencias del recurso humano para el desarrollo del turismo. Diagnóstico y propuesta de calidad del destino turístico. de nada sirven atractivos magníficos y bien conectados con el mercado, si no hay empresarios dispuestos a brindar servicios de calidad, con visión global,

comprometidos con el destino y que vean la oportunidad de negocio como lo estamos viviendo con los Eco hoteles de Pereira.

13.1 Variables De La Investigación.

El turista de naturaleza se caracteriza por ser:

- Culto, adulto y adulto mayor
- Enfocado en medioambiente
- Conducta de compra con los criterios tradicionales (precio, confort, servicios, calidad, etc.)

Fuente: (Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza para Colombia)

De acuerdo con Proexport los principales segmentos de mercado para este tipo de turismo son (Proexport, 2012):

- Jóvenes
- Parejas sin hijos
- Parejas cuyos hijos ya no viven en casa
- 50% hombres, 50% mujeres
- 50% solteros, 50% casados

También desde Proexport citado en el Investigación de Mercado y plan de mercadeo de Pereira denomina que: Actualmente, las personas entre 40 y 60 años practican el senderismo cinco horas al día o más y son capaces de dormir en una tienda de campaña. Los turistas jubilados practican “soft adventure”. El turista de aventura se diferencia del turista habitual en su entusiasmo por este tipo de vacaciones. Más personas con estrés practican deportes extremos (Proexport, 2012)

Además los eco-turistas son personas básicamente interesados en la observación, dado que suelen ser personas cultas y de mayor edad. Con las siguientes características:

Viajeros con experiencia

- Mayor de 30 años
- 50/50% hombre/Mujer
- Motivo de viaje a áreas naturales protegidas
- Extranjeros viajeros independientes

(Investigación de Mercado y plan de mercadeo de Pereira.)

13.2 Estudio Oferta Eco Hoteles De La Ciudad:

Para el proyecto es muy importante conocer la oferta de los Eco hoteles de la ciudad, por medio de este análisis se pueden identificar las empresas potenciales para el desarrollo de la empresa propuesta, además de conocer como es la competitividad en cuanto precios y servicios que se prestan en la ciudad de Pereira en el segmento ecohoteles o alojamientos rurales.

A continuación encontraremos datos básicos de servicios y precios de los ecohoteles de Pereira. Ver figuras anexas del potencial a visitar.

normas - gustavodelapava@ | pereiraculturayturismo.gov.co | Corredores Turísticos x +

← → ↻ 🏠 | pereiraculturayturismo.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=119&Itemid=671

Agrega a la barra de favoritos mediante la selección de ☆ o importando tus favoritos.

Instituto Municipal de Cultura y Fomento al Turismo

Institucional Inicio Emisora Banda Biblioteca Formación Teatro y auditorios Turismo

Institucional **Corredores Turísticos** **Eventos**

- Convocatorias
- Contratación
- Normatividad
- Rendición de cuentas
- Agreмиaciones y asociaciones
- Servicios
- Peticiones, quejas, reclamos y denuncias
- Planes Programas y Proyectos
- Certificados en Línea

Pereira cuenta con territorio en varias Zonas Naturales protegidas del departamento de Risaralda, dentro de su geografía tiene tierras que hacen parte del Parque Nacional Natural los Nevados, el Parque Regional Natural Ucumari, el Parque Regional Natural Barbas Bremen y el Parque Regional Serranía del Alto del Nudo.

CORREDOR TURÍSTICO LA FLORIDA
Parque Ucumari con su centro de visitantes la Pastora
Distancia desde Pereira: 30 Km (acceso a la laguna del Otún y PNN Nevados con un recorrido de 44 Km) Altitud: 2.400 a 5.000 msnm.
Actividades: senderismo, observación de avifauna y cascadas.
Santuario de Flora y Fauna Otún Quimbaya:
Distancia desde Pereira: 18 km, Altitud: 1.800 msnm
Actividades: Cuenta con 5 senderos ecológicos, Cascadas, avistamiento de aves, Mono Aullador, oso de anteojos, danta del paramo, águilas, venados, tigrillos, palma de cera, existen más de 300 especies de aves a lo largo del río Otún ciclo paseos, turismo de aventura, centro de visitantes bosque de nieblas, santuarios, reservas y ríos. A los que se puede acceder inicialmente en chiva vehículo típico de la zona o en bicicleta.

Vieques del Teatro
"Entre nos"
4 de Septiembre
Teatro de Cámara del Instituto Municipal de Cultura y Fomento al Turismo
Comienza a las 7:00 y 8:00 Entradas gratis
Pereira Ciudad Cultural

11:56 p. m. 22/10/2015

14 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

14.1 Diagnóstico Sobre El Problema Objeto De Estudio

El turismo de naturaleza en Pereira viene desarrollándose hace poco tiempo, pero vemos que avanza de una buena manera y con ejemplos como el Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya, que ha obtenido reconocimiento en sistemas de sostenibilidad.

La ciudad cuenta con una cantidad aproximada de 11 ecohoteles registrados en el RÚes que son potenciales para el desarrollo de proyectos de ecoturismo, pero estos eco hoteles quizás no visualizan que pueden utilizar un espacio de su establecimiento en construir una propuesta diferenciadora para los turistas que buscan algo más que descanso, o simplemente no ven garantía en concurrir con un gasto adicional como sería la construcción de un sendero ecológico dado que no daría mayor rentabilidad, (relación costo-beneficio). Además las fincas turísticas que se ha visitado y están empezando el proceso

Adicional a esto se han formado empresas que se convierten en núcleos cerrados que no permiten la asesoría de profesionales, de los saberes de la comunidad o de personas expertas en temas de naturaleza, esto los va dejando fuera del mercado, terminan siendo poco competitivos y disminuyendo sus ingresos para finalmente tener que vender o a fuerza mayor replantearse nuevamente como otra empresa. Los dueños de los eco-hoteles no tienen una formación en planificación turística y de senderos naturales al momento de iniciar sus proyectos, ya que toda su participación y conocimiento es empírica. El resultado de todas estas circunstancias es que los ecos hoteles de la ciudad ofrezcan los mismos servicios de un Hotel corporativo sin tener un producto o servicio diferenciador aprovechando sus escenarios naturales y promocionando un turismo de naturaleza sostenible y lucrativa para todos. Árbol de problemas. El concepto Eco hotel en la ciudad está mal planteado para los empresarios y algunas empresas de hotelería y turismo como lo son Cotelco y el rúes, ya que han clasificado empresas que no cumplen con las características que debe tener un Eco hotel o hotel verde.

El concepto hotel Ecológico y hoteles verdes según el internet y libros de ecoturismo dice que:

“Un hotel ecológico debe generalmente cumplir con los siguientes criterios”

- La dependencia del medio natural
- La sostenibilidad ecológica
- Contribución demostrada para la conservación
- El suministro de programas de formación ambiental
- La incorporación de las consideraciones culturales

- Provisión de un retorno económico a la comunidad local

Basados en estos conceptos y la investigación de los problemas generales de los hoteles en la ciudad de Pereira los resultados de esta investigación son:

14.2 Problemas de investigación de mercados:

- No aplican mecanismos de control de la calidad y de la satisfacción de los clientes.
- No conocen el perfil del turista de naturaleza y corporativo que visitan
- Falta de una visión de negocios y cultura empresarial que involucre actividades de naturaleza en su negocio.
- No existe plan de negocios (las metas y los medios son poco claros).
- Funcionan de manera muy empírica e improvisada (no se lleva registro de nada; no hay planeación; no existe supervisión ni retroalimentación).

14.3 Problemas de mercadeo:

- Baja o nula rentabilidad. No han posicionado No saben gestionar fondos públicos de manera autónoma.
- No tienen definidas sus estrategias de comercialización para entrar al mercado.
- Falta consolidar y diversificar los productos turísticos para hacerlos competitivos en el mercado.
- No tienen fortalecida un área de mercadeo que promocionen y gestionen su portafolio de servicio en medios de comunicación, internet y visitas comerciales.

15 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:

15.1 Empresas potenciales como clientes:

ECOHOTEL LA CASONA

Tarifas del eco-
hotel la casona:

HABITACIÓN SENCILLA	HABITACIÓN DOBLE
\$119.000	\$154.000

Oferta según su instalación:

ITEMS	CAPACIDAD
HABITACIONES	34
SALONES	3
RESTAURANTE	1
SENDERO	2

Oferta según ubicación:

Km 6- vía/ Armenia Pereira (semi- urbano)

Oferta según servicios:

- Spa
- Gimnasio
- Eventos
- Restaurante
- Wi- fi
- Canchas de futbol
- Sendero (en construcción)

Canales de comercialización:

- Página Web
- Oficina en Bogotá
- Facebook
- Booking

- Despegar
- Cotelco

Mecanismos de promoción utilizados:

- Llamadas telefónicas para clientes
- Página web
- Ejecutivos de cuentas en Bogotá

HOTEL SAZAGUA.

Tipo De Empresa:Hotel Boutique

Segmentos De Mercado: Negocios, convenciones. Es un Hotel de lujo que brinda un amplio portafolio para los clientes corporativos y para familias, su mayor cliente es el corporativo ya que sus espacios está rodeado por un área natural y ofrece salas para reuniones de empresas más importantes de la ciudad.

Oferta según tarifa:

TARIFA SENCILLA	TARIFA DOBLE
\$270.000	\$295.000

Oferta según su instalación:

ITEMS	CAPACIDAD
HABITACIONES	10
SALONES	2
RESTAURANTE	1
SENDERO	0

Oferta según ubicación:Pereira 2 km – 5 minutos

Oferta según servicios:Hotel Boutique Sazagua dispone de Zona Húmeda y SPA (Piscina sauna, turco, jacuzzi)

- Business center, Internet inalámbrico ilimitado.
- Senderos Ecológicos(no tienen)
- Servicio de lavandería

- Servicio de transporte
- Personal Bilingüe
- Parqueadero gratuito
- Wifi
- Centro de negocios
- Salón de eventos- 2 en total una con capacidad de 20 personas, y otro de 80 personas)

Canales de comercialización: Solo páginas Web:

<http://www.sazagua.com/eventos/eventos.htm> Promoción en periódicos, revistas y puntos de información Turística.

Mecanismos De Promoción Utilizados: Página web no tiene más

HACIENDA MALABAR- CERRITOS PEREIRA:

Tipo De Empresa: hostel casa de Campo

Segmentos De Mercado: Ocio y recreación y Eventos.

Tarifas:

TARIFA SENCILLA	TARIFA DOBLE
\$233.000	\$277.000

Oferta según su instalación:

ITEMS	CAPACIDAD
HABITACIONES	7
SALONES	3
RESTAURANTE	1
SENDERO	0

Oferta Según Ubicación: El Hostal Hacienda Malabar, está ubicado en el Km 7 vía Pereira-Cerritos entrada No. 6a 45 Minutos del Parque del Café en Montenegro y Panaca en Quimbaya.

Oferta según servicios:

- Restaurante,
- Televisión por Cable,
- Teléfono,
- Mini-bar
- Internet inalámbrico,
- Cajillas de seguridad

Canales de comercialización: páginas web y voz a voz, oficina solo en la ciudad de Pereira

Mecanismos de promoción utilizados: páginas web
reservas@hotelmalabar.com Recomendar por medio de la voz a voz y eventos

Mercado Objeto De Cada Establecimiento: Extranjeros y eventos locales

HACIENDA SAN JOSE:

Tipo De Empresa: Hacienda

Segmentos de mercado: Negocios, convenciones ocio y recreación.

Tarifas:

TARIFA SENCILLA	TARIFA DOBLE
\$275.000	\$302.000

Oferta según su instalación:

ITEMS	CAPACIDAD
HABITACIONES	11
SALONES	0
RESTAURANTE	1
SENDERO	0

Oferta según ubicación: Km 4 Vía Pereira Cerritos Entrada 16 Cadena El Tigre
 Pereira - Colombia

Oferta Según Servicios

- Restaurantes
- Cabalgatas

- Avistamiento de aves
- Transporte
- Wi- fi
- Planes Turísticos en la Región Cafetera

Canales De Comercialización: Grupo Living Hoteles,

Mecanismos de promoción utilizados:

paginas <http://www.haciendahotelsanjose.com/es/inicio.htm>, grupo hotelero

Mercado Objeto De Cada Establecimiento: grupos extranjeros, grupo empresariales.

ESTANCIA EL CANEY:

Tipo De Empresa: Estancia

Segmentos De Mercado: Ocio y recreación.

Oferta según tarifa:

TARIFA SENCILLA	TARIFA DOBLE
\$110.000	\$150.00

Oferta según su instalación:

ITEMS	CAPACIDAD
HABITACIONES	10
SALONES	1
RESTAURANTE	1
BAR	1
SENDERO	0

Oferta según ubicación: Kilómetro 18 Vía Cartago Entrada Golf Country Club Pereira, Fonda Central, Risaralda.

Oferta según servicios:

- Internet Banda Ancha.
- Juegos de Mesa y Microfútbol.
- Servicios de restaurante y Cafetería.
- Bar.
- Lavandería.
- Parqueadero.

- Piscina.

Canales de comercialización:

- Booking
- Despegar.com
- Página web

Mecanismos de promoción utilizados: Página Web- solo es en Pereira

EL BOSQUE DEL SAMÁN

Tipo De Empresa: Hacienda

Segmentos De Mercado: Negocios, convenciones ocio y recreación.

Tarifa:

Temporada Baja	Temporada Alta
\$133.000	\$155.000

Oferta según su instalación:

ITEMS	CAPACIDAD
HABITACIONES	13
SALONES	1
RESTAURANTE	1
BAR	1
SENDERO	0

Oferta según sus servicios:

- Internet WI FI
- Salón para eventos y convenciones (Hasta 400 personas)
- Piscina
- Jacuzzi
- Turco
- Cancha de futbol
- Billar Pool
- Sapo
- Bar
- Restaurante

- Kiosco
- TV Cable
- Parque Infantil
- Lago de Pesca

Oferta según ubicación: Pereira- Vía Cerritos (solo a 10 minutos)

Canales De Comercialización: oficina en Pereiracalle 33-10-17solo en Pereira

Mecanismos De Promoción Utilizados: <http://bosquesdelsaman.com>

Mercado Objeto De Cada Establecimiento: Turistas del Quindío y Risaralda, grupos empresariales locales

CASA DE HUÉSPEDES COMFAMILIAR GALICIA:

Tipo De Empresa: caja de compensación- deportes y recreación

Segmentos De Mercado: ocio recreación y corporativos

Tarifa:

Temporada Baja	Temporada Alta
214.000	250.000

Oferta según su instalación:

ITEMS	CAPACIDAD
HABITACIONES	112
CABAÑAS	22
SALONES	1
RESTAURANTE	1
BAR	1
SENDERO	0

Oferta según sus servicios:

- Baño social
- Cocina dotada, asador móvil, nevera, lavadero externo
- Piscina privada, jacuzzi, sauna y turco de 6:00pm a 10:00pm.
- Salón de juegos de mesa, canchas múltiples, servicio de mini mercado
- Parqueadero
- Ingreso a la granja de Noé y al parque recreacional con nuevas atracciones (piscina de olas y toboganes)- además de servicios adicionales como alquiler de salones y coliseo entre otros.

Oferta según ubicación:Kilómetro 11 Vía Pereira – Cerritos (Sector Galicia), Pereira - Risaralda

Canales De Comercialización:

- Facebook
- Booking
- Despegar.com
- Terminal de transportes y aeropuerto.

Mecanismos de promoción utilizados: Internet, televisión, publicidad, Facebook, cotelco y pagina web empresarial.

Mercado Objeto De Cada Establecimiento:Grupos Empresariales, grupos universitarios, grupos familiares.**CASTILLA CASA DE HUESPEDES:**

Tipo De Empresa: Hotel Campestre

Segmentos De Mercado:ocio recreación y corporativos

Tarifa:

Temporada Baja	Temporada Alta
200.000	250.000

Oferta según su instalación:

ITEMS	CAPACIDAD
HABITACIONES	9
CABAÑAS	0
SALONES	0
RESTAURANTE	1
BAR	0

SENDERO	0
---------	---

Oferta según sus servicios:

- Bar
- Salón Gimnasio
- Sala de entrenamiento
- Desayuno gratis
- Internet de alta velocidad gratuito (WiFi)
- Actividades infantiles (Ideal para niños / familias)
- Cocina Restaurante
- Servicio de habitación Suites
- Piscina

Oferta según ubicación:

Kilómetro 10, vía Pereira – Cerritos (57) (6) 337 9045, CELULAR: (57) 315 499 9545

Canales de comercialización:

Trip Advisor
 Pagina Web
 Facebook
 What app
 Booking.com

Mecanismos de promoción utilizados:Internet. , Facebook, cotelco y pagina web empresarial

Mercado objeto de cada establecimiento:Grupos empresariales. Académicos y familiares

SAN ANTONIO DEL CERRO HOTEL CAMPESTRE

Tipo De Empresa:Hotel campestre

Segmentos De Mercado:ocio recreación y corporativos

Tarifa:

Temporada Baja	Temporada Alta
200.000	250.000

Oferta según su instalación:

ITEMS	CAPACIDAD
HABITACIONES	9
CABAÑAS	0
SALONES	0
RESTAURANTE	0
BAR	0
SENDERO	0

Oferta según sus servicios:

Golfito
Cancha de Fútbol ocho
Voley Playa
Piscina
Juegos infantiles

Oferta según ubicación: kilómetro 10, vía Pereira – Cerritos (57) (6) 337 9045, CELULAR: (57) 315 499 9545

Canales de comercialización:

- Hoteles.com
- Despegar.com
- Cotelco
- Trip Advisor
- Booking.com

Mecanismos de promoción utilizados: Internet, Facebook, directorio y pagina empresarial

Mercado Objeto De Cada Establecimiento: Familiares y empresariales

HOTEL TERMALES DE SANTA ROSA DE CABAL

Tipo De Empresa: Hotel campestre y ecológico

Segmentos De Mercado: ocio recreación y corporativos

Tarifa:

Temporada Baja	Temporada Alta
200.000	250.000

Oferta según su instalación:

ITEMS	CAPACIDAD
HABITACIONES	9
CABAÑAS	17
SALONES	0
RESTAURANTE	1
BAR	0
SENDERO	2

Oferta según sus servicios:

- vestidores
- Sala de masajes
- Piscinas romanas de agua termal exclusiva para los huéspedes
- Parqueadero vigilado las 24 horas.
- Televisión satelital.
- Internet WI-FI
- La Tiendita: tienda donde usted encontrara artículos de primera necesidad.
- Personal de seguridad en el establecimiento como en carretera.
- Juegos de mesa: ajedrez, domino, cartas.
- Expedición Termal guías especializados le llevan a recorrer nuestro entorno. Conocer los afloramientos de lodo, agua termal, piscinas naturales.
- Planes de luna de miel y aniversario.

Oferta según ubicación:

Km. 9.5 Vereda San Ramón Hotel Termal: Km. 10 Vereda San Ramón

Canales de comercialización:

- Hoteles.com
- Despegar.com
- Cotelco
- Trip Advisor
- Booking.com

Mecanismos de promoción utilizados: Internet, Facebook, directorio y pagina empresarial.

Mercado Objeto De Cada Establecimiento: Familiares y empresariales.

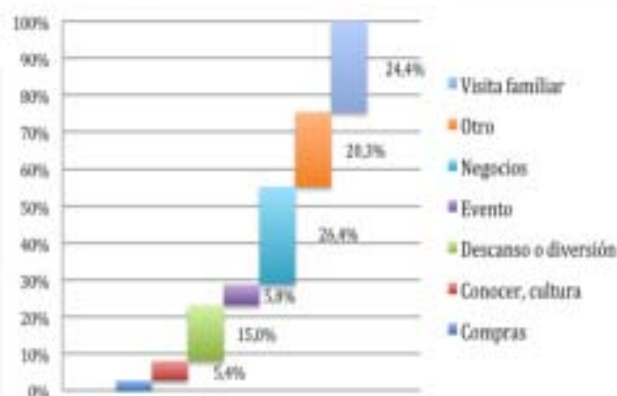
15.2 Origen del mercado por motivación:

De acuerdo a los estudios las principales motivaciones de viaje de nuestros visitantes son las siguientes:

1. El 26,4% los viajes realizados son de Negocio.
2. El 24,4 % los viajes realizados son de visita familiar.
3. El 20.3% los viajes realizados fueron de otros.
4. El 15,0 % los viajes realizados fueron de descanso y diversión.
5. El 5.8% los viajes realizados fueron de eventos.
6. El 5,4% los viajes realizados fueron de conocer cultura y lo demás fue de compra.

GRAFICO (Investigación de Mercados y Plan de Mercadeo Sector Turístico de Pereira CPC Agencia)

¿Cuál es el motivo de su viaje?



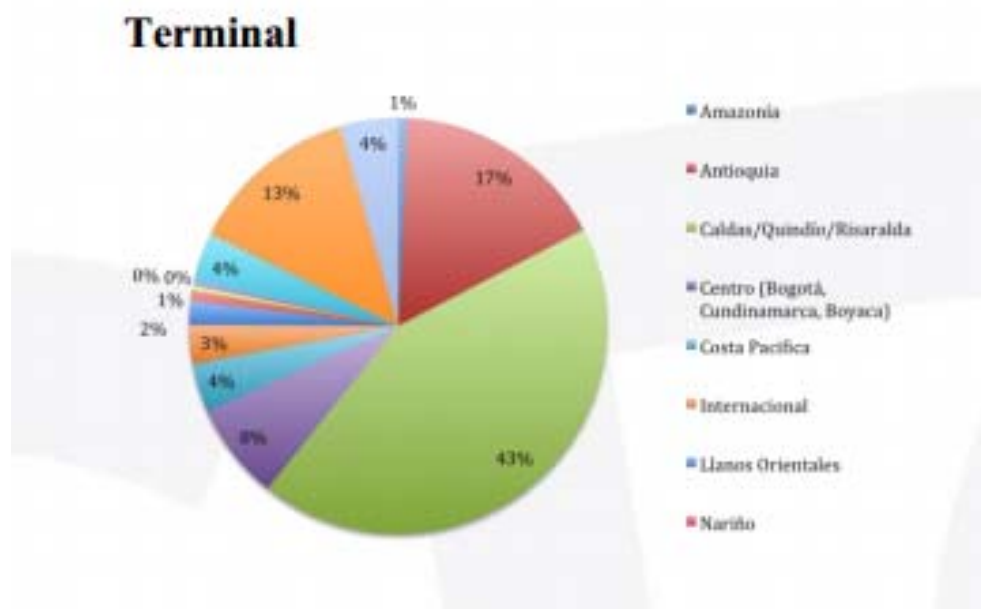
Las visitas familiares en una ciudad intermedia como Pereira, se destacan con un 33%, continuando con los negocios con un 21%, y finalizando el grupo de las principales razones se Encuentra el descanso o diversión con 18% de participación. Los negocios se destacan con un 41% como motivo principal, seguido del descanso o diversión con un aproximado 23%.

15.3 Origen del mercado por medio de transporte:

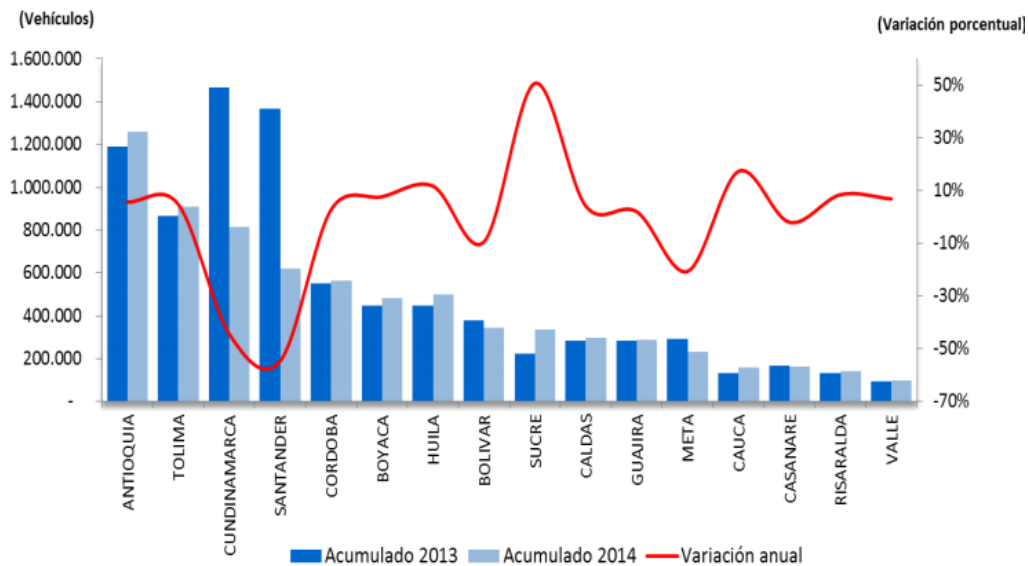
La geografía colombiana es muy accidentada ya que está atravesada por 3 cadenas Montañosas: la cordillera oriental, la cordillera central y la cordillera occidental.

El transporte se realiza sea por carreteras, en transporte colectivo o individual, o por avión.

En términos globales, y para las 13 ciudades de la encuesta, un 47% de los viajes turísticos con pernoctación se realizan en transporte terrestre particular, un 43% en transporte terrestre público y un 9% por vía aérea, el remanente (despreciable) correspondiendo a otros medios de transporte (acuático, etc.). El transporte por ferrocarril ha caído en desuso. A nivel de los motivos de viajes, esta repartición se diferencia, con obviamente una mayor incidencia del uso del avión en el caso de los viajes por negocio (26% aproximadamente). Por consiguiente un 28% de los viajes en avión por turismo de las 13 ciudades corresponden a viajes por trabajo o Negocios.



Total vehículos y variación anual



(Grafica Tomada De Informe De Turismo 2014)

La salida de colombianos por los puntos de control migratorio aéreos, terrestres y marítimos se incrementó 12,7% (656.539) en el primer bimestre de 2014 frente al mismo mes de 2013 (601.384)

15.4 Estacionalidad Del Mercado.

En la consulta que se ha realizado encontramos en el boletín de prensa del DANE “ENCUESTA DE GASTO EN TURISMO INTERNO EGIT 2012 -2013”²⁴ de septiembre de 2013

Lo siguiente:

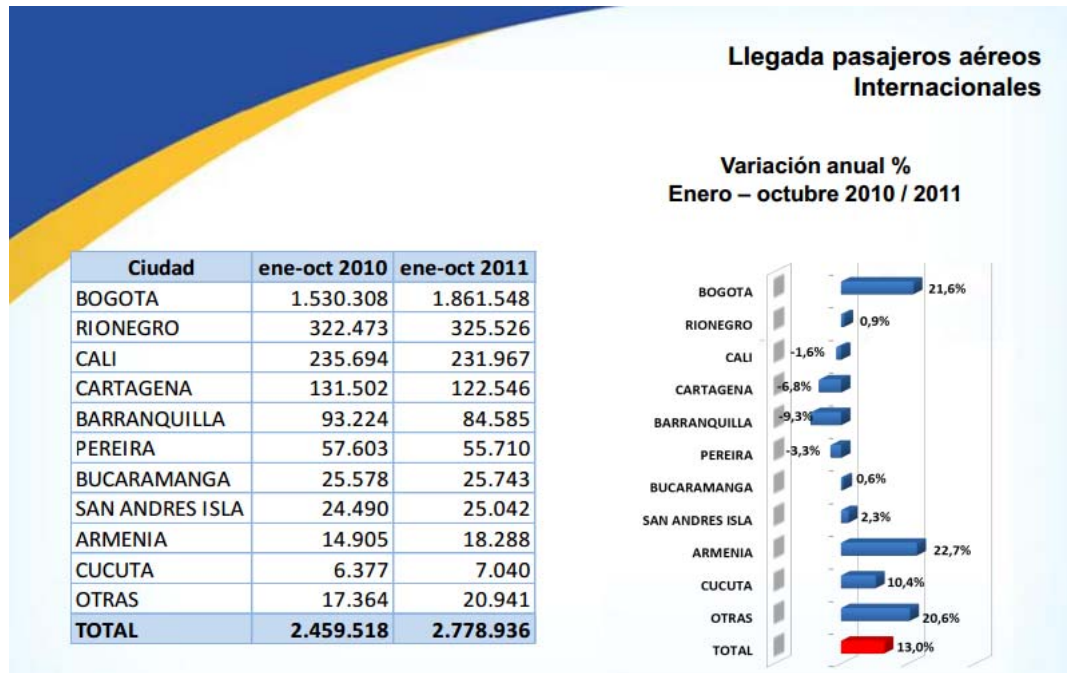
El promedio de pernoctaciones de las trece ciudades es de 4,4 noches. Por ciudades se observa que Cúcuta registra 5,4 noches, seguida por Cartagena con 5,1 y Bucaramanga con 5,0; mientras que los menores promedios se presentan en Medellín y Pereira con 3,4 y Cali con 3,5” y en el informe del 30 de diciembre de 2013 fue “Por número de noches pernoctadas, se encuentra que las ciudades que alojaron por más tiempo a los turistas no residentes fueron Bogotá (29%), Medellín (15%), Cali (14%), Cartagena (8%), Pereira (5%) y Barranquilla (4%)”

(www.dane.gov.co)

15.5 Comportamiento De La Demanda En Los Últimos 5 Años

Remitimos las estadísticas de arribo de pasajeros que encontramos en la página del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de los años 2013 al 2011, puesto que en los informes de turismo los años 2010 y 2009 no aparece Pereira dentro de las estadísticas.

AÑO 2011



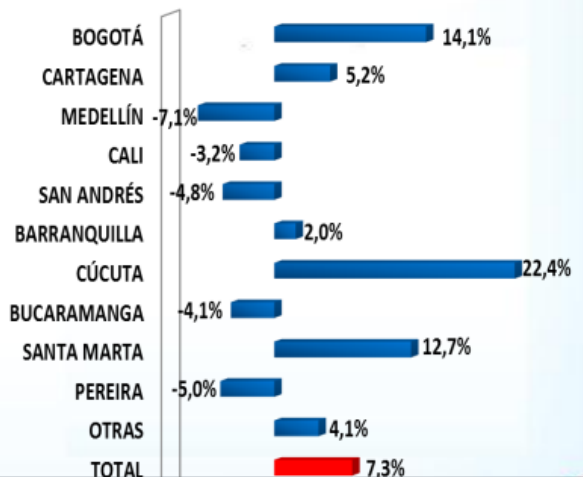
Llegada viajeros extranjeros Puntos de control del DAS

Principal ciudad de destino

Número de llegadas

Principal ciudad de destino	Ene-dic 2010	Ene-dic 2011
BOGOTÁ	754.958	861.727
CARTAGENA	169.120	177.896
MEDELLÍN	163.146	151.521
CALI	113.147	109.485
SAN ANDRÉS	48.259	45.939
BARRANQUILLA	52.647	53.697
CÚCUTA	16.510	20.209
BUCARAMANGA	24.046	23.072
SANTA MARTA	18.129	20.440
PEREIRA	16.572	15.738
OTRAS	98.329	102.386
TOTAL	1.474.863	1.582.110

Variación anual % Enero – diciembre 2011 / 2010



AÑO 2012



MinComercio
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

PROSPERIDAD
PARA TODOS

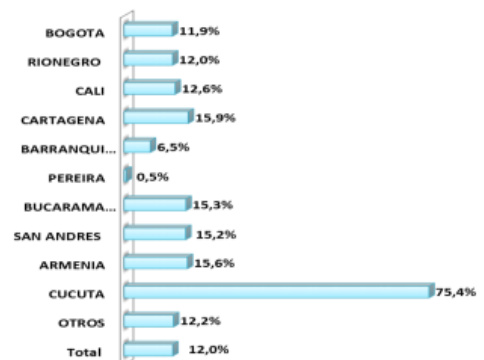
Turismo receptor
Pasajeros aéreos internacionales

Llegadas por ciudad

Número de llegadas

Ciudad	Acumulado enero - diciembre	
	2011	2012
BOGOTA	2.279.429	2.551.406
RIONEGRO	402.218	450.470
CALI	293.770	330.859
CARTAGENA	150.961	174.916
BARRANQUILLA	105.082	111.892
PEREIRA	70.438	70.787
BUCARAMANGA	32.537	37.513
SAN ANDRES	29.583	34.089
ARMENIA	23.442	27.110
CUCUTA	9.344	16.392
OTROS	27.061	30.364
Total	3.423.865	3.835.798

Variación anual % Enero – diciembre 2012 / 2011



Viajeros extranjeros no residentes
Principal ciudad de destino

Número de llegadas

Ciudad	Enero - diciembre	
	2011	2012
BOGOTA, D.C.	797.355	826.590
CARTAGENA	175.584	203.149
MEDELLIN	145.533	159.314
CALI	105.127	107.485
BARRANQUILLA	51.740	49.926
SAN ANDRES	45.742	51.106
CUCUTA	19.812	26.395
BUCARAMANGA	22.192	20.787
SANTA MARTA	20.014	21.942
PEREIRA	15.212	17.463
OTRAS	98.090	106.963
TOTAL	1.496.401	1.591.120

Variación anual %
Enero – diciembre 2012 / 2011



De enero a diciembre, Bogotá (52,0%), Cartagena (12,8%) y Medellín (10,0%) fueron los principales destinos de los viajeros extranjeros no residentes en Colombia. Se destaca el crecimiento de las llegadas a Cúcuta (33,2%), Cartagena (15,8%) y Pereira (14,8%) y la disminución a Bucaramanga (-6,3%) y Barranquilla (-3,5%).

AÑO 2013

Viajeros extranjeros no residentes
Principal ciudad de destino reportada al ingresar

Número de llegadas
(Total anual)

Ciudad	Enero - Diciembre			
	2012	2013	% var	% part. 2013
BOGOTA, D.C.	826.591	888.852	7,5%	51,5%
CARTAGENA	203.149	227.034	11,8%	13,2%
MEDELLIN	159.314	187.552	17,7%	10,9%
CALI	107.485	119.327	11,0%	6,9%
SAN ANDRES	51.106	53.835	5,3%	3,1%
BARRANQUILLA	49.926	52.387	4,9%	3,0%
CUCUTA	26.395	30.592	15,9%	1,8%
SANTA MARTA	21.942	21.688	-1,2%	1,3%
BUCARAMANGA	20.787	19.183	-7,7%	1,1%
PEREIRA	17.463	17.974	2,9%	1,0%
OTRAS	106.962	107.876	0,9%	6,2%
TOTAL	1.591.120	1.726.300	8,5%	100,0%

Numero de llegadas
(Diciembre)

Ciudad	Diciembre			
	2012	2013	% var	% part. 2013
BOGOTA, D.C.	72.567	83.316	14,8%	47,6%
CARTAGENA	19.047	20.387	7,0%	11,6%
MEDELLIN	17.678	20.594	16,5%	11,8%
CALI	13.453	15.091	12,2%	8,6%
BARRANQUILLA	6.550	6.643	1,4%	3,8%
CUCUTA	3.796	3.914	3,1%	2,2%
SAN ANDRES	3.519	3.733	6,1%	2,1%
BUCARAMANGA	2.756	2.720	-1,3%	1,6%
PEREIRA	2.563	2.333	-9,0%	1,3%
SANTA MARTA	1.958	1.987	1,5%	1,1%
OTRAS	14.764	14.443	-2,2%	8,2%
TOTAL	158.651	175.161	10,4%	100,0%

Las llegadas de pasajeros aéreos en vuelos internacionales de enero a diciembre de 2013(4.367.315) registró un crecimiento de 13,9% frente al mismo período de 2012 (3.835.798), siendo los aeropuertos de Bogotá (15,5%), Rionegro (15,5%), Pereira (13,7 %) y Cartagena (13,5 %) los de mayor crecimiento.

Podemos analizar que la dinámica de la llegada de turistas a la ciudad de Pereira ha venido aumentando en pequeños porcentajes y en 2013 aumenta un 13,7% con relación al año anterior.

Esta dinámica se empieza a notar y se hace necesario el desarrollo de un producto de calidad para los nuevos turistas que seguramente visitaran nuestra ciudad.

15.6 ¿Quiénes son nuestros aliados clave?

Nuestros socios claves en este momento son los ecos hoteles de la ciudad de Pereiralos cuales son:

- Eco hotel la casona
- Finca del café
- Santo Bambú
- Finca la selecta

Estos serán nuestros principales socios en la ejecución de este proyecto, encabezada por el Eco hotel la Casona, el primero más completo interesado en la realización de este proyecto.

16 QUIENES SON NUESTROS PROVEEDORES CLAVE?

16.1 ¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?

- Los principales recursos que nuestros socios nos aporta es:
- Alojamiento y Eventos
- Alimentos y bebidas
- Good will
- Personal capacitado en Hotelería y turismo y el más importante es el espacio natural donde podemos desarrollar el proyecto, en algunos ecohoteles que no cuentan con espacios propios para desarrollar estas actividades, realizaríamos estrategias con otros lugares aledaños donde

se pueda implementar este recursos y donde ellos puedan prestar el servicio de alojamiento que es u principal producto.

16.1.1 ¿Qué actividades realizan nuestros socios clave?

- El Eco hotel la casona realiza actividades out door con las empresas que contratan eventos y los demás Ecohoteles solo ofrece temas de ocio y recreación, por eso es el proyecto que se va a realizar para generar un plus en su portafolio de servicios y que permitan generar oportunidades de negocio en las comunidades y se beneficien comercial y económicamente en las empresas asociadas al proyecto.

17 ACTIVIDADES CLAVES:

17.1 ¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?

- Una de las actividades propuestas dentro de los senderos ecológicos son las siguientes, las cuales se explicaran y se iniciaría con las primeras ideas de negocio para cada eco hotel.

Como nuestro principal objetivo es “ crear una propuesta de sendero ecológicos donde podamos ofrecer a la empresa otros servicios a su portafolio y se rescate los escenarios naturales que tienen estas gran empresa (resumido) debido a la propuesta que será aplicada a todas nuestros ecohoteles, cada uno de ellos tendrán una temática diferente:

1. Queremos generar en cada sendero las siguientes temáticas
 - Sendero interpretativos aéreos
 - Senderos interpretativos carriles
 - Senderos interpretativos dosel
 - Senderos interpretativos “ capsulas camuflajes dentro de la selva)
 - Sendero interpretativo caminatas.

Estas son las diferentes propuestas, las cuales tendrán unas actividades activas dentro de los senderos como:

- Observación de aves
- Juegos de exploración y estímulos de sentidos con la naturaleza
- Charlas de interpretación ambiental
- Danza y teatro de la cultura cafetera
- Talleres de artesanías (materiales reciclables)
- Cocina en vivo (productos sostenibles)
- Fotografía experiencial
- Ritual de descanso y espiritualidad(yoga)

18 NUESTROS CANALES

Nuestros canales de comercialización son iguales para todas los Eco hoteles como:

- Internet, paginas sociales, what pp, twiter, Facebook, instagram, visitas comercial, llamadas telefónicas y alianza con las empresas que promocionan el tema de turismo y hoteles en las ciudades ejemplo Despegar.com

19 NUESTRAS RELACIONES CON LOS CLIENTES

Nuestros clientes directos son los socios quien nosotros con base a los proyectos propuestos estamos aportando ingresos a sus portafolios y servicios, además por medio de visitas y trabajo en las páginas web promocionando los diferentes Eco hoteles asociados a la operadora, brindando asesoramientos, seguimientos telefónicos o en persona ofreciendo los paquetes y servicios ofrecidos dentro de la operadora.

20 PROPUESTA DE VALOR:

20.1.1 ¿Qué valor estamos entregando a los clientes?

El valor más representativo que se le entrega al cliente, es que la experiencia que viven dentro de la naturaleza será diferente a los demás eco hoteles y establecimientos rurales, ofreciendo otros medios más creativos para conocer y valorar el sendero.

Además está en la innovación en el desarrollo de las asesorías consultorías con expertos de calidad, según la ISO 2015 donde los planes estratégicos son el fundamento, además el mayor valor agregado esta en acompañamiento constante al cliente con servicios gro referenciados de los senderos eco sistémicos de la naturaleza

Ejemplo, en unos de los senderos tendremos balcones (cerca de los arboles) donde una sola persona experimentara desde muy temprano la observación de aves, en otros senderos se realizara un camino dentro del bosque en cabinas camufladas en carriles para que dos personas (en la misma cabina) disfrute de La belleza interna del sendero

20.1.2 ¿Cuál problema estamos ayudando a resolver?

- Estamos ayudando en:
- Aprovechamiento en áreas naturales de los Eco hoteles de la ciudad.
- Generación de empleo de las comunidades vecinas

- Capacitación en los colegios en procesos de sostenibilidad
- Educación ambiental
- Beneficios económicos de los asociados y de la empresa.

20.1.3 ¿Cuál necesidad estamos satisfaciendo?

La necesidad que el cliente tiene, al momento de hospedarse en los eco hoteles y establecimientos Rurales, es disfrutar de los escenarios naturales representativos de la ciudad, sin necesidad de salir a buscar estas mismas actividades naturales en otro sitio, en estos espacios encontrarán educación ambiental, productos orgánicos que representa de una u otra manera la cultura de nuestra ciudad.

20.2 ¿Qué paquetes de productos o servicios se está ofreciendo a cada segmento de clientes?

- El segmento son empresas que desarrollan actividades de turismo de naturaleza y alojamiento como son los eco hoteles y establecimientos rurales, las asesorías y consultorías permitirán crear diferentes productos ecoturístico desarrollados en los senderos interpretativos y temáticas de acuerdo a las características físicas y naturales que posean cada establecimiento.

20.2.1 Relación Con Los Clientes.

¿Qué tipo de relación espera que establezcamos?

- Una relación confiable y honesta al momento al enviar u ofrecer una asesoría y consultoría.
- Una relación de respeto y cordialidad
- Una relación de fidelidad y compromiso con el acompañamiento ofrecido.

21 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

AÑOS	ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCTUBRE
Crear Alianzas con los Eco hoteles de La ciudad de Pereira que tienen potencial eco turístico; Mejorando los servicios de las empresas aliadas, implementando actividades y productos a través de eco tecnologías y procesos sostenibles para así ser competitivos en el mercado y ofrecerle al turista un paquete completo y diferenciador cuando busque hospedarse en la ciudad										
Identificar la oferta existente de agencias operadoras de turismo de naturaleza y los Eco hoteles de la ciudad.										
Analizar la oferta eco turística de la ciudad y los proyectos que se van a realizar enfocados al turismo de naturaleza.										
Identificar los proveedores de insumos del sector para trabajar con ellos en la construcción de cada uno de los senderos.										
Generar propuestas innovadoras en el mercado de turismo de naturaleza para ofrecer productos únicos y sostenibles al turista.										
Definir las estrategias más adecuadas para llegar con éxito al mercado.										

22 ANÁLISIS DEL SECTOR

E-Consultants Ecological Trails E-CET, funcionará mediante una oficina virtual como primera idea de ubicación y contacto de la empresa, ya que la consultoría y asesoría para las empresas ecoturísticas como hoteles, fincas y establecimientos que tengan atractivos naturales, para la construcción de senderos temáticos y/o interpretativos. En el marco del nombramiento del paisaje cultural cafetero, se pretende ofrecer los servicios para que los aliados clave obtengan cualidades en la prestación del servicio por medio de la implementación de normas técnicas, esto además los posiciona con la calidad que se busca actualmente en el medio turístico.

22.1 Servicios:

Tener presente que los socios aliados son empresas que ofrecen alojamiento y alimentación, la asesoría/consultoría, para la prestación del servicio y/o construcción de los senderos sería algo adicional para la complementación del portafolio de la empresa

- Asesorías en la construcción de senderos interpretativos tematizados
- Consultoría ambiental.
- Asesoría en la implementación de Normas Técnicas
- Asesoría en procesos de turismo sostenible.
- Asesoría y acompañamiento en procesos de interacción con la comunidad.
- Asesoría en la implementación de eco-tecnologías.

Con todas estas actividades lo que busca es mejorar la prestación de servicio de los establecimientos turísticos y que se caractericen en la prestación de servicios diferenciadores.

Nivel diferenciador: Nuestro Principal diferenciador es la oportunidad de ofrecer asesoría y consultoría con relación a la implementación de las normas técnicas

El nivel diferenciador de nuestra empresa consultora de sendero Ecológicos es que capacitaremos para realizar senderos Interpretativos y tematizado de acuerdo a las características físicas y ambientales del lugar, para crear escenarios con temáticas utilizando eco tecnologías, algunas ideas son:

- Recorridos al aire(teleférico)
- Recorridos en capsulas
- Recorridos en carriles
- Recorridos a pie
- Recorridos en puentes
- Laberintos

Cada uno de estas opciones tendrá un tema, un escenario y se estudiara de acuerdo al espacio y las características del sendero, la idea es que cada uno de ellas se realice en cada empresa que generemos consultorías.



Pereira es una ciudad que ha generado una gran influencia de turistas nacionales e internacionales en temas de turismo de naturaleza y de negocios además estarán apuntando al nuevo proyecto del parque temático de flora y fauna para el año 2015 que será un lugar mágico y único para la ciudad; toda esta dinámica permitirá atraer un público que le gusta la naturaleza por lo tanto es muy conveniente para el proyecto de los senderos ecológicos aprovechar esta oportunidad porque es un turista que le gusta la conservación, conocer especies, interactuar con ellas, pero además buscan descanso algo personalizado algo más de sentidos que de conocimiento y esa es la estrategia que se debe implementar para captar los clientes .

1. Aprovechar el reconocimiento que tiene el proyecto del parque temático.
2. Ofrecer un producto diferenciador que complemente la visita que realice al parque temático.
3. Generar sensaciones en cada visita para fidelizarlos y que nuevamente nos visite así todos nos estaremos beneficiando con la recompra.

22.2 Alcance espacial de la acción:

Identificar a nivel (nacional –Regional – Internacional)

Será una empresa de consultora y asesora de Senderos Ecológicos en los establecimientos rurales de la ciudad y eco hoteles; será una empresa virtual que atenderá el público vía web y visitas programadas en los proyectos, El eco Hotel la casona será nuestra empresa piloto donde desarrollaremos nuestro primer proyecto de asesorías y consultoría generando proyectos que ayuden al fortalecimiento del sendero ya construido, pero que por falta de asesorías no saben.

22.3 A quien le voy a vender:

Aplicaciones móviles: su importancia en promoción de los proyectos será una de las principales conexiones que aprovecharíamos y además tiene la información pertinente cuando el turista busca algo diferente a la ciudad porque todo es vía electrónica.

Página Web: Tendremos nuestra propia página web que tendrá toda la información de los servicios de senderos y alojamiento pertinentes, es importante aclarar que nosotros NO seremos Agencia de viaje, solo seremos una empresa de consultas y asesorías en temas de turismo sostenible alrededor de senderos interpretativos, la operación la hará directamente la empresa contratante, pero apoyaremos a través de nuestra página web el tema de comercialización y marketing de los eco hoteles y establecimiento Rurales aliados a nuestra empresa porque hace parte de nuestro proyecto.

22.4 Crecimiento de la empresa:

Tendremos nuestro primer proyecto en el hotel la casona que es nuestra prueba piloto, este sería el primer año para consolidarlo física y comercialmente y así entrar a los otros ecos hoteles con proyectos realizar asesorías y consultoría de los proyectos de senderos ecológicos, esperamos que en 3 años estemos realizando 3 proyectos de senderos con todos los objetivos propuestos en cada uno de ellos, después de 3 años en cada empresa empezaremos con el tema de tematización ya que la idea es que el porcentaje de ganancias de los senderos suba durante el último año y empecemos a construir la segunda fase de los senderos ecológicos de cada una de las empresas; además la operación de los senderos tendrá como objeto el desarrollo de programas de turismo temático, eco turismo, turismo agropecuario y desarrollo sostenible, conservación del medio ambiente trabajara con el tema social para buscar alianzas con proveedores para que nos venda la cantidad de productos que vamos a vender en los senderos

22.5 Hasta dónde puede llegar:

Podemos llegar a ser una de las primeras empresas consultoras y asesoras en gestión de proyectos de senderos de Colombia, que tendrá servicios unificados de alojamiento, alimentación y turismo de naturaleza con escenarios tematizados con procesos de sostenibilidad liderando el mercado de Hoteles rurales en la Región.

Después de 5 años iniciaremos con nuevos proyectos en las ciudades que están dentro de la declaratoria del paisaje cultural cafetero, aprovechando algunas fincas o empresas que están dentro de estas ciudades y pueblos pero que no tienen un proyecto o aprovechamiento de sus escenarios naturales y culturales.

22.6 Valor agregado de la empresa.

Durante la investigación de mercados, las empresas reconocida como Eco hoteles no cuentan con senderos que complemente sus servicios de alojamiento y restaurante, esto se debe a que la mayoría de empresarios o dueños de los eco hoteles no lo ven viable; basados en esta información nosotros como empresa estaremos constantemente acompañándolos en el proyecto, desde la construcción y operación que es nuestro principal negocio,

pero además apoyándolos comercialmente, socialmente en todos los factores que este proyecto necesita.

22.7 La empresa se encargara de:

1. De realizar consultorías y asesorías a las empresas encargadas del sector turístico de naturaleza
2. Escenarios temáticos
3. Mejorar los procesos administrativos y operativos de las empresas
4. Comercialización y convenios con empresas turísticas
5. Alianza con proveedores estratégicos para el Eco hotel y establecimientos rurales.

23 ANALISIS DE LA OFERTA:

El sector dentro del cual la empresa operara sus proyectos es el sector turístico, Enfocado a las actividades experienciales con objetivos de enseñanza, concientización y descanso para los visitantes.

El mercado actual, está definido como grupos de personas interesadas en actividades ecológicas que fomenten desarrollo de competencias, auto reconocimiento y fortalecer el trabajo en equipo. Así, el mercado actual se determina en la ciudad de Pereira en los Colegios, grupos empresariales, la comunidad receptora y vecina de estos proyectos son la clave para conocer nuestra oferta.

De acuerdo **al Ministeriode Comercio, Industria y Turismo**; arrojaron resultados significativos con respecto al crecimiento y al acogimiento de Colombia como un destino turístico, que ofrece un **sin** número de experiencias enriquecidas por la variedad y autenticidad de flora y **fauna** propia del país tropical que es. El crecimiento del último año ha sido **significativo** en cifras, pese a las variables climáticas y económicas que afectan **día** a día al mundo entero.

La extensión de las áreas bajo protección y la excepcional variedad geológica, Geográfica y paisajística. Colombia es un caso único y exclusivo de Biodiversidad: “Es el segundo país del mundo en especies vegetales Colombia es todavía más notable en avifauna (1.754 especies, el 19.4% del Total mundial Es También el más rico en orquídeas y palmeras, el segundo en anfibios y el Tercero en reptiles” esto datos son importante para nuestro proyecto porque tenemos muchas acciones a tomar para que nuestra empresa y producto tenga muchas actividades que aproveche esta ventaja del país y del sector.

23.1 Penetración en el Mercado.

Nuestra empresa busca un incremento en la participación del mercado con los servicios actualmente ofrecidos, buscando aprovechar la novedad en la región en sus alrededores, su buena atención al cliente y en especial la calidad y la creatividad de cada uno de los productos ofrecidos en los senderos.

El objetivo específico de esta estrategia se quiere ver en las metas para el Incremento de las ventas, generando que los clientes actuales aumenten su Consumo y atrayendo a los clientes potenciales de turismo de naturaleza. Un factor que facilita la ejecución de esta estrategia es la creatividad el diseño y las actividades que se pueden hacer en cada uno de los senderos, pues puede llegar a convertirse en un proyecto innovador en los ecos hoteles aliados. También debido a que es un sector relativamente rural y seguro y que cuenta con buenas rutas de acceso que puede permitirle darse a conocer fácilmente como un destino agradable para desarrollar actividades de integración, aprendizaje y descanso.

23.2 Estrategias externas de mercado:

- La creación de alianzas estratégicas, permitirá desarrollar más el mercado y el producto, generando así una mayor ampliación significativa en la cuota de mercado. Nuestros proveedores serían las mismas empresas del sector vecino que estarán dentro de la cooperativa que se va a crear para estar certificados.
- Iniciaremos una investigación externa para tener información que es importante para la empresa como las expectativas de los clientes, tanto reales como potenciales, y los aspectos de la oferta global en el tema de turismo de naturaleza
- Desarrollar una “Eco-Tienda” con nuevos productos artesanales y productos de imagen corporativa
- Incursionar con productos agropecuarios para consumo que se cultivan dentro los senderos que vamos a operar y extender los servicios a diferentes locaciones a nivel regional y nacional como productos sostenibles y de buena calidad.
- Adquirir convenios con cadenas hoteleras y agencias de viajes para ofrecer un paquete completo de alojamiento y senderos ecológicos interpretativos para el público interesado.
- Realizar un mapa ruta para las actividades de marketing en un determinado periodo de 5 meses donde estudiaremos las zonas más influyentes del sector.

- Identificar las necesidades de los clientes y así poder establecer un plan de mercadeo que permita a la empresa un crecimiento gracias a la satisfacción de los clientes lo que facilitara el incremento en ventas y de las actividades que más les interesen en el lugar.
- Crear una cooperativa de proveedores donde establezcamos relaciones comerciales en los productos y servicios que necesitaremos en cada proyecto
- Fortalecer relaciones públicas con eventos en ferias empresariales y eventos ambientales que puedan conocer nuestros proyectos.
- Comunicación directa con clientes potenciales para generar convenios que favorezcan su consumo y adquisiciones de los servicios y que crezca El voz a voz que es un mecanismo muy importante para el reconocimiento de una empresa.

24 DESCRIPCIÓN DE NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS:

24.1 Servicios:

- Guianza (interpretación ambiental y cultural de los senderos)
- Avistamiento de Aves.
- Recreación (Juegos de exploración y conservación).
- Talleres de Artesanías con materiales Reciclables.
- Danzas, Obras de Teatro alusivas a la Región. En una recorrido en el tiempo y en la tradición
- Cocina en vivo (productos del mismo sendero- ensaladas, vegetales y frutales).
- Exposición de fotos del sendero y videos.
- Zafarí (leyenda – Mitos) todo nocturno.
- Noche de observación del cielo (Luna) crear una escenario que se pueda ver en el cielo de la historia de la ciudad de Pereira. – en procesos de investigación

24.2 Productos:

- Venta de plantas medicinales que estarán sembradas en el sendero.
- Venta de fotografías y videos del lugar
- Un espacio donde se vendan aromáticas preparadas
- Venta de Artesanías

El desarrollo del tercer objetivo se plantea como prueba piloto en el Eco hotel La Casona, durante el segundo semestre del año 2015.

25 FINANCIACIÓN

DATOS BASE	
Incremento Ventas	5%
Incremento de precio	3%
Ventas de Crédito	50%
Ventas de Contado	50%
Compras a Crédito	70%
Compras de Contado	30%
Precio de Suscripción Mensual	\$ 70.000
Precio de Suscripción Anual	\$ 600.000
Precio de Hora de Auditoría	\$ 50.000
TRM	\$ 2.000
Incremento TRM	3%
Costo comercialización 10%	\$ 10.000
% Comercialización cliente	15%
Imprevistos montaje	20%
Publicidad (Sobre ventas)	1%
Impuesto de Renta	33%
Inflación	5%
Prestaciones Sociales	21,83%
% Deuda	70%
% Patrimonio	30%
KT=CAPITAL DE TRABAJO	
Efectivo Disponible	30
Inventario de producto	45
Inventario de Materia Prima	20
Salario Mínimo	\$ 616.000
Subsidio de Transporte	\$ 72.000
Prima Técnica	40
Cesantías	1,00
Intereses de las Cesantías	12%
Sena	2%
ICBF	3%
Comfamiliar	4%
Salud Empleador	8,50%
Pensión Empleado	4%
Arl Admitivo	0,52%
Arl Operativos	10440%
Horas Extra Diurnas	1,25
Horas Extras Nocturnas	1,75
Horas Extras Dominicales	1,75
Recargo Nocturno	35%
Incremento Salarial Anual	4,5%
Dotación	\$ 130.000
Adecuación y Montaje	\$ 3.700.000
Restaurante	\$ 8.000.000
Habitaciones	\$ 250.000.000
Reserva Legal	10
Incremento Mantenimiento Obras Civiles	2%
Intereses de financiamiento	
TEA (TASA EFECTIVA ANUAL)	
Proviene de vencido	0%
Proviene de anticipado	0%
Vencida	16,50%
Anticipada	0%
Incremento de los materiales	1,94
Incremento de arrendamiento	1,50%
Incremento servicios	4,50%
Servicios de Personal	0,00%
Incremento de servicios de personal	0,00%
Margen de seguridad de Inversión	25%
Interés Anual	16,50%
Vehículo	\$42.000.000
Depreciación	
Diferidos	3
Tasa de Oportunidad del inversionista	25%

E-Consultants Ecological Trails E-CET

Factor Prestacional
Salario menor a
\$1050000

59,97%

25.1 Inversiones.

1. INVERSIONES PARA EL PROYECTO		
Item	Descripción	Valor
Capacitación Previa	Programa de Capacitación y Certificación de Asesores Líderes	\$ 7.000.000
Estudios y Asesorías	Manejo de Plataforma Online	\$ 1.500.000
Mercadeo y Promoción	Construcción de Plataforma Online para Asesores en la Norma	\$ 4.000.000
	Web Marketing (SEO, SEM, Social Marketing, Mailing)	\$ 1.000.000
Equipos	Tres Portátiles con software licenciado	\$ 6.000.000
Equipos	Impresora Láser	\$ 500.000
Equipos	Teléfonos	\$ 400.000
Equipos	Calculadora	\$ 90.000
Muebles y Enseres	Cuatro Escritorios - Muebles Sala de Juntas - Archivadores	\$ 7.100.000
Capital de Trabajo	Dotación	\$ 1.000.000
TOTAL		\$ 28.590.000

E-Consultants Ecological Trails E-CET

2. RECURSOS PROPIOS		
Item	Descripción	Valor
Aporte en Efectivo	Programa de Capacitación y Certificación de Asesores Líderes	\$ 7.000.000
	Manejo de Plataforma Online	\$ 1.500.000
	Construcción de Plataforma Online para Asesores en la planeación	\$ 4.000.000
	Web Marketing (SEO, SEM, Social Marketing, Mailing)	\$ 1.000.000
Capital de Trabajo	Dotación	\$ 1.000.000
Cuatro Portátiles con software licenciado	Donación Fondo Acción Social para Discapacitados	\$ 6.000.000
TOTAL		\$ 20.500.000

3. RECURSOS DE CRÉDITO						
Descripción	Valor	Tasa de Interés anual	Duración del Préstamo	Año en que le hicieron el préstamo	Porcentaje del crédito que ha sido pagado	Entidad Financiera
			Impresora Láser	\$ 500.000	16,50%	1 año
Teléfonos	\$ 400.000					
Calculadora	\$ 90.000					
Cuatro Escritorios - Muebles Sala de Juntas	\$ 7.100.000					
Total Préstamo	\$ 8.090.000		Total A Pagar		\$ 9.424.850	

4. CAPITAL INICIAL	
Recursos Propios	\$ 20.500.000
Créditos requeridos	\$ 8.090.000
Total	\$ 28.590.000

TRM				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 2.045	\$ 2.106	\$ 2.170	\$ 2.235	\$ 2.302

25.2 Gastos Y Costos

CARGO	# DE PERSONAS	SALARIO	TOTAL	CLASE	AUXILIO DE TRANS	DOTACIÓN	TOTALES MES	FACTOR PRESTACIONAL	GASTO ANUAL
DIRECTOR NODO - AUDITOR	1	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	ADMÓN	\$ 72.000	\$ 10.000	\$ 1.132.000	\$ 1.810.860	\$ 21.730.325
AUXILIAR ADMINISTRATIVA	1	\$ 616.000	\$ 616.000	ADMÓN	\$ 72.000	\$ 10.000	\$ 698.000	\$ 1.116.591	\$ 13.399.087
ADMINISTRADOR PLATAFORMA WEB	1	\$ 900.000	\$ 900.000	ADMÓN	\$ 72.000	\$ 10.000	\$ 982.000	\$ 1.570.905	\$ 18.850.865
ASESOR ONLINE	1	\$ 616.000	\$ 616.000	ADMÓN	\$ 72.000	\$ 10.000	\$ 698.000	\$ 1.116.591	\$ 13.399.087
TOTALES	4	\$ 3.182.000	\$ 3.182.000		\$ 288.000	\$ 40.000	\$ 3.510.000	\$ 5.614.947	\$ 67.379.364

6. GASTOS ADMINISTRATIVOS							
Tipo de Gasto	Gasto Mensual	Gasto Anual	Incremento Anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal Administrativo	\$ 5.614.947	\$ 67.379.364	4,5%	\$ 70.411.435	\$ 73.579.950	\$ 76.891.048	\$ 80.351.145
Papelera	\$ 100.000	\$ 1.200.000	3%	\$ 1.236.000	\$ 1.273.080	\$ 1.311.272	\$ 1.350.611
Teléfono	\$ 100.000	\$ 1.200.000	3%	\$ 1.236.000	\$ 1.273.080	\$ 1.311.272	\$ 1.350.611
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 59.167	\$ 710.000		\$ 710.000	\$ 710.000	\$ 710.000	\$ 710.000
TOTALES	\$ 5.814.947	\$ 69.779.364		\$ 73.593.435	\$ 76.836.110	\$ 80.223.593	\$ 83.762.366

6.1 DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES						
Activo	Unidad	Precio Unidad	Clase	Años Depreciación	Total	Valor Depreciación Año
ESCRITORIOS	4	\$ 700.000	OFI	10	\$ 2.800.000	\$ 280.000
SALA DE JUNTAS	1	\$ 1.500.000	OFI	10	\$ 1.500.000	\$ 150.000
ARCHIVADORES	4	\$ 700.000	OFI	10	\$ 2.800.000	\$ 280.000
TOTALES					\$ 7.100.000	\$ 710.000

7. GASTOS DE VENTAS	
Tipo de Gasto	Porcentaje sobre las ventas
Presupuesto para publicidad	3%

8. COSTOS FIJOS							
Tipo de Gasto	Costo Mensual	Costo Anual	Incremento Anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Públicos	\$ 300.000	\$ 3.600.000	3%	\$ 3.708.000	\$ 3.819.240	\$ 3.933.817	\$ 4.051.832
Arrendamiento Local	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	3%	\$ 12.360.000	\$ 12.730.800	\$ 13.112.724	\$ 13.506.106
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 256.500	\$ 3.078.000		\$ 3.078.000	\$ 3.078.000	\$ 578.000	\$ 578.000
TOTALES		\$ 18.678.000		\$ 19.146.000	\$ 19.628.040	\$ 17.624.541	\$ 18.135.937

8.1 DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS						
Activo	Unidad	Precio Unidad	Clase	Años Depreciación	Total	Valor Depreciación Año
COMPUTADORES	4	\$ 1.500.000	MAQ	3	\$ 6.000.000	\$ 2.000.000
IMPRESORAS	1	\$ 1.500.000	OFI	3	\$ 1.500.000	\$ 500.000
TELÉFONOS	4	\$ 700.000	OFI	5	\$ 2.800.000	\$ 560.000
CALCULADORA	1	\$ 90.000	OFI	5	\$ 90.000	\$ 18.000
TOTALES					\$ 10.300.000	\$ 3.078.000

9 - COSTOS VARIABLES					
Concepto	Explicación	Descripción	Costo Mensual	Costo Anual	Incremento Anual
Servidor Dedicado y Dominio Web	Plataforma para la asesoría online	Contrato Anual	\$ 91.628	\$ 1.099.536	3%
Concepto	Horas de Trabajo	Valor hora	Mes	Valor	Incremento Anual
Auditores	45	\$ 25.000	Enero	\$ 1.125.000	4,5%
	50		Febrero	\$ 1.250.000	
	55		Marzo	\$ 1.375.000	
	55		Abril	\$ 1.375.000	
	60		Mayo	\$ 1.500.000	
	65		Junio	\$ 1.625.000	
	60		Julio	\$ 1.500.000	
	65		Agosto	\$ 1.625.000	
	70		Septiembre	\$ 1.750.000	
	75		Octubre	\$ 1.875.000	
	70		Noviembre	\$ 1.750.000	
	50		Diciembre	\$ 1.250.000	
Totales Horas año 1	720	Total Pagado Año 1	\$ 18.000.000		
TOTAL COSTOS AÑO 1			\$ 19.099.536		

9.1 - PROYECCIÓN DE COSTOS VARIABLES					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servidor Dedicado y Dominio Web	\$ 1.099.536	\$ 1.132.522	\$ 1.166.498	\$ 1.201.493	\$ 1.237.537
Horas de Trabajo Año Auditores	69	75,9	871	958	1054
Valor pagado Año Auditores	\$ 18.000.000	\$ 1.898.625	\$ 21.776.125	\$ 23.951.125	\$ 26.351.125
TOTALES	\$ 19.099.536	\$ 3.031.147	\$ 22.942.623	\$ 25.152.618	\$ 27.588.662

10. Ventas Primer Año 2015									
Mes	# de Asesorías mensuales ventas	Precio de Asesorías Consultorías Mensual	Ventas Mensuales	# de Acompañamientos Empresariales	Precio de Reglamentación NTS Mensual	Ventas Mensuales	# de horas Visitas de Auditorías internas Ventas	Valor de Hora de Auditoría Interna	Ventas Mensuales
Enero	2	\$ 2.000.000	\$ 4.000.000	2	\$ 500.000	\$ 1.000.000	2	\$ 50.000	\$ 100.000
Febrero	4		\$ 8.000.000	4		\$ 2.000.000	4		\$ 200.000
Marzo	4		\$ 8.000.000	4		\$ 2.000.000	4		\$ 200.000
Abril	3		\$ 6.000.000	3		\$ 1.500.000	3		\$ 150.000
Mayo	4		\$ 8.000.000	4		\$ 2.000.000	4		\$ 200.000
Junio	5		\$ 10.000.000	5		\$ 2.500.000	5		\$ 250.000
Julio	6		\$ 12.000.000	6		\$ 3.000.000	6		\$ 300.000
Agosto	5		\$ 10.000.000	5		\$ 2.500.000	5		\$ 250.000
Septiembre	6		\$ 12.000.000	6		\$ 3.000.000	6		\$ 300.000
Octubre	10		\$ 20.000.000	10		\$ 5.000.000	10		\$ 500.000
Noviembre	10		\$ 20.000.000	10		\$ 5.000.000	10		\$ 500.000
Diciembre	10		\$ 20.000.000	10		\$ 5.000.000	10		\$ 500.000
Totales Año	69		\$ 138.000.000	69		\$ 34.500.000	69		\$ 3.450.000

11. Ventas proyectadas a 5 años						
Producto	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nueva Norma de Sostenibilidad Implementada	NTS TS-002	NTS TS-001 -1	NTC - 5133	NTS TS - 004	NTS TS - 006-1	NTS TS - 006-2
Crecimiento de Ventas de Paquetes de Auditoria	10%					
Crecimiento de Precio	3%	3%	3%	3%	3%	3%

PROYECCIONES DE VENTAS	Valor Ventas Año 1	Proyección ventas año 2	Proyección ventas año 3	Proyección ventas año 4	Proyección ventas año 5	Incremento Aprox
Precio de Venta Asesoría Consultoría Mes - Plataforma	\$ 2.000.000	\$ 2.060.000	\$ 2.121.800	\$ 2.185.454	\$ 2.251.018	3%
Venta de Suscripciones Mensuales al año	69	75,9	568	625	687	10%
Total de Venta Asesoría Consultoría Mes - Plataforma	\$ 138.000.000	\$ 151.800.000	\$ 166.980.000	\$ 183.678.000	\$ 202.045.800	
Precio de Venta Normatividad Anual - Plataforma	\$ 500.000	\$ 515.000	\$ 530.450	\$ 546.364	\$ 562.754	3%
Venta Normatividad Anual - Plataforma	69	206	227	250	275	10%
Total Venta Normatividad Anual - Plataforma	\$ 34.500.000	\$ 106.090.000	\$ 120.412.150	\$ 136.590.875	\$ 154.757.461	
Precio de Venta Hora de Auditoria Interna	\$ 50.000	\$ 51.500	\$ 53.045	\$ 54.636	\$ 56.275	3%
Precio de Venta Hora de Auditoria Interna	69	75,9	871	958	1054	10%
Valor Ventas Horas de Auditorías Interna Anuales	\$ 3.450.000	\$ 3.908.850	\$ 46.202.195	\$ 52.341.623	\$ 59.314.314	
Ventas Brutas Anuales	\$ 175.950.000	\$ 261.798.850	\$ 333.594.345	\$ 372.610.498	\$ 416.117.576	
Costo Anual de Prestación de Servicio	\$ 19.099.536	\$ 3.031.147	\$ 22.942.623	\$ 25.152.618	\$ 27.588.662	

25.3 Pérdidas Y Ganancias

Estado de Pérdidas y Ganancias					
Estado de Resultados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Brutas	\$ 175.950.000	\$ 261.798.850	\$ 333.594.345	\$ 372.610.498	\$ 416.117.576
Ventas Netas	\$ 175.950.000	\$ 261.798.850	\$ 333.594.345	\$ 372.610.498	\$ 416.117.576
Costos de Prestación del Servicio	\$ 19.099.536	\$ 3.031.147	\$ 22.942.623	\$ 25.152.618	\$ 27.588.662
Utilidad Bruta	\$ 156.850.464	\$ 258.767.703	\$ 310.651.722	\$ 347.457.881	\$ 388.528.913
Gastos de Administración	\$ 88.457.364	\$ 92.739.435	\$ 96.464.150	\$ 97.848.134	\$ 101.898.303
Gastos de Ventas	\$ 2.653.721	\$ 2.782.183	\$ 2.893.924	\$ 2.935.444	\$ 3.056.949
Total Gastos	\$ 91.111.085	\$ 95.521.618	\$ 99.358.074	\$ 100.783.578	\$ 104.955.253
Utilidad Operativa	\$ 65.739.379	\$ 163.246.084	\$ 211.293.648	\$ 246.674.303	\$ 283.573.661
Gastos Financieros	\$ 9.424.850	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de impuestos	\$ 56.314.529	\$ 163.246.084	\$ 211.293.648	\$ 246.674.303	\$ 283.573.661
Impuesto de Renta	\$ 18.583.795	\$ 53.871.208	\$ 69.726.904	\$ 81.402.520	\$ 93.579.308
Utilidad Neta Final	\$ 37.730.734	\$ 109.374.877	\$ 141.566.744	\$ 165.271.783	\$ 189.994.353

25.4 Flujo De Caja

FLUJO DE CAJA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CAJA AL COMIENZO DE AÑO	\$ 7.573.500	\$ 65.804.234	\$ 175.179.111	\$ 316.745.855	\$ 482.017.638
INGRESOS					
Ingresos por Ventas (Rentas)	\$ 175.950.000	\$ 261.798.850	\$ 333.594.345	\$ 372.610.498	\$ 416.117.576
Aportes de Capital	\$ 20.500.000				
Créditos	\$ 8.090.000				
TOTAL	\$ 212.113.500	\$ 327.603.084	\$ 508.773.456	\$ 689.356.353	\$ 898.135.214
GASTOS					
Gastos y Costos	\$ 128.794.416	\$ 152.423.973	\$ 192.027.601	\$ 207.338.715	\$ 226.123.223
Compra de Activos	\$ 8.090.000				
Créditos	\$ 8.090.000				
Intereses Bancarios Pagados	\$ 1.334.850				
TOTAL	\$ 146.309.266	\$ 152.423.973	\$ 192.027.601	\$ 207.338.715	\$ 226.123.223
FLUJO DE CAJA	\$ 65.804.234	\$ 175.179.111	\$ 316.745.855	\$ 482.017.638	\$ 672.011.991

25.5 Criterios De Decisión

INDICADORES FINANCIEROS E-Consultants Ecological Trails E-CET									
FLUJO NETO DE EFECTIVO									
Año de operación	Ingresos totales*	Inversiones para el proyecto			Valor de Rescate		Recup. De cap. De Trab.	Flujo Neto de Efectivo	
		Egresos totales	Fija	Diferida	Cap de trab.	Valor Residual			
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0,00	
1	\$ 175.950.000	\$ 146.309.266	\$ 12.000.000	\$ 8.500.000	\$ 8.090.000			1.050.734,48	
2	\$ 261.798.850	\$ 152.423.973						109.374.876,60	
3	\$ 333.594.345	\$ 192.027.601						141.566.744,02	
4	\$ 372.610.498	\$ 207.338.715						165.271.782,94	
5	\$ 416.117.576	\$ 226.123.223						189.994.352,64	

CALCULO DEL VAN, R/B/C Y TIR CON UNA TASA DE DESCUENTO DEL 10%

Año de operación	Costos totales (\$)	Beneficios totales (\$)	Factor de actualización 10,0%	Costos actualizados (\$)	Beneficios actualizados (\$)	Flujo neto de efectivo act. (\$)
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
1	\$ 174.899.266	\$ 175.950.000	\$ 1	\$ 158.999.332	\$ 159.954.545	\$ 955.213
2	\$ 152.423.973	\$ 261.798.850	\$ 1	\$ 125.970.226	\$ 216.362.686	\$ 90.392.460
3	\$ 192.027.601	\$ 333.594.345	\$ 1	\$ 144.273.179	\$ 250.634.369	\$ 106.361.190
4	\$ 207.338.715	\$ 372.610.498	\$ 1	\$ 141.615.132	\$ 254.497.984	\$ 112.882.852
5	\$ 226.123.223	\$ 416.117.576	\$ 1	\$ 140.404.731	\$ 258.376.276	\$ 117.971.545
Total	\$ 726.689.555	\$ 1.560.071.269		\$ 711.262.600	\$ 1.139.825.860	\$ 428.563.260

Los indicadores financieros que arroja el proyecto son:

VAN=	428.563.259,62	Se acepta
B/C =	1,60	Se acepta

Tasa Interna de Retorno

Inversión	Ingresos año 1	Ingresos año 2	Ingresos año 3	Ingresos año 4	Ingresos año 5
-\$ 28.590.000	\$ 175.950.000	\$ 261.798.850	\$ 333.594.345	\$ 372.610.498	\$ 416.117.576

TIR	660%
-----	------

25.6 BALANCE GENERAL

Activos Corriente	
Caja	\$ 65.804.234
Cuentas X Cobrar	0
Provisión Cuentas por Cobrar	
Inventarios Materias Primas e Insumos	0
Inventarios de Producto en Proceso	0
Inventarios Producto Terminado	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0
Gastos Anticipados	0
Amortización Acumulada	0
Gastos Anticipados Neto	
Total Activo Corriente:	\$ 65.804.234
Activos Fijos	
Terrenos	0
Construcciones y Edificios	0
Depreciación Acumulada Planta	
Construcciones y Edificios Neto	0
Maquinaria y Equipo de Operación	\$ 6.000.000
Depreciación Acumulada	\$ 2.000.000
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	\$ 8.000.000
Muebles y Enseres	\$ 7.100.000
Depreciación Acumulada	\$ 710.000
Muebles y Enseres Neto	\$ 7.810.000
Equipo de Oficina	\$ 4.390.000
Depreciación Acumulada	\$ 1.078.000
Equipo de Oficina Neto	\$ 5.468.000
Total Activos Fijos:	\$ 21.278.000
Total Otros Activos Fijos	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ 87.082.234
Pasivos	
Proveedores Nacionales	\$ 842.855
Impuestos X Pagar	\$ 18.583.795
Acreedores Varios	
Obligaciones Financieras	\$ 9.424.850
Otros pasivos a LP	
TOTAL PASIVO	\$ 28.851.500
Patrimonio	
Recursos Propios	\$ 20.500.000
Utilidades Retenidas	0
Utilidades del Ejercicio	\$ 37.730.734
Revalorización patrimonio	0
TOTAL PATRIMONIO	\$ 58.230.734
TOTAL PAS + PAT	\$ 87.082.234

CONCLUSIONES

La consultoría y asesorías son ahora una opción importante y significativa para la empresas que prestan servicios de turismo de naturaleza y sobre todo que tienen de senderos ecológicos Interpretativos, esto se convierten en características importantes para la participación en el mercado que actualmente cambia de forma, ya no es común el turismo de masas, de sol y playa, ahora es más frecuente escuchar entre los viajeros del mundo la búsqueda de experiencias diferentes; por este motivo se hace necesario la implementación de nuevos atractivos al interior de los hoteles basado en el turismo de naturaleza y cultura y sobre todo implementando procesos de sostenibilidad dentro de sus actividades

La importancia de implementar nuevos modelos de participación en la consultas de marketing de las empresas, capacitaciones y nueva visiones de cómo se debe establecer un hotel – establecimiento Rural , formular nuevos proyectos dentro de los espacios del establecimiento con una investigación previa que garantice la viabilidad y la puesta en marcha de nuevos segmentos de mercado y que la participación de la comunidad sea el pilar del fortalecimiento de las estrategias de comerciales que se puedan generar en nuestras asesorías.

Los senderos ecológicos forman parte importante en la vida de las personas que buscan el contacto más directo con la naturaleza, una experiencia sensorial y que no sea necesario trasladarse a lugares de poco acceso para el disfrute de estas expectativas, si no fortalecer los procesos operativos y administrativos de estos espacios naturales ofreciendo productos de calidad, de experiencia al turista y por supuesto generando empleo local y ganancias a las empresas que inicien con estos nuevos temas de asesorías que certifiquen a su empresa y permitan llegar al éxito.

BIBLIOGRAFÍA

- 1- <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/destino/destinos-recomendados-esta-semana/802-paisaje-cultural-cafetero-tres-regiones-y-un-solo-encanto>
- 2- http://www.pereira.gov.co/es/ipaginas/ver/G230/102/asi_somos/#sthash.ECZS6rFB.dpuf
- 3- ICONTEC. (2014). ICONTEC Internacional. Recuperado el 29 de 11 de 2014, de <http://www.icontec.org/index.php/sa/sectores/agricultura-y-alimentos/50-colombia/certificacion-sistema/335-iso-14001>
- 4- Nacionales, p. (s.f.). plan estratégico para el ecoturismo en las áreas protegidas de la cuenca alta del Rio Otún. Obtenido de http://www.pereiraculturayturismo.gov.co/files/descargasTurismo/Diagnostico_proyecto_FOCA_version_final.pdf
<http://www.monografias.com/trabajos62/historia-hoteleria/historia-hoteleria2.shtml>
http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/76530/1/analisis_sectorial_hotelero.pdf
<http://turismoonline.com/hoteles/hoteles-ecologicos>
http://www.usergioarboleda.edu.co/empresa/1/investigacion/planes-negocio-esp/PlanDeNegocio_GaiaEcoHotel.pdf
file:///H:/POL%C3%8CTICA_DE_TURISMO_DE_NATURLAEZA_22_SEPTIEMBRE.pdf
- 5- Información Jardín Botánico: <http://www.utp.edu.co/jardin/historia-y-organizacion-jardin-botanico.html>