

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA  
TUOPERADORA DE ECOTURISMO Y ETNOTURISMO EN EL MUNICIPIO DE  
GUAPI CAUCA

EIDIS BUENAÑOS MOSQUERA  
RODRIGO SALAZAR ORTIZ

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE PEREIRA  
CIENCIAS AMBIENTALES  
ADMINISTRACION DE TURISMO SOSTENIBLE  
PEREIRA  
2016

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA  
TUOPERADORA DE ECOTURISMO Y ETNOTURISMO EN EL MUNICIPIO DE  
GUAPI CAUCA

EIDIS BUENAÑOS MOSQUERA  
RODRIGO SALAZAR ORTIZ

PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN  
GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE

DIRECTORA  
PAULA ANDREA ARANGO PULGARIN

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA  
CIENCIAS AMBIENTALES  
ADMINISTRACIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE  
PEREIRA  
2016

## TABLA DE CONTENIDO

	Pag.
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	7
<b>2. JUSTIFICACIÓN</b> .....	8
<b>3. OBJETIVOS</b> .....	9
<b>3.1 OBJETIVO GENERAL</b> .....	9
<b>3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	9
<b>4. PLAN DE NEGOCIOS</b> .....	10
<b>4.1 RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	10
<b>4.2 SERVUCIÓN</b> .....	11
4.2.1 Área de influencia .....	11
4.2.2 Concepto del servicio.....	12
4.2.3 Ficha técnica.....	13
4.2.4 Organización del recurso turístico.....	14
4.2.5 Organizaciones de la actividad turística .....	17
4.2.6 Organización del servicio turístico.....	26
4.2.7 Organización de la oferta turística.....	29
<b>4.3 MERCADOS</b> .....	31
4.3.1 Análisis del sector.....	31
4.3.2 Análisis del mercado.....	31
4.3.3 Potencial del mercado en cifras. ....	32
<b>4.4 ORGANIZACIÓN</b> .....	33
4.4.2 Misión .....	33
4.4.3 Visión.....	34
4.4.4 Valores corporativos .....	34
4.4.5 Organización empresarial .....	34
4.4.7 Manual de funciones.....	37
<b>4.5 SOSTENIBILIDAD – IMPACTOS</b> .....	39
4.5.1 Política de sostenibilidad.....	40
4.5.2 Programas de gestión para la sostenibilidad.....	40
4.5.3 Gestión de proveedores.....	47
4.5.4 Patrimonio natural.....	47
4.5.5 Patrimonio sociocultural.....	47
4.5.6 Impactos .....	48
<b>4.6 FINANZAS</b> .....	49

5. CONCLUSIONES.....	69
6. RECOMENDACIONES.....	70
7. BIBLIOGRAFÍA.....	71
8. GLOSARIO .....	72

## LISTA DE TABLAS

	Pag.
Tabla 1 Lugares de influencia.....	11
Tabla 2 Descripción ficha técnica.....	13
Tabla 3 Festividades y eventos .....	14
Tabla 4 Grupos de especial interés .....	15
Tabla 5 Valoración de patrimonio material .....	15
Tabla 6 Valoración de patrimonio inmaterial .....	16
Tabla 7 Valoración de recursos turísticos naturales.....	16
Tabla 8 Actividades turísticas.....	18
Tabla 9 Paquete turístico vive guapi .....	19
Tabla 10 Paquete turístico isleador .....	21
Tabla 11 Paquete turístico Acuaventura .....	23
Tabla 12 Convenio con proveedores.....	27
Tabla 13 Encuesta de satisfacción .....	28
Tabla 14 Estadísticas PNN .....	33
Tabla 15 Matriz de identificación de impactos y/o presiones de operación.....	41
Tabla 16 Matriz de identificación de impactos y/o presiones administrativos.....	42
Tabla 17 Valoración de impactos.....	43
Tabla 18 Matriz de manejo solución de presiones .....	45
Tabla 19 Costeo mano de obra de la empresa.....	50
Tabla 20 Paquete vive Guapi por persona .....	51
Tabla 21 Paquete isleador por persona.....	51
Tabla 22 Paquete acuaventura por persona .....	52
Tabla 23 Punto de equilibrio .....	53
Tabla 24 Costos y gastos fijos.....	54
Tabla 25 Inversión inicial .....	55
Tabla 26 Proyección año 1 .....	56
Tabla 27 Proyección año 2 .....	57
Tabla 28 Proyección año 3 y 4 .....	58
Tabla 29 Proyección año 5.....	59
Tabla 30 Presupuesto operacional .....	61
Tabla 31 Costos operacionales .....	62
Tabla 32 Gastos administrativos .....	63
Tabla 33 Gastos comerciales.....	64
Tabla 34 Proyección presupuestal .....	65

## LISTA DE ILUSTRACIONES

	<b>Pag.</b>
<b>Ilustración 1 Mapa de procesos.....</b>	<b>26</b>
<b>Ilustración 2 Clúster turístico .....</b>	<b>30</b>
<b>Ilustración 3 Organigrama .....</b>	<b>36</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

Podemos definir el turismo como el arte de disfrutar de ambientes y lugares diferentes al de residencia con el fin de satisfacer necesidades de conocimiento, descanso y entretenimiento. El turismo está avanzando más a través del tiempo y el público se vuelve más exigente, los turistas hoy en día no se conforman con lo básico que les puede ofrecer cualquier agencia de viajes común. Por eso con este proyecto se busca crear una agencia de viajes que tenga un factor diferenciador en el mercado que pueda sobrepasar las expectativas generadas por los turistas, y así lograr que se sientan más satisfechos.

El turismo en Colombia está teniendo un momento muy importante, lo cual podría seguir en esta dinámica si se logra el acuerdo de paz. Según el informe de turismo del 2015 *“al cierre de 2014, se registraron 1.967.814 llegadas de viajeros extranjeros no residentes, lo que representa un crecimiento del 14,0% frente a la cifra reportada en el mismo período del 2013 (1.726.300)”* (Mincit, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2015). Estas importantes cifras muestran un panorama muy bueno para el turismo en Colombia por lo tanto es una oportunidad importante para crear empresa en este sector y así poder generar nuevas propuestas y oportunidades que contribuyan al desarrollo económico y sostenible de las comunidades colombianas.

Con la proposición de esta empresa se pretende brindar un servicio diferenciador que satisfaga las necesidades y requerimientos de turistas y visitantes, y además que resalte la biodiversidad, costumbres y manifestaciones culturales de los locales. Con este proyecto se busca impactar a este territorio (Guapi Cauca) de manera sostenible y ante todo económicamente para poder potenciar y promocionarlo como un destino viable y con una oferta turística planificada y de calidad que satisfaga las necesidades de visitantes y turistas nacionales e internacionales.

## 2. JUSTIFICACIÓN

El sector turístico en el municipio de Guapi Cauca ha crecido muy poco en los últimos años por falta de una buena infraestructura y planificación, por lo tanto no se han podido aprovechar los recursos naturales y culturales que son de gran potencial para el desarrollo turístico local; además estos recursos naturales y culturales no han tenido el manejo adecuado ni se han implementado estrategias desde el sector público y privado que impulsen al desarrollo de los mismos como atractivos turísticos viables que puedan convertir a Guapi Cauca en un destino turístico potencial desde lo cultural y natural.

El turismo en Guapi esta poco desarrollado, pero se espera que con el acuerdo de paz entre las FARC y el Estado colombiano pueda hacer que este municipio se potencialice como un destino turístico alternativo, con una oferta planificada que ofrezca servicios de calidad y confort de acuerdo a las necesidades de los visitantes y turistas.

Guapi Cauca actualmente no cuenta con una agencia de viajes operadora local que permita aprovechar y dar a conocer las riquezas naturales y culturales de este territorio. También es importante tener en cuenta que no se encuentra ningún atractivo cultural o natural que este operado turísticamente, exceptuando a la isla de Gorgona. Por lo tanto se hace fundamental la creación de la agencia de viajes turoperadora MANGLARESTUR SAS para comercializar y operar paquetes y/o productos turísticos enfocados hacia la vivencia de experiencias desde el ecoturismo y el etnoturismo, brindándoles a nuestros clientes un servicio de confort y calidad en un ambiente deferente, y a su vez que se pueda aumentar el flujo de turistas y visitantes, y de esa manera poder contribuir a la dinamización de la economía del municipio.

Con el proyecto de la turoperadora MANGLARESTUR SAS se busca generar desarrollo socio económico de manera sostenible que permita articular a todo el sistema turístico de Guapi Cauca para la prestación de un servicio integrado, donde todos puedan tener una participación equitativa dentro de la operación de nuevos e innovadores productos turísticos que serán la puerta de una exuberante biodiversidad y una cultura sin igual y diferente con unos valores únicos que la hacen ser especial.



### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

Crear una empresa turoperadora especializada en servicios de etnoturismo y ecoturismo en el municipio de Guapi Cauca, para articular el desarrollo económico y la conservación, mediante un turismo con buenas prácticas ambientales y sostenibles.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico previo para analizar el estado actual del área de estudio.
- Elaborar recorridos y actividades naturales y culturales para convertirlos en paquetes y/o productos turísticos.
- Evaluar la viabilidad de la empresa turoperadora manglarestur por medio del mercadeo y los factores sociales, culturales, políticos, económicos y ambientales.
- Diseñar estrategias para la implementación y puesta en marcha del proyecto.

## **4. PLAN DE NEGOCIOS**

### **4.1 RESUMEN EJECUTIVO**

La agencia de viajes turoperadora MANGLARESTUR SAS, es una empresa que se dedica al diseño, operación y comercialización de paquetes y/o productos turísticos con énfasis en ecoturismo y etnoturismo, enfocados a mostrar las maravillas culturales y la exuberante biodiversidad del pacífico colombiano, puntualmente de Guapi Cauca. La principal distinción en el mercado de esta empresa serán las experiencias en un ambiente natural único y diferente que saque al turista de lo convencional, acompañado de vivencias especiales con la población local, con el fin de conocer sus costumbres, historia y estilo de vida que particularmente los hace especiales y diferentes.

La empresa pretende rescatar y destacar todas las manifestaciones culturales de esta comunidad y darla a conocer a través del turismo, y así poder mostrarle al mundo un destino alternativo con una oferta diferente a lo convencional enfocada en experiencias culturales y al contacto con la naturaleza en un ambiente especial que les brinde a los turista una aventura única y sin igual.

La empresa MANGLARESTUR SAS también busca articular dentro de sus productos y procesos servicios turísticos complementarios como: hoteles, transportes, restaurantes y atractivos turísticos, y así poder presentar en el mercado un producto que involucre las diferentes empresas del sector turístico local para lograr una oferta sólida y sostenible que cumpla con altos estándares de calidad.

## 4.2SERVUCCIÓN

### 4.2.1 Área de influencia

El área de influencia de la empresa MANGLARESTUR S.A.S será la zona sur occidente del pacifico colombiano, en especial el municipio de Guapi cauca (zona urbana y rural), y el norte del departamento de Nariño límite con el municipio de Guapi Cauca, en la zona del PNN Sanquianga. Toda esta zona presenta unas particularidades biofísicas muy parecidas, como por ejemplo la temperatura que oscila entre los 26°C y 30°C, con un alto nivel de precipitación anual desde los 3.200mm hasta los 6.891 mm, y con una altitud que va desde 0 msnm hasta los 400 msnm. Este territorio se caracteriza por ser bosque húmedo tropical y en su gran mayoría está cubierto por exuberantes manglares y dosel que alcanzan los 25 metros de altura, que son la sala cuna de la gran mayoría de la fauna marítima del pacifico colombiano, donde sale el sustento diario de muchas familias pescadoras de esa zona.

**Tabla 1 Lugares de influencia**

Departamento	Municipio	Vereda o Barrio	Altitud (msnm)	Temperatura Media anual (°C)	Usos actuales del sitio
Cauca	Guapi	Casco urbano.	4 msnm	28°C	Pesca artesanal. Agricultura. Turismo. Comercio.
Cauca	Guapi	Chanzará.		28°C	Industrial. Pesca. Agricultura.
		Chico Pérez.	Entre 0 y 1 msnm	28°C	Pesca. Extracción de moluscos
		Chamón.	4 msnm	28°C	Pesca. Agricultura. Turismo.
		La sabana.	4 msnm	28°C	Agricultura. Pesca.
		Sansón.		28°C	Agricultura. Extracción maderera.
		El partidero.		28°C	Agricultura. Turismo. Extracción maderera.
		Penitente.		28°C	Agricultura.

					Extracción maderera.
Cauca	Guapi	PNN Gorgona	Entre 0 y 338 msnm.	28°C	Conservación. Ecoturismo.
Nariño	La Vigía Mulatos Mosquera	PNN Sanquianga	Entre 0 y 20 msnm.	26°C	Conservación. Ecoturismo. Extracción de moluscos. Pesca artesanal.

**Fuente: Elaboración propia a partir de guía para elaborar el componente de servucción en un plan de negocios para empresas turísticas**

#### **4.2.2 Concepto del servicio**

El servicio a prestar en la empresa tur operadora Manglarestur SAS será en la zona del pacifico sur occidente teniendo como lugar principal municipio de Guapi Cauca y sus alrededores, con el fin de poder brindarles a nuestros clientes un servicio único e impecable en cuestión de calidad y confort.

La empresa turoperadora Manglarestur SAS le ofrecerá a todos sus clientes paquetes turísticos cargados de componentes naturales y culturales que les permitirá disfrutar de ambientes únicos y diferentes, donde puedan interactuar con la naturaleza, disfrutando de senderos ecológicos, actividades acuáticas, de aventura y de una exuberante vista paisajística, teniendo la oportunidad de conocer un poco sobre la cultura étnica guapireña y del Pacifico Colombiano; todas estas vivencias articuladas los llevaran a un ambiente totalmente diferente y especial sacándolos de la rutina y además les permitirá tener un momento de paz y contacto con la naturaleza.

La empresa tur operadora se dedicara a la venta y operación de paquetes turísticos, integrando todos los atractivos naturales y culturales de Guapi Cauca y sus alrededores, de tal manera que articule a la comunidad local dentro de la prestación de los servicios a ofrecer, pero sin dejar de lado la conservación de los recursos naturales y culturales, y así poder potenciar el turismo sostenible en el municipio de Guapi Cauca, para el buen aprovechamiento de los atractivos.

### 4.2.3 Ficha técnica

**Tabla 2 Descripción ficha técnica**

<b>Componentes del servicio</b>	Guíanza, transporte, alimentación, alojamiento, entrada a los atractivos según el paquete y herramientas para las actividades.
<b>Capacidad.</b>	Capacidad de acogida de turistas de acuerdo al paquete y la temporada.
<b>Cualidad.</b>	En el servicio de la empresa Manglarestur tiene como prioridad resaltar los valores la diversidad natural y cultural del pacifico colombiano, con el fin de conocer nuevas costumbres, gastronomía, estilos de vida y paisaje que deleitaran a nuestros clientes acompañado de un buen nivel de confort y calidad.
<b>Diseño.</b>	El diseño de nuestro servicio está enfocado empaquetar rutas y territorios articulados con la comunidad local, brindándole una facilidad al cliente de vivir una experiencia única que rompa los esquemas del turismo en el pacifico colombiano.
<b>Tamaño.</b>	Este sendero será por tramos donde se resalte un poco de las flores y rosas de diferentes partes del mundo que se adapten al clima de Guapi Cauca.
<b>Tecnología.</b>	GPS, Cascos, Computador, Arnés, pagina web, marketing, internet
<b>Condiciones climáticas.</b>	La temperatura oscila entre 26 y 30 °C. Está a 4 msnm, y es zona costera, lo cual permite realizar muchas actividades acuáticas.
<b>Factores ambientales.</b>	En las actividades que ofrece la empresa Manglarestur encontramos un paisaje exuberante, fauna marítima, y un maravilloso manglar que permite desarrollar muchas actividades. Temperatura de 28°C, humedad relativa del 80%, altitud de los 0 a los 400 msnm.

**Fuente: Elaboración propia**

#### 4.2.4 Organización del recurso turístico

Para la identificación y valoración del nivel de autenticidad y singularidad de los atractivos, se realizó mediante la metodología de identificación y valoración de atractivos turísticos propuesta por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo. Donde los recursos que tengan una puntuación de 75 o más cumplen para ser un atractivo turístico. En las siguientes tablas podemos observar cómo se le aplicó la metodología a los recursos culturales y naturales que encontramos en Guapi Cauca.

**Tabla 3 Festividades y eventos**

Atractivos	Organización del evento	Beneficios socioculturales	Beneficios económicos locales	Total	Local	Regional	Nacional	Internacional	Total	Resultado
Feria del naidy	27	20	20	67	0	12	0	0	12	79
Fiestas Patronales	29	20	20	69	0	12	0	0	12	81
Fiestas de la Virgen del Carmen	28	20	16	64	0	12	0	0	12	76

**Fuente: Elaboración propia a partir de la metodología de identificación y valoración de atractivos turísticos propuesta por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo.**

**Tabla 4 Grupos de especial interés**

Atractivos	Respeto por las Costumbres	Total	Local	Regional	Nacional	Internacional	Total	Resultado
Comunidad Afrodescendiente	63	63	0	12	0	0	12	75
Comunidad Indígena	68	68	0	12	0	0	12	80

Fuente: Elaboración propia a partir de la metodología de identificación y valoración de atractivos turísticos propuesta por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo.

**Tabla 5 Valoración de patrimonio material**

Atractivos	Estado conservación	constitución del bien	Representatividad	Total	Local	Regional	Nacional	Internacional	Total	Resultado
artesanías autóctonas	20	21	28	<b>69</b>	0	12	0	0	<b>12</b>	<b>81</b>
Catedral de la inmaculada concepción	21	20	28	<b>69</b>	6	0	0	0	<b>6</b>	<b>75</b>
Parque la Pola	21	20	28	<b>69</b>	6	0	0	0	<b>6</b>	<b>75</b>
Casa de la Cultura Guapi Cauca	20	17	28	<b>65</b>	0	12	0	0	<b>12</b>	<b>77</b>
Galería o plaza de mercado de Guapi	21	20	28	<b>69</b>	6	0	0	0	<b>6</b>	<b>75</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de la metodología de identificación y valoración de atractivos turísticos propuesta por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo.

**Tabla 6 Valoración de patrimonio inmaterial**

Atractivo	Colectivo	Tradicional	Anónimo	Espontáneo	Popular	Total	Local	Regional	Nacional	Internacional	Total	Resultado
Folclor local	14	14	14	14	14	<b>70</b>	6	0	0	0	6	76

Fuente: Elaboración propia a partir de la metodología de identificación y valoración de atractivos turísticos propuesta por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo.

**Tabla 7 Valoración de recursos turísticos naturales**

atractivos	Sin contaminación del aire	Sin contaminación del agua	Sin contaminación visual	Sin contaminación sonora	Estado de conservación	Diversidad	Singularidad	Total	Local	Regional	Nacional	Internacional	Total	Resultado
<b>Esteros</b>	10	9	10	10	9	10	6	<b>64</b>	0	12	0	0	<b>12</b>	<b>76</b>
<b>Manglares</b>	10	10	10	9	9	10	7	<b>65</b>	0	12	0	0	<b>12</b>	<b>77</b>
<b>Ríos</b>	10	8	9	8	9	10	4	<b>58</b>	0	0	18	0	<b>18</b>	<b>76</b>
<b>Playas</b>	10	8	9	10	9	10	2	<b>58</b>	0	0	18	0	<b>18</b>	<b>76</b>
<b>Zona de pesca</b>	10	9	9	9	8	10	2	<b>57</b>	0	0	18	0	<b>18</b>	<b>75</b>
<b>Islas</b>	10	9	10	9	9	10	1	<b>58</b>	0	0	18	0	<b>18</b>	<b>76</b>
<b>Bosques</b>	10	10	10	9	9	10	7	<b>65</b>	0	0	18	0	<b>18</b>	<b>83</b>
<b>PNN Sanquianga</b>	10	10	10	10	9	10	10	<b>69</b>	0	0	0	30	<b>30</b>	<b>99</b>
<b>PNN Gorgona</b>	10	10	10	10	10	10	10	<b>70</b>	0	0	0	30	<b>30</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de la metodología de identificación y valoración de atractivos turísticos propuesta por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo.



#### *4.2.4.1 Categoría patrimonial de conservación ambiental o salvaguarda cultural de los recursos turísticos*

Dentro de nuestra zona de operación, los manglares están bajo la protección del Parque Natural Nacional Sanquianga, también se operara en el Parque Nacional Natural Gorgona. La comunidad afrodescendiente residente en Guapi Cauca que mediante la ley 70 de 1993 se cataloga que se debe proteger la diversidad étnica y cultural. También encontramos dentro de nuestro territorio de operación a la comunidad indígena Embera, desde lo establecido en la ley 160 de 1994 se debe tener un cuidado especial en la operación dentro de los resguardos, ya que ellos son autónomos dentro de su territorio.

Debido a la protección que hay dentro de nuestro territorio de operación la agencia de viajes turoperadora MANGLARESTUR S.A.S tendrá en cuenta estas leyes y mecanismos para lograr un turismo sostenible y exitoso tanto para el turista como para la comunidad anfitriona.

#### *4.2.4.2 Parámetros existentes para el uso o aprovechamiento sostenible de los recursos turísticos*

Debido a lo mencionado en el punto anterior, nuestra zona de operación se encuentra protegida mediante leyes de preservación cultural como natural, lo que hace que la empresa MANGLARESTUR S.A.S deba tener en cuenta estas normas de conservación y salvaguarda del territorio a la hora de prestar sus servicios de manera sostenible como se indica en las siguientes leyes: Ley 70 de 1993 y Ley 160 de 1994, y en el plan de manejo del sistema de áreas protegidas (PNN).

#### *4.2.4.3 Procesos comunitarios culturales y ambientales que viabilizan el uso turístico de los recursos naturales o culturales*

Dentro de este territorio encontramos actos comunitarios que viabilizan el turismo, que es como la comunidad de pescadores no hace sus prácticas dentro de los manglares con el fin de conservar las especies marítimas, ya que los manglares son la sala cuna del océano y los que les proveen su sustento de vida.

Desde lo cultural encontramos como se ha fortalecido el folclor mediante la participación de los grupos musicales locales en el festival de música del pacifico Petronio Álvarez. En el municipio de guapi se puede ver como se preparan para esta gran cita cultural y al mismo tiempo hace que cada día más personas se interesen por el folclor local.

### **4.2.5 Organizaciones de la actividad turística**

En el perfil básico de las actividades a ofrecer a nuestros clientes están enfocadas al buen uso de los recursos naturales y culturales, y así sacarles provecho para diversión y conocimiento de los turistas. Las actividades propuestas para la prestación de servicios turísticos las podremos ver en la siguiente tabla de actividades turísticas.

**Tabla 8 Actividades turísticas**


<b>Actividades</b>	<b>Características</b>
<b>City tur cultural por el municipio</b>	Será un recorrido por los sitios más emblemáticos del municipio.
<b>Visita a la vereda penitente a (la casa de los instrumentos musicales del pacífico)</b>	Se visitara la casa de Don Francisco Torres que es uno de los personajes más grandes de la cultura local, su casa es todo un museo de instrumentos musicales.
<b>Fiesta típica cultural</b>	Tendrán una noche de bailes y ritmos típicos del pacífico.
<b>Salida en senderismo a las parcelas</b>	Se hará senderismo desde guapi a las parcelas donde se puede disfrutar de un hermoso paisaje que se podrán ver o apreciar diferentes especies de animales y se terminaría en la comunidad de las parcelas que se podrá apreciar su forma especial de cultivar la tierra.
<b>Paseo en lancha por el río guapi</b>	Se hará un recorrido en potrillos que es la embarcación tradicional del pacífico.
<b>Sky acuático</b>	Se realizara este deporte par que el cliente tenga una oportunidad de disfrutar al extremo por el río Guapi.
<b>Visita PNN Sanquianga</b>	Se conocerán los procesos de conservación de los manglares de esta zona, donde podrás disfrutar de avistamiento de fauna silvestre.
<b>Kayak</b>	Es una actividad acuática en la cual el turista puede demostrar sus habilidades para remar por el río.
<b>Pesca deportiva artesanal</b>	Se le mostrara al turista como son los procesos de pesca artesanal o el tipo de pez que se pueden coger. También podrán pescar y disfrutar de esta hermosa practica artesanal.
<b>Visita al PNN Gorgona</b>	Se visitara la isla Gorgona donde se podrá disfrutar de todas sus playas, caretear o bucear y conocer un poco de la historia de la antigua cárcel.
<b>Salida a la bocana de Guapi, esteros y playa de los obregones</b>	Será un viaje a la bocana donde se pueden hacer diferentes actividades como extracción de moluscos (piangua, almejas y sangara) y paseo por manglares.
<b>Comida típica</b>	Se ofrecerá comida típica del pacífico (arroz atollado, encocado de jaiba, arroz de camarón, tapado de pescado etc.) u otro plato que desee el turista.
<b>Paseo en potrillo por el río guapi</b>	Se hará un recorrido en potrillos por el río Guapi que es la embarcación tradicional del pacífico.
<b>Vivencia con la comunidad indígena</b>	Se visitara el resguardo indígena, donde se puedan compartir con la comunidad y con su estilo de vida.

**Fuente: Elaboración propia**

#### 4.2.5.1 Perfil básico de las actividades recreativas

Desde la creación de las actividades recreativas podemos sacar el perfil básico de las mismas y posteriormente realizar los paquetes y/o productos turísticos que ofrecerá la empresa MANGLARESTUR S.A.S y dentro del itinerario podemos observar las actividades y los detalles que presenta cada una de ella.

**Tabla 9 Paquete turístico vive guapi**


	Nombre: Paquete vive guapi	Duración: 3 días y 2 noches
		Inversión: \$853.230,00
		Código: 001
<p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vuelos aéreos ida y vuelta.</li> <li>▪ Recorrido por el pueblo y visitas a lugares o escenarios de valor cultural donde podrás tener una vivencia única con el acercamiento a la cultura de esta comunidad</li> <li>▪ Recorrido y visita a sitios naturales como playas, manglares donde se puede disfrutar de un paisaje único y se realizarán diferentes actividades de extracción de moluscos como aprender a pescar artesanalmente.</li> <li>▪ Alimentación (platos típicos u otro que desee el cliente)</li> <li>▪ hospedaje</li> <li>▪ Suvenir</li> </ul> <p>No incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cualquier otro punto no mencionado dentro de los incluidos</li> </ul> <p>Recomendaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Llevar bloqueador solar</li> <li>▪ Sombrero, sombrilla o gorra</li> <li>▪ Repelente para moscos</li> <li>▪ Llevar ropa cómoda (adecuada para tierra caliente)</li> <li>▪ Llegar cumplido a la hora citada de los vuelos.</li> </ul>		

	<b>Actividad</b>	<b>Detalle</b>
<b>Día 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llegada al Aeropuerto de Guapi Cauca</li> </ul>	Se recogerán a nuestros turistas en moto carros.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalación en el hotel Rio Guapi</li> </ul>	La instalación será en acomodación individual
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almuerzo en el restaurante en el Restaurante Sazón Costeño</li> </ul>	Se ofrecerá comida típica del pacifico u otro plato que desee el turista.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• City tur cultural por el municipio</li> </ul>	Será un recorrido por los sitios más emblemáticos del municipio.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita a la vereda penitente a (la casa de los instrumentos musicales del pacifico)</li> </ul>	Se visitara la casa de Don Francisco Torres que es uno de los personajes más grandes de la cultura local, su casa es todo un museo de instrumentos musicales.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cena en el restaurante Fondo Marino</li> </ul>	Se les ofrecerá una cena típica o algún otro plato que desee el cliente.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiesta típica cultural</li> </ul>	Tendrán una noche de bailes y ritmos típicos
<b>Día 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desayuno en el Hotel Rio Guapi</li> </ul>	Se ofrecerá un desayuno típico del pacifico u otro plato que desee el turista.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salida a la bocana de Guapi, esteros y playa de los obregones</li> </ul>	Será un viaje a la bocana donde se pueden hacer diferentes actividades como extracción de moluscos y paseo por manglares.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almuerzo típico en el restaurante Fondo Marino</li> </ul>	Se ofrecerá comida típica del pacifico u otro plato que desee el turista.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paseo en potrillo por el rio guapi</li> </ul>	Se hará un recorrido en potrillos que es la embarcación tradicional del pacifico.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vivencia con la comunidad indígena</li> </ul>	Se visitara el resguardo indígena, donde se puedan compartir con la comunidad y con su estilo de vida.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cena en el Restaurante Sazón Costeño</li> </ul>	Se les ofrecerá una cena típica o algún otro plato que desee el cliente.
<b>Día 3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desayuno en el hotel Rio Guapi</li> </ul>	Se les ofrecerá un desayuno típico o algún otro plato que desee el cliente.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salida o retorno a Cali Valle de Cauca (otra ciudad de origen)</li> </ul>	Se despide a los turistas en el aeropuerto de Guapi Cauca.

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 10 Paquete turístico isleador**

	Nombre: Paquete Isleador	Duración: 4 días y 3 noches
		Inversión: \$1.030.302,00
		Código:002
<p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vuelos aéreos ida y vuelta.</li> <li>▪ Recorrido por el pueblo y visitas a lugares o escenarios de valor cultural donde podrás tener una vivencia única con el acercamiento a la cultura de esta</li> <li>▪ Alimentación (platos típicos u otro que desee el cliente)</li> <li>▪ Paquete y actividades en la isla Gorgona.</li> <li>▪ hospedaje</li> <li>▪ Suvenir</li> </ul> <p>No incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cualquier otro punto no mencionado dentro de los incluidos</li> </ul> <p>Recomendaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ No llevar repelentes ni desodorantes en aerosol ya que son prohibidos en la isla</li> <li>▪ Llevar bloqueador solar</li> <li>▪ Sombrero, sombrilla o gorra</li> <li>▪ Llevar ropa cómoda (adecuada para tierra caliente)</li> <li>▪ Llegar cumplido a la hora citada de los vuelos.</li> </ul>		


	<b>Actividad</b>	<b>Detalle</b>
<b>Día 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llegada al Aeropuerto de Guapi Cauca</li> </ul>	Se recogerán a nuestros turistas en moto carros.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalación en el hotel Rio Guapi</li> </ul>	La instalación será en acomodación sencilla individual.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almuerzo en el restaurante Fondo Marino</li> </ul>	Se ofrecerá comida típica del pacifico u otro plato que desee el turista.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• City tur cultural por el municipio</li> </ul>	Será un recorrido por los sitios más emblemáticos del municipio.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita a la vereda penitente a (la casa de los instrumentos musicales del pacifico)</li> </ul>	Se visitara la casa de Don Francisco Torres que es uno de los personajes más grandes de la cultura local, su casa es todo un museo de instrumentos musicales.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cena en el restaurante en el</li> </ul>	Se les ofrecerá una cena típica o algún otro plato que desee el

	Restaurante Sazón Costeño	cliente.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiesta típica cultural</li> </ul>	Tendrán una noche de bailes y ritmos típicos
<b>Día 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desayuno en el Hotel Rio Guapi</li> </ul>	Se ofrecerá un desayuno típico del pacifico u otro plato que desee el turista.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salida a la isla Gorgona</li> </ul>	Será un recorrido en lancha rápida que dura (90) minutos
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almuerzo</li> </ul>	Se ofrecerá comida típica del pacifico u otro plato que desee el turista.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Charla de Bienvenida</li> </ul>	Se contará la historia de la isla, se darán recomendaciones y sugerencias a tener durante la estadía.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorrido por la prisión Gorgona.</li> </ul>	En este recorrido se visitara la antigua prisión donde el guía contara la historia de la cárcel y anécdotas sobre la misma.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paseo en lancha y avistamiento de Ballenas</li> </ul>	Se dará un recorrido en lancha para poder observar a las ballenas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cena</li> </ul>	Se les ofrecerá una cena típica o algún otro plato que desee el cliente.
<b>Día 3</b>	Desayuno	Se les ofrecerá un desayuno típico o algún otro plato que desee el cliente.
	Senderismo hacia playa palmera	Se hará un recorrido ecológico donde se podrá disfrutar de toda la biodiversidad de la isla para llegar a playa palmera y disfrutar una rica agua de coco y poder nadar en el mar.
	Almuerzo	Se ofrecerá comida típica del pacifico u otro plato que desee el turista.
	Visita al acuario (snorkel o buceo)	Se harán actividades de snorkel o buceo, donde se podrá disfrutar de la fauna marina del Pacífico Colombiano

	Cena	Se les ofrecerá una cena típica o algún otro plato que desee el cliente.
Día 4	Desayuno	Se les ofrecerá un desayuno típico o algún otro plato que desee el cliente.
	Regreso a Guapi Cauca	Será el recorrido en lancha rápida de vuelta al municipio de Guapi Cauca que dura (90) minutos
	Salida a Cali Valle del Cauca (otra ciudad de origen)	Se despide a los turistas en el aeropuerto de Guapi Cauca.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11 Paquete turístico Acuaventura

	Nombre: Paquete Acuaventura	Duración: 3 días y 2 noches
		Inversión: \$878.220,00
		Código:003
<p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vuelos aéreos ida y vuelta.</li> <li>▪ Recorrido por el pueblo y visitas a lugares o escenarios de valor cultural donde podrás tener una vivencia única con el acercamiento a la cultura de esta comunidad</li> <li>▪ Recorrido y visita a sitios naturales como playas, manglares donde se puede disfrutar de un paisaje único y se realizarán diferentes actividades de extracción de moluscos como aprender a pescar artesanalmente.</li> <li>▪ Alimentación (platos típicos u otro que desee el cliente)</li> <li>▪ Actividades de diversión.</li> <li>▪ Entrada a los PNN</li> <li>▪ hospedaje</li> <li>▪ Suvenir</li> </ul> <p>No incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cualquier otro punto no mencionado dentro de los incluidos</li> </ul> <p>Recomendaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Llevar bloqueador solar</li> <li>▪ Sombrero, sombrilla o gorra</li> <li>▪ Repelente para moscos</li> <li>▪ Llevar ropa cómoda (adecuada para tierra caliente)</li> <li>▪ Llegar cumplido a la hora citada de los vuelos.</li> </ul>		

	<b>Actividad</b>	<b>Detalle</b>
<b>Día 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Llegada al Aeropuerto de Guapi Cauca</li> </ul>	Se recogerán a nuestros turistas en moto carros.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instalación en el Hotel Rio Guapi</li> </ul>	La instalación será en acomodación individual
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Almuerzo en el restaurante Fondo Marino</li> </ul>	Se ofrecerá comida típica del pacifico u otro plato que desee el turista.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>City tur cultural por el municipio</li> </ul>	Será un recorrido por los sitios más emblemáticos del municipio.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Visita a la vereda penitente a (la casa de los instrumentos musicales del pacifico)</li> </ul>	Se visitara la casa de Don Francisco torres que es uno de los personajes más grandes de la cultura local, su casa es todo un museo de instrumentos musicales.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cena en el Restaurante Sazón Costeño</li> </ul>	Se les ofrecerá una cena típica o algún otro plato que desee el cliente.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fiesta típica cultural</li> </ul>	Tendrán una noche de bailes y ritmos típicos
<b>Día 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desayuno en el en el Hotel Rio Guapi</li> </ul>	Se ofrecerá un desayuno típico del pacifico u otro plato que desee el turista.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Salida en senderismo a las parcelas</li> </ul>	Se hará senderismo desde guapi a las parcelas donde se puede disfrutar de un hermoso paisaje donde se podrán ver o aprecias diferentes animales y se terminaría en la comunidad de las parcelas que se podrá apreciar su forma especial de cultivar la tierra.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Almuerzo típico en el restaurante Fondo Marino</li> </ul>	Se ofrecerá comida típica del pacifico u otro plato que desee el turista.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Paseo en lancha por el rio guapi</li> </ul>	Se hará un recorrido en potrillos que es la embarcación tradicional del pacifico.



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sky acuático</li> </ul>	Se realizara este deporte par que el cliente tenga una oportunidad de disfrutar al extremo por el rio Guapi.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cena en el Restaurante Sazón Costeño</li> </ul>	Se les ofrecerá una cena típica o algún otro plato que desee el cliente.
<b>Día 3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desayuno en el Hotel Rio Guapi</li> </ul>	Se les ofrecerá un desayuno típico o algún otro plato que desee el cliente.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita PNN Sanquianga</li> </ul>	Se conocerán los procesos de conservación de los manglares de esta zona, donde podrás disfrutar de avistamiento de fauna silvestre.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almuerzo en Sanquianga</li> </ul>	Se ofrecerá comida típica del pacifico u otro plato que desee el turista.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kayak</li> </ul>	E s una actividad acuática en la cual el turista puede demostrar sus habilidades para remar por el rio.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesca deportiva artesanal</li> </ul>	
<b>Día 4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desayuno en el Hotel Rio Guapi</li> </ul>	Se les ofrecerá un desayuno típico o algún otro plato que desee el cliente.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• salida al aeropuerto de guapi</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vuelo a Cali Valle del Cauca (otra ciudad de origen)</li> </ul>	Se despide a los turistas en el aeropuerto de Guapi Cauca.

**Fuente: Elaboración propia**

#### *4.2.5.2 Métodos, técnicas y tecnologías que se aplicó para el diseño de actividades*

El método que se utilizó fue la identificación de recursos naturales y culturales que tienen un potencial para el turismo, luego se valoraron y ponderaron esos recursos turísticos mediante la metodología de valoración de atractivos turísticos planteada por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y así los que tuvieran una puntuación de 75 o más son catalogados como atractivos turísticos. Lugo de haber identificado y ponderado los atractivos se prosigue a realizar las actividades en los atractivos previamente calificados, y luego de tener las actividades se crean los

paquetes turísticos. Este fue el método que se utilizó para la creación de las actividades turísticas que componen nuestros paquetes turísticos.

#### 4.2.6 Organización del servicio turístico

La turoperadora MANGLARESTUR S.A.S realizará unos procesos, procedimientos y protocolos para la prestación de los servicios, con el fin de que se pueda planear de manera adecuada para brindarles a nuestros clientes un servicio planificado para que cumpla con las expectativas en temas de calidad y confort.

A continuación veremos cómo será el proceso desde la planificación para la buena prestación de los servicios turísticos ofrecidos por MANGLARESTUR S.A.S mediante el mapa de procesos.

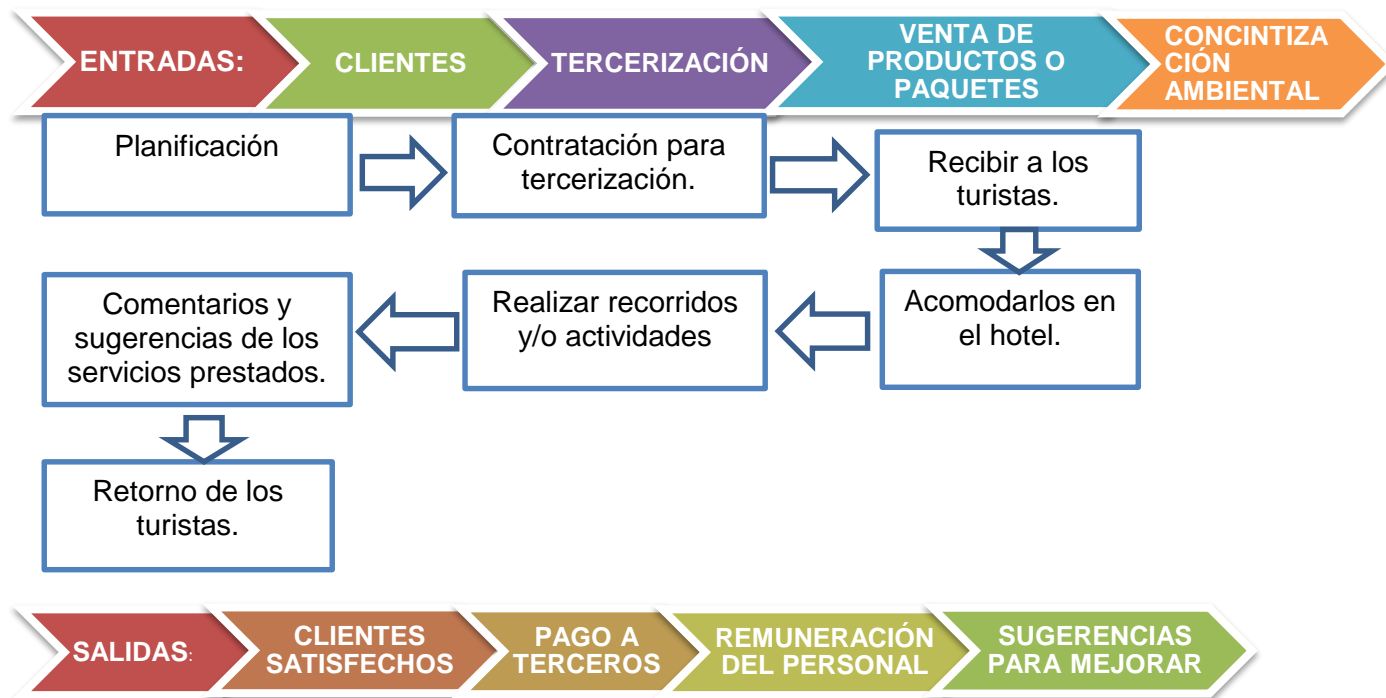


Ilustración 1 Mapa de procesos

Fuente: Elaboración propia

#### Procesos:

- Planificación: En este punto se trazara cómo será la gestión y logística para garantizar una buena operación en la prestación de los productos a ofrecer por la empresa MANGLARESTUR SAS, donde se contratará y se preparará todo para poder prestarle un servicio de calidad a la medida de nuestros clientes.

- Contratación para tercerización: Se realizara un modelo de contrato y/o convenio con los diferentes prestadores de servicios y proveedores que tendrán que cumplir con los siguientes requisitos:
  - Tener la mayoría de empleados locales.
  - Contribuir al cuidado del medio ambiente.
  - Apoyar campañas de concientización y educación ambiental en Guapi Cauca.
  - Tener u optar a sellos verdes.

MANGLRESTUR S.A.S elegirá de manera adecuada a cada uno de los prestadores de servicios que se exigirá un alto nivel de cumplimiento en puntualidad, calidad en cada uno de los productos y/o servicios contratados. También deben de estar comprometidos con la responsabilidad social de la comunidad local y con el medio ambiente.

**Tabla 12 Convenio con proveedores**

CONVENIO TERCEROS Y/O PROVEEDORES
<p>LA EMPRESA OPERADORA MANGLARESTUR S.A.S, CON LA EMPRESA _____</p> <p>En Guapi Cauca, a los _____ días del mes _____ del año _____ será de ahora en adelante proveedor, que actúa en nombre de una parte fundamental para la prestación de nuestros servicios. La entidad mercantil _____, con título-licencia (G.C.) número _____ que se encuentra comercial y oficialmente bajo la marca registrada _____, en adelante _____, que actúa en nombre propio y en calidad de proveedor de productos o servicios, para la articulación de su empresa en la oportuna prestación de nuestros paquetes turísticos.</p> <p>Se reconocen mutuamente total capacidad para suscribir el presente, CONVENIO CON PRODUCTOS O SERVICIOS.</p> <p>I. Duración del convenio</p> <p>Inicio: _____</p> <p>Finalización: _____</p> <p>II. Identificación del producto o servicio a prestar Este convenio tiene por objeto identificar claramente el parámetro a los que se llega a estar de acuerdo por las dos partes; y el proveedor recibe en este acto un extracto de las garantías, los límites y las exclusiones a las cuales no se llegan.</p> <p>III. Precio de los productos o servicios que preste la empresa _____ por persona, impuestos incluidos. Este precio queda totalmente abonado en este acto, y la firma de la AGENCIA OPERADORA sirve como carta de pago.</p> <p>IV. Incumplimiento contractual in situ.</p> <p>El proveedor queda obligado a comunicar a la AGENCIA OPERADORA, por escrito o por cualquier otro medio que garantice la constancia, y lo antes posible, cualquier irregularidad o incumplimiento en la ejecución del convenio que haya comprobado in situ</p> <p>V. formas de pago: Cheque _____ Efectivo _____</p> <p>VI. Acepta las condiciones y firma el documento _____</p>

**Fuente: Elaboración propia**

- Recibir a los turistas: Se tendrá un guía que recibirá a nuestros clientes dándoles la bienvenida, presentándose y en seguida comunicándoles que será el encargado en acompañarlos en todo el recorrido.
- Acomodarlos en el hotel: Luego de recibir a los turistas el guía deberá llevarlos al hotel donde se acomodaran en sus respectivas habitaciones.
- Realizar recorridos y/o actividades: Se acompañara al turista en la realización de todas las actividades expuestas en el paquete o producto que haya escogido (ver paquetes)
- Comentarios y sugerencias de los servicios prestados: Se les realizara una pequeña encuesta a los turistas donde puedan calificar su experiencia y el servicio brindado por la empresa MANGLARESTUR SAS.

**Tabla 13 Encuesta de satisfacción**



**ENCUESTA DE SATISFACCIÓN**

¿Considera que las actividades realizadas cumplieron con sus expectativas?  
 Muy malo\_\_ Malo\_\_ Regular\_\_ Bueno\_\_ Muy bueno\_\_

¿Cómo le parecieron nuestros servicios?  
 Muy malo\_\_ Malo\_\_ Regular\_\_ Bueno\_\_ Muy bueno\_\_

¿Considera adecuados los precios de nuestros servicios?  
 Si\_\_ No\_\_ Es indiferente\_\_

¿Volvería nuestros servicios para visitar este destino?  
 Sí\_\_ No\_\_

En este espacio puede escribir una sugerencia queja o reclamo si así lo desea.

---



---



---

**Fuente: Elaboración propia**

- Retorno de los turistas: En el último día se llevara a los turistas al aeropuerto de Guapi donde se les regalará un pequeño souvenir para que se lleven de recuerdo de esta gran aventura.

#### **4.2.6.1 Responsabilidad social.**

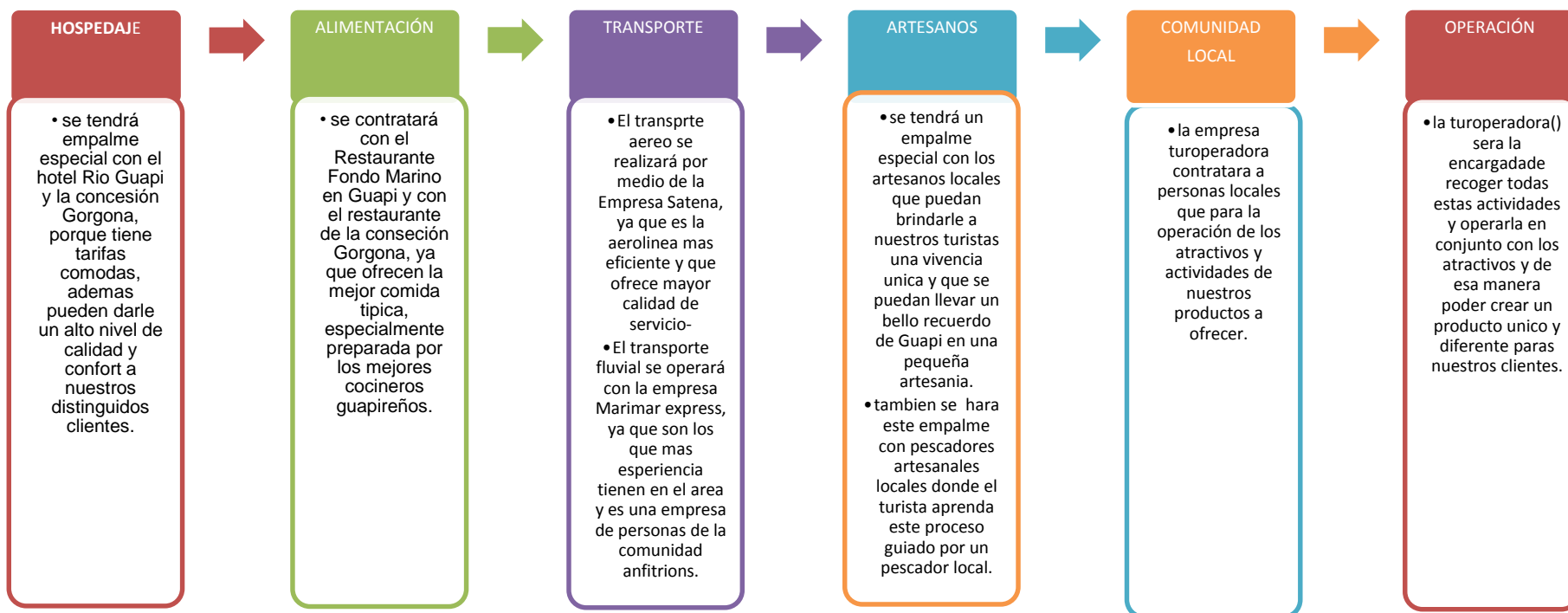
La empresa MANGLARESTUR SAS estará comprometida con el bienestar y el desarrollo social de la comunidad guapireña, apoyándola de la siguiente manera:

- Realizar campañas de limpieza en el pueblo y en el rio de la mano con los colegios locales.
- Apoyar actividades culturales y deportivas en el municipio.
- Regalar kits escolares a principio de año para los niños de escasos recursos.
- Contratar en un 80% del talento humano a personas de la comunidad anfitriona.

#### **4.2.7 Organización de la oferta turística**

Nuestra oferta de servicios turísticos estará apoyada o complementada por prestadores de servicios turísticos como hoteles, restaurantes, empresas de transporte aéreo y fluvial, talleres de artesanías y artesanos; que con la operación de las actividades en los atractivos identificados se logra diseñar y ofertar un producto elaborado para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

Desde la turoperadora MANGLARESTUR SAS se desarrollará un clúster vertical donde se logren integrar todos los actores que se necesita para la buena gestión y operación de los productos desarrollados para ofrecerles a nuestros clientes. En la siguiente ilustración se podrá observar el funcionamiento del clúster con todos sus actores.



**Ilustración 2 Clúster turístico**

**Fuente: Elaboración propia**

## **4.3 MERCADOS**

### **4.3.1 Análisis del sector**

La Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo (ANATO), realizó un trabajo estadístico basado en información de Migración Colombiana, arrojando datos muy buenos que han permitido que el sector turístico en Colombia cada vez coja más impulso, lo cual es una oportunidad muy importante para los empresarios del sector.

En el año 2012 ha habido un alto incremento o auge de turistas internacionales (1.692.821.) lo cual es una cifra importante, y que se debe estudiar y mirar como una oportunidad para nosotros los empresarios del turismo, en esta misma fuente encontramos que el flujo de extranjeros que llegaron a nuestro país en el siguiente año que fue el 2013 siguió en aumento (1.832.098) lo que arroja un aumento de (139.277) visitantes extranjeros, dejando un aumento del (8%). Por otro lado en el año 2014 tampoco dejó de crecer la llegada de turistas o visitantes extranjeros a nuestro país. Desde el mes de enero hasta agosto ingresaron al país (2.567.004), (734.906) visitantes más que el 2013, reflejando un crecimiento del (9.6%) al mismo tiempo del año anterior. Teniendo en cuenta el estudio realizado por Confecamaras, una empresa del sector turístico tiene un periodo de durabilidad de alrededor de 28 años, lo cual es algo muy rentable crear empresas que se dediquen al turismo. Apoyándonos en estas cifras vemos que es una gran oportunidad para generar desarrollo económico por medio del turismo aprovechando así el auge que está teniendo el país en el sector, y aún más en los próximos años si le logra llegar al acuerdo de paz con las FARC, lo cual impulsaría la llegada de turistas a estas zonas más alejadas del centro del país.

### **4.3.2 Análisis del mercado**

El mercado turístico en Colombia cada vez crece más, aumentando la demanda de mejores servicios y atractivos mejores diseñados y planificados, y nosotros como empresa turoperadora buscamos aprovechar e gran impacto que está teniendo el turismo en Colombia. Lo podemos ver con la llegada de europeos que en el año 2013 fue del 23% de los extranjeros que llegaron a Colombia (Turismo, 2014). Como muchos sabemos las personas o turistas de los países europeos cada vez más buscan lugares naturales y tranquilos diferentes a los de sol y playa, que les permita desconectarse de su rutina, siendo así Guapi Cauca y sus alrededores un lugar clave que puede llegar a ser diseñado para cumplir con esas expectativas de tan exigentes turistas.

Nosotros pretendemos enfocarnos en tener como mercado objetivo a los grandes países de Europa. El visitante europeo cada vez más está dispuesto a pagar por la combinación de un buen servicio entre descanso, naturaleza, cultura, conocer otras comunidades, diversión y grandes aventuras que lo saquen de su rutina.

El sector turístico en el municipio de guapi se encuentra virgen, ya que no han sido aprovechadas en el ámbito turístico las riquezas naturales y culturales con las

que cuenta. Hay un mínimo flujo de turistas que son los que van para la isla de Gorgona, y algunas personas obtienen beneficios monetarios cuando estos se quedan una noche en el municipio. Guapi es un destino casi que desconocido en el mundo del turismo, parte de nuestra misión es dar a conocer, o poner el nombre de Guapi en el mapa turístico como un destino confiable y diferente para hacer ecoturismo, turismo de naturaleza etnoturismo y turismo de aventura. El desconocimiento de Guapi en el mercado turístico se da en parte por ser zona de difícil acceso ya que para llegar hay que viajar por el mar en lancha rápida que son 3 horas, barco que son 12 horas de intenso viaje por el mar pacifico, o por avioneta que son apenas 45 minutos desde la ciudad de Cali o Popayán.

#### **4.3.3 Potencial del mercado en cifras.**

Según el Ministerio de Industria Comercio y turismo para el periodo de enero - marzo de 2015, el turismo receptivo total ascendió a 770.981 llegadas, con un crecimiento de 10,2% frente a enero - marzo de 2014 (699.570). Del total de llegadas: (540.120) correspondieron a extranjeros no residentes, (99.537) pasajeros en cruceros internacionales (131.324) a colombianos residentes en el exterior. Las llegadas de viajeros por zonas de integración fronteriza para enero - marzo de 2015, se estimaron en 359.263 según cálculos de la Dirección de Análisis Sectorial y Promoción del Vice ministerio de Turismo. En enero - marzo de 2015, el 90,9% de las llegadas de extranjeros no residentes provenían de países con los que Colombia tiene acuerdo comercial; Estados Unidos fue el principal origen de los viajeros extranjeros no residentes, con un 17,4% del total de llegadas (93.822), le sigue Unión Europea con 16,3% de participación (88.034), Mercosur son los terceros emisores de viajeros extranjeros a Colombia con un 14,9% de participación (80.710). En enero - marzo de 2015, la llegada de colombianos no residentes registró un aumento de 18,8% frente al mismo periodo en 2014. Lo cual es explicado principalmente por los incrementos de los siguientes países emisores: Panamá 83,6%, Ecuador 51,3%, Chile 42,4% y México 40,8% a pesar del decremento de Venezuela (-26,8%). Los principales países emisores de colombianos no residentes en enero - marzo de 2015 fueron: Estados Unidos 45,2%, España 9,8% y Panamá 6,0%; estos tres países agrupan el 61,0% del total de llegadas. En enero - marzo de 2015, llegaron a Colombia 99.537 pasajeros en cruceros internacionales, lo que representó una disminución de -23,9% respecto al mismo periodo en 2014 (130.722). En enero - marzo de 2015, se registró un movimiento de 1.234.874 pasajeros aéreos internacionales, lo que representa un crecimiento anual de 13,8%, frente a los 1.084.941 registrados en el mismo periodo de 2014. En enero - marzo de 2015, el aeropuerto El Dorado es el más importante en cuanto a movimiento de pasajeros internacionales con 69,4% y 67,8% en 2014; le siguen en importancia los aeropuertos de Rio negro, Cali y Cartagena. (págs. MinCIT, 2014)

Desde el informe de turismo de 2015 realizado por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo arroja que al PNN Gorgona en el año 2014 llegaron 3.074 turistas, lo cual es una cifra muy importante ya que los turistas que eligen este destino lo podrán hacer por medio de la turoperadora MANGLARESTUR SAS.



Como se puede ver es un público que se puede enfocar esta empresa ya que se adaptan al perfil del producto que ofrece.

**Tabla 14 Estadísticas PNN**

Parques	Anual		Año Corrido		Mensual		Participación (%)				Variación (%)		
	2013	2014	Ene-Mar 2014	Ene-Mar 2015	Marzo 2014	Marzo 2015	2013	2014	Ene - Mar 2015	Marzo 2015	2014/2013	Ene-Mar 15/14	Marzo 2015
PNN Corales del Rosario	443.458	433.576	130.295	120.437	33.435	29.868	50,5%	47,6%	49,6%	34,3%	-2,2%	-7,6%	-10,7%
PNN Tayrona	304.575	306.872	99.397	51.833	21.603	23.621	34,7%	33,7%	21,3%	27,1%	0,8%	-47,9%	9,3%
SFF Isla de la Corota	33.489	40.671	13.707	12.467	1.986	1.986	3,8%	4,5%	5,1%	2,3%	21,4%	-9,0%	0,0%
PNN Nevados	21.004	37.498	10.842	10.032	1.700	2.294	2,4%	4,1%	4,1%	2,6%	78,5%	-7,5%	34,9%
PNN Chingaza	15.081	11.972	3.281	4.817	1.205	1.733	1,7%	1,3%	2,0%	2,0%	-20,6%	46,8%	43,8%
PNN El Cocuy	14.147	16.867	7.130	8.627	709	1.427	1,6%	1,9%	3,6%	1,6%	19,2%	21,0%	101,3%
SFF Flamencos	13.779	7.690	1.414	2.877	412	480	1,6%	0,8%	1,2%	0,6%	-44,2%	103,5%	16,5%
PNN Old Providence	10.591	13.996	4.472	25.903	1.260	23.016	1,2%	1,5%	10,7%	26,5%	32,1%	479,2%	1726,7%
PNN Sierra Nevada	373	9.593	2.483	1.130	590	1.096	0,0%	1,1%	0,5%	1,3%	2471,8%	-54,5%	85,8%
PNN Gorgona	2.823	3.074	436	112	197	20	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	8,9%	-74,3%	-89,8%
Otros	19.522	28.301	4.857	4.614	1.482	1.474	2,2%	3,1%	1,9%	1,7%	45,0%	-5,0%	-0,5%
<b>TOTAL</b>	<b>878.842</b>	<b>910.110</b>	<b>278.314</b>	<b>242.849</b>	<b>64.579</b>	<b>87.015</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>3,6%</b>	<b>-12,7%</b>	<b>34,7%</b>

Fuente: Ministerio de Industria Comercio y Turismo

#### 4.4 ORGANIZACIÓN

##### 4.4.2 Misión

Ofrecer servicios ecoturísticos y etnoturísticos que sobrepasen las expectativas de nuestros clientes por medio de un servicio seguro y de calidad que genere desarrollo social y económico en las comunidades anfitrionas, causando el menor impacto posible al ambiente, pero ante todo logrando la gran satisfacción de nuestros clientes mediante un servicio con altos estándares de calidad.

#### 4.4.3 Visión

En el año 2020 MANGLARESTUR S.A.S llegará a ser una de las agencias de viajes más importante y confiable del Pacífico colombiano, con una alta reputación en el mercado, ofreciendo seguridad y confort a todos nuestros clientes, brindándoles las mejores experiencias de turismo sostenible en el pacífico colombiano, pero sin olvidar la conservación de los recursos naturales y culturales, estando siempre en busca de mejorar la calidad de vida de las comunidades locales y el mayor grado de satisfacción y calidad posible para nuestros visitantes y turistas.

#### 4.4.4 Valores corporativos

**Respeto:** Tendremos respeto con cada uno de nuestros clientes y empleados, además con el medio ambiente, con el fin de protegerlos desde la empresa MANGLARESTUR S.A.S.

**Compromiso:** Estamos comprometidos con la calidad y el confort de los servicios a prestar a nuestros clientes.

**Amabilidad:** La empresa MANGLARESTUR S.A.S tendrá un excelente carisma y trato con sus clientes internos y externos.

**Puntualidad:** Cumplirá con los horarios establecidos y con cada una de las actividades, y así poder prestar servicios de calidad y confort

**Disponibilidad:** MANGLARESTUR S.A.S tendrá una disponibilidad total para acompañar de manera personalizada y estar de la mano con cada uno de nuestros clientes y empleados.

**Trabajo en equipo:** Trabajamos en equipo para poder brindarles el mejor servicio posible a nuestros clientes.

**Honestidad:** Trabajaremos con honestidad y transparencia para poder brindar un servicio de calidad y competitividad a nuestros clientes.

#### 4.4.5 Organización empresarial

La agencia de viajes turoperadora MANGLARESTUR S.A.S será conformada como una sociedad por acciones simplificada (SAS), que trabajará por el progreso y reconocimiento de las bellezas naturales y culturales del pacífico, buscando ser parte del turismo sostenible que tanto necesita promover esta región, con el fin de ayudar a que se reconozcan las maravillas escondidas y en el olvido del Pacífico colombiano.

La (SAS) es un vehículo jurídico para la realización de cualquier actividad empresarial legal que puede ser constituida por una o varias personas naturales o jurídicas, cuyos accionistas limitan su responsabilidad hasta el monto de sus aportes que una vez inscrita en el registro mercantil, forma una persona jurídica distinta de sus accionistas y que cuenta con múltiples ventajas que facilitan la iniciación y desarrollo de la actividad empresarial. (Ministerio de industria, comercio y turismo , 2011).

#### 4.4.5.1 *Trámite tributario*

- Se realiza en la DIAN (dirección de impuesto y aduana nacionales) aquí se solicita el registro único tributario también llamado RUT y este permite actualizar información básica de los contribuyentes de renta
- Aquí también se solicita el NIT (número de identificación tributaria) los requisitos en la DIAN son:
  - Presentar copia de escritura pública
  - Copia de certificado de existencia para personas jurídica y personas naturales la cedula de ciudadanía
- Con esto se inscribe la empresa en el RUT lo cual queda como responsable de impuesto que valor agregado IVA, como régimen común o como régimen simplificado.
- Las características de RUT son:
  - Es un mecanismo para clasificar y ubicar empresas controladas por la DIAN
  - No exige renovación.
- Permiso de operación a la CRC (corporación autónoma del cauca) (DEMAC, 2012)

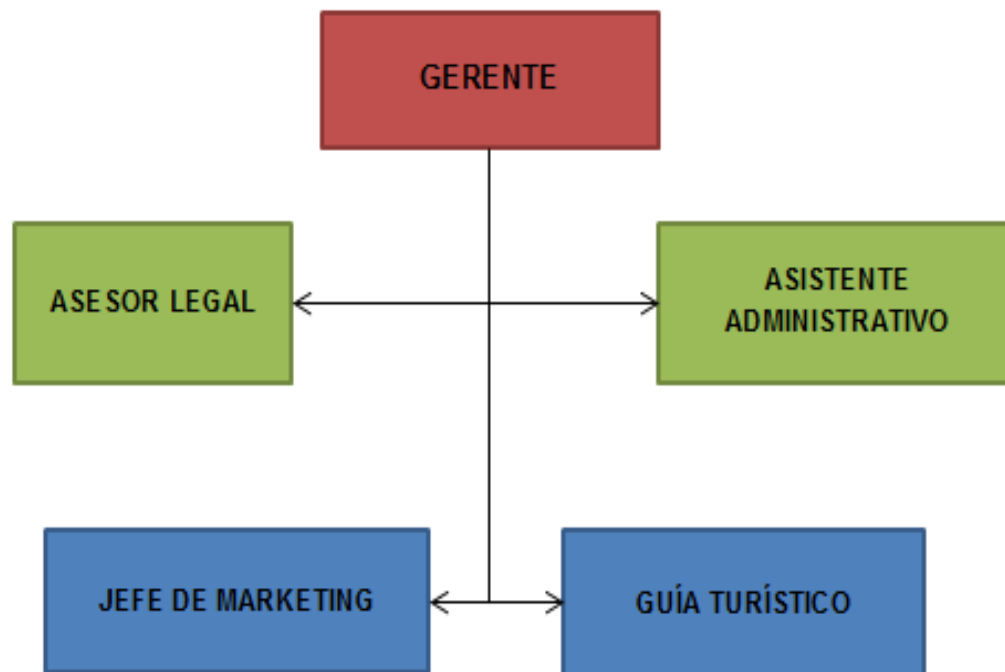
#### 4.4.5.2 *Beneficios y ventajas de la (SAS)*

- Fácil creación de la empresa. Una SAS se puede crear por medio de un documento privado, por lo cual la empresa ahorra tiempo y dinero en los trámites. La responsabilidad de sus socios solo se limita a sus aportes a la empresa, igual esto puede llegarse a convertir en beneficios para los socios en el crecimiento de la empresa.

- Se puede diferir el pago capital hasta por dos años. Esto le da la ventaja a los socios la oportunidad de obtener recursos y capital necesario para el pagar las acciones. La sociedad tiene la capacidad de escoger libremente las condiciones para que se realice el pago.
- Se pueden tener acciones de diferentes series o clase. Pueden ser, acciones con voto múltiple, acciones privilegiadas, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones ordinarias y acciones con dividendo fijo o acciones de pago.
- Más facilidad en la regulación de los derechos patrimoniales.

#### 4.4.6 Estructura organizacional

La agencia de viajes turoperadora MANGLARESTUR S.A.S estará conformada por un total de 6 personas, donde 4 personas serán directas y 2 indirectas distribuidas en 3 diferentes áreas: área administrativa 3 personas que son 1 gerente contratado directamente de tiempo completo. 1 asesor legal y 1 asistente administrativo contratados indirectamente de medio tiempo. En el área comercial y de ventas 1 persona que es el jefe de marketing contratado directamente y de tiempo completo. Por ultimo en el área de operación 2 guías contratados directamente de tiempo completo.



**Ilustración 3 Organigrama**

**Fuente: Propia**

## **4.4.7 Manual de funciones**

### **4.4.7.1 Gerente**

**Cargo:** Gerente

**Nivel de responsabilidad:** Alto

**Requerimiento:** Título Profesional en Administración de Empresas o administración del turismo.

**Habilidades:** Trabajo en equipo, brindar apoyo a sus empleados en casos especiales o cuando así lo requiera la empresa. Debe estar en capacidad de hablar y comprender el idioma inglés. Un segundo idioma es una ventaja adicional, capacidad para realizar las funciones de trabajo con alto grado de integridad y confidencialidad.

**Objetivo:** Actitud de líder, tener don de mando, iniciativa propia, capacidad de toma de decisiones.

**Cualidades:** Respetuoso, ágil, liderazgo, tolerante, paciente.

**Responsabilidades:** Supervisar las funciones de, asistente administrativo, jefe de marketing, asesor legal, guía turístico.

### **4.4.7.2 Asesor legal**

**Cargo:** Asesor legal

**Nivel de responsabilidad:** Alto

**Perfil:** Asistir a la junta directiva, a la presidencia de la junta, a la dirección ejecutiva y a las demás dependencias de la entidad, a fin de garantizar la seguridad jurídica necesaria dentro de las actividades, procesos y procedimientos, que la entidad ejecuta.

**Requerimiento:** Título de abogado, estar habilitado para el ejercicio de la profesión, experiencia en el cargo. Mínimo (1) año de experiencia laboral en el área comercial otras áreas del derecho.

**Habilidades:** Responsabilidad, ética, facilidad de expresión, creatividad, imparcialidad, criterio jurídico, habilidad para manejo de situaciones conflictivas y para las relaciones humanas.

**Cualidades:** Respetuosa, ágil, liderazgo, tolerante, compañerismo, servicial.

**Responsabilidades:** Estar pendiente de que la empresa tenga todos los papeles legales al día. Asesorar al gerente sobre cualquier toma de decisión legal.

### **4.4.7.3 Asistente administrativo**

**Cargo:** Asistente administrativo

**Nivel de responsabilidad:** Alto

**Descripción de cargos:** Es el encargado de coordinar todas las áreas operativas de la empresa que todas funcionen correctamente. Debe ejecutar procesos aplicando normas y procedimientos definidos y elaborar la documentación

necesaria para dar cumplimiento a cada proceso, para lograr los resultados o metas propuestas.

**Perfil:** Debe de ser una persona con capacidad de liderar, saber reclutar y seleccionar el personal que sepa desarrollarse de acuerdo a los fines de la compañía, en cada uno de los diferentes cargos, mantener en entrenamiento continuo el personal dependiendo de las actividades que desempeñen, Controlar y evaluar el desempeño de los empleados de acuerdo a los objetivos trazados para un período de tiempo determinado.

**Requerimiento:** Coordina y hace seguimiento a las acciones administrativas, control de Gestión de insumos y consumo, administración de horarios., Reportes a gerencia, entre otros. Se requiere por la actividad, participación y compromiso.

**Habilidades:** Facilidad de palabra, gusto por la atención al cliente, actitud de servicio, organización, habilidad de negociación, excelente comunicación oral y escrita, debe estar en capacidad de hablar y comprender el idioma inglés. un segundo idioma es una ventaja adicional, capacidad para realizar las funciones de trabajo con alto grado de integridad y confidencialidad

**Cualidades:** Responsabilidad, honestidad, equidad, integridad, tolerancia, puntualidad, respetuoso.

**Responsabilidades:** El supervisor de operaciones es responsable del control de los medios relacionados con el dinero en efectivo, la recepción y los documentos de control de inventario, así como la eficiencia operativa General.

#### **4.4.7.4 Jefe de marketing**

**Cargo:** Jefe de marketing

**Nivel de responsabilidad:** Mediano

**Descripción de cargos:** Darle una imagen positiva a la empresa.

**Cualidades:** Debe ser una persona tolerante que a la hora de crear una publicidad que no juzgue ni comprometa la moralidad de una etnia o la libertad de libre expresión.

**Perfil:** Debe tener una sólida preparación en las nuevas tecnologías y sistemas de organización social, el jefe de marketing debe ser un profesional idóneo para satisfacer las necesidades de los anunciantes y consumidores, debe ser creativo estratégico en las áreas de publicidad, marketing, diseño, administración, investigación y producción audiovisual.

**Requerimiento:** Debe atraer clientes con una imagen de servicio o producto que ofrece la empresa.

**Habilidades:** Domina las diferentes tecnologías publicitarias digitales, es creativo, se informa sobre los distintos lenguajes publicitarios.

**Responsabilidades:** Elaborar la publicidad de la empresa, regido por los estándares de la misma. Ser el estratega, creativo gráfico y visual de la empresa. Implementar estrategias que permitan conocer lo que los clientes desea. Disponer de las herramientas necesarias para garantizar en cualquier instancia, que los procesos se efectuaran de forma segura y eficaz. Construir una identidad única para la empresa dentro de los consumidores. Realizar un informe semanal de las actividades realizadas.

#### **4.4.7.5 Guía turístico**

**Cargo:** Guía turístico

**Nivel de responsabilidad:** Medio

**Descripción de cargos:** El guía se encargara de hacer el recorrido por los diferentes atractivos explicando el correspondiente documento dado.

**Perfil:** El guía-recreacionista debe saber acerca de los diferentes atractivos naturales y culturales que tiene el municipio de guapi, que haya hecho un curso de guía o haya tenido experiencia en este ámbito.

**Requerimiento:** El guía debe haber hecho como mínimo una capacitación donde se le explica el documento que deberá exponer, los senderos con sus respectivas actividades, y primeros auxilios. El guía Debe portar como mínimo unos zapatos antideslizantes.

**Habilidades:** El guía debe saber cómo referirse a los turistas con su tono de voz, mirada, porte, etc. Además de manejar muy bien el tema que va a exponer.

**Cualidades:** Eufórico, respetuoso, dinámico, tolerante, tono de voz alto.

**Responsabilidades:** Preparar y manejar muy bien el tema antes de exponerles a los turistas. Estar pendiente de los turistas durante el recorrido.

### **4.5 SOSTENIBILIDAD – IMPACTOS**

MANGLARESTUR S.A.S se registró mediante la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible 003 requisitos de sostenibilidad para agencias de viajes, con el fin de poder cumplir con los parámetros de buenas prácticas ambientales establecidas por dicha norma, esto es posible mediante un Sistema de gestión para la sostenibilidad.

Un sistema de gestión para la sostenibilidad es parte del sistema de gestión general que incluye la estructura de la organización, las actividades de planificación, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para desarrollar, implementar, realizar, revisar y mantener la política de sostenibilidad con el fin de que se pueda cumplir. (Ministerio de industria, 2013).

#### **4.5.1 Política de sostenibilidad**

MANGLARESTUR SAS es una empresa turoperadora dedicada a la comercialización y operación de paquetes o productos turísticos, que tiene como prioridad el compromiso con el desarrollo sostenible y el uso adecuado y eficiente de los recursos naturales a través del mejoramiento continuo, de la mano con la innovación en sus procesos operacionales con el fin de lograr un desarrollo social y económico que cumpla con la normatividad ambiental pertinente.

Para lograr el cumplimiento de dicha política, MANGLARESTUR SAS se compromete a cumplir con los siguientes lineamientos:

- Velar por el cumplimiento de la normatividad ambiental.
- Promover la conservación de la biodiversidad, a través de la educación ambiental en la operación de nuestros servicios.
- Promover y fomentar la participación y compromiso de nuestros empleados en procesos ambientales internos.
- Racionalizar el uso de recursos naturales.
- Promover una cultura de reciclaje y el buen manejo de los residuos.
- Utilizar eco tecnologías y tecnologías amigables con el medio ambiente.
- Cumplir a cabalidad el sistema o programa de gestión para la sostenibilidad.

#### **4.5.2 Programas de gestión para la sostenibilidad**

Dentro del programa de gestión para la sostenibilidad se busca identificar las presiones que puede ocasionar la operación de MANGLARESTUR SAS para poder contrarrestarlas con las debidas medidas y estrategias. Por eso se hace necesario hacer las siguientes matrices.



**Tabla 15 Matriz de identificación de impactos y/o presiones de operación.**

<b>Senderismo</b>	<b>Infraestructura deficiente e inadecuada en los senderos</b>	<b>Tránsito de visitantes y turistas.</b>	<b>Perdida de la capa vegetal, senderos difíciles de transitar por los charcos</b>	<b>Suelo.</b>
				Covertura vegetal.
<b>Recrridos en lanchas.</b>	Contaminación en la fuente hídrica. (derrame de combustibles)	Turistas y prestadores de servicios	Perturbación en el hábitat acuático, Contaminación en la fuente hídrica.	Fuentes hídricas. fauna
				acuatica.
<b>sky acuatico</b>	Contaminación en la fuente hídrica.	Turistas y prestadores de servicios	Perturbación en el hábitat acuático, Contaminación en la fuente hídrica.	Fuentes hídricas.
				Fauna acuática.
<b>Avistamiento de ballenas.</b>	Contaminación en la fuente hídrica (derrame de combustibles)	Turistas y prestadores de servicios	Contaminación del mar, Perturbación del hábitat acuático.	Fuentes hídricas. fauna
				acuatica.
<b>Pesca deportiva artesanal</b>	sobre explotación del recurso	turistas prestadores de servicio	Perturbación en el hábitat acuático	Habitat natural de la fauna.
<b>paseos por manglares</b>	sobre explotación del recurso contaminación en la fuente hídrica	Turistas y prestadores de servicios	Perturbación en el hábitat.	Hábitat natural de la fauna.

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 16 Matriz de identificación de impactos y/o presiones administrativos**

<b>Actividad</b>	<b>Causa</b>	<b>Fuente</b>	<b>Efecto</b>	<b>VOC</b>
<b>Gestión de la venta de los productos turísticos</b>	Uso de papel	Administración	Contaminación	Cobertura vegetal
<b>Manejo de equipos de cómputo y herramientas de comunicación</b>	Exceso del uso de equipos de comunicación	Administración	Contaminación	Cobertura vegetal, suelos y agua
<b>Publicidad de productos turísticos</b>	Promoción por medio de volantes y folletos impresos en papel	Administración	Extinción de especies y contaminación	Cobertura vegetal y suelos
<b>Impresión de documentos para archivo y otras cosas</b>	documentos en físico	Administración	Contaminación y degradación	Cobertura vegetal y suelos

Fuente: Elaboración propia

A continuación se realizara la matriz de valoración de impactos donde la calificación va de bajo (1), medio (2), alto (3) y con la sumatoria del resultado de la calificación de cada actividad se obtiene el resultado total donde menor o igual a 6 es bajo, de 7 a 9 el resultado es medio y de 10 a 12 el resultado es alto y por lo tanto habría que darle un trato especial a esas actividades. En el siguiente cuadro observaremos las actividades que realizara la turoperadora MANGLARESTUR SAS:

**Tabla 17 Valoración de impactos**

Actividad	Efecto	Categoría	Condición	Identificación	Tipo	Frecuencia (f)	Gravedad del impacto (g)	Pérdida de control (p)	Índice de prioridad de riesgo	Resultados
<b>Senderismo</b>	Perdida de la capa vegetal, senderos difíciles de transitar por los charcos		Normal	Indirecta	Negativo	1	1	1	1	4
<b>Recorridos en lancha</b>	Perturbación en el hábitat acuático, Contaminación en la fuente hídrica.	Residuo	Normal	Indirecta	Negativo	1	1	1	1	4
<b>Sky acuático</b>	Contaminación de la fuente hídrica.	Residuo	Normal	Indirecta	Negativo	1	1	1	1	4
<b>Avistamiento de ballenas</b>	Contaminación del mar, Perturbación del hábitat acuático.	Residuo	Normal	Indirecta	Negativo	1	1	1	1	4
<b>Pesca artesanal</b>	Perturbación en el hábitat.	Residuo y consumo	Normal	Directa	Negativo	1	1	1	1	4
<b>Paseo por</b>	Perturbación en	Residuo y	Normal	Directa	Negativo	1	1	1	1	4

<b>manglares</b>	el hábitat.	consumo								
<b>Gestión de venta de los productos turísticos</b>	Contaminación consumo de papel	residuo y consumo	Normal	Directo	Negativo	2	2	1	1	6
<b>Manejo de equipos de cómputo y herramientas de comunicación</b>	Contaminación, consumo de energía	Consumo	Normal	Directo	Negativo	2	2	1	1	6
<b>Publicidad de productos turísticos</b>	Extinción de especies y contaminación	Consumo	Puntual	Directo	Negativo	2	3	1	1	7
<b>Impresión de documentos para archivo y otras cosas</b>	Contaminación y degradación	residuo y consumo	Puntual	Directo	Negativo	1	2	1	1	5

**Fuente: Elaboración propia.**

Los impactos que se cometen en el funcionamiento y operación de la turoperadora MANGLARESTUR SAS son bajos por lo cual es posible mitigarlos con los debidos procesos que se realizaran desde la empresa.

**Tabla 18 Matriz de manejo solución de presiones**

Actividad	Objetivo	Nombre del Indicador	Meta	formula	frecuencia	responsable
Senderismo	Lograr al 2018 que los senderos estén en un 70% en excelente estado.	Senderos vivos	Minimizar el impacto en la capa vegetal en los sendero	$\frac{\# \text{ Senderos en buen estado 2018}}{\# \text{ senderos 2017}} \times 100$	semestral	Guías
						Gerente
	Señalizar todos los senderos en un 100% para el 2017	Mas señalización	Poner vallas informativas en todos los senderos	$\frac{\# \text{ senderos señalizados en 2017}}{\# \text{ senderos no señalizados en 2017}} \times 100$	Anual	Gerente
Recorridos en lancha	Reducir en un 15% el impacto a las fuentes hídricas por el uso de combustibles en lanchas y motores	Disminuir impactos en el agua	Contratar empresas que cuente con motores 4 tiempo y tecnología amigable con el medio ambiente	$\frac{\# \text{ de proveedores sostenibles 2016}}{\# \text{ total de proveedores 2015}} \times 100$	Semestral	Guías
Sky acuático						Gerente
Pesca artesanal						
Paseo por manglares						
Avistamiento de ballenas						
Gestión de venta de los productos turísticos	Disminuir en un 50% el uso de papel en la empresa para el 2017	Reduce el uso de papel	Realizar ventas y facturas de forma digital para no ocupar papel	$\frac{\text{Uso de papel en el 2017}}{\text{Uso de papel en el 2016}} \times 100$	Trimestral	Gerente Asistente administrativo
Manejo de equipos de	Reducir el consumo	A	Utilizar equipos	Consumo de	Trimestral	Asistente

<b>cómputo y herramientas de comunicación</b>	de energía en un 20% en la empresa para el 2017	desenchufarse	ahorradores de energía y tecnologías amigables con el ambiente.	energía del 2017 _____x100 Consumo de energía del 2016		administrativo
						Gerente
<b>Publicidad de productos turísticos</b>	Disminuir el uso de publicidad impresa para el 2017 en un 30%.	Reduce el uso de papel	Manejar la publicidad de la empresa de forma digital	Uso de papel en el 2017 _____x100 Uso de papel en el 2016	Semestral	Jefe de marketing
<b>Impresión de documentos para archivo y otras cosas</b>	Reducir el 75% el uso de papel en archivos y documentos para el 2017	Reduce el uso de papel	Llevar los registros, documentos y archivos en base de datos digitales para contribuir con el ambiente	Uso de papel en el 2017 _____x75 Uso de papel en el 2016	Semestral	Asistente administrativo
						Gerente

Fuente: Elaboración propia

### **4.5.3 Gestión de proveedores**

Los proveedores o aliados de la turoperadora MANGLARESTUR SAS deben tener como prioridad:

- Cuidar y proteger la biodiversidad y los ecosistemas
- Brindar experiencias artesanales autóctonas de la región
- Tener calidad en los servicios y productos a ofrecer
- Utilizar materia prima amigable con el medio ambiente
- Causar el mínimo impacto negativo al ambiente
- Tener estrategias para mitigar sus impactos negativos

Desde la turoperadora se tendrá un compromiso total para la buena relación con los proveedores o aliados por medio de los siguientes puntos:

- Puntualidad en los servicios
- Estar comprometidos con el medio ambiente
- Responsabilidad con nuestros proveedores
- Bienestar social

### **4.5.4 Patrimonio natural**

La turoperadora MANGLARESTUR SAS está comprometida en combatir contra el tráfico de fauna y flora como esta expedido en la Ley 599 de 2000, decreto 1608 de 1978 y Ley 1453 de 2011.

Desde MAGLARESTUR SAS se dictaran charlas a nuestros trabajadores, proveedores y clientes sobre interpretación ambiental y la importancia de proteger los recursos naturales y el buen uso de los mismos.

### **4.5.5 Patrimonio sociocultural**

La turoperadora MANGLARESTUR SAS está comprometida en combatir la explotación infantil como está expuesto en el Decreto 2737.

La turoperadora MANGLARESTUR SAS está en contra de la explotación, la pornografía, el turismo sexual y otras formas de abuso a los menores acogándose a la Ley 1336 de 2009. También está en contra del tráfico del patrimonio cultural (Ley 397 de 1997).

MANGLARESTUR SAS garantizará ante todo la protección de los derechos de las personas, ya sea una persona, grupo, comunidad o pueblo, que sean vulnerados a través de actos de racismo o discriminación de cualquier tipo como se expone en la Ley 1482 de 2011.

MANGLARESTUR SAS está enfocada a generar desarrollo económico empleando a personas locales que se encarguen de la operación de los productos a ofrecer.

## **4.5.6 Impactos**

### ***4.5.6.1 Impacto ambiental***

Por medio de la turoperadora MANGLARESTUR S.A.S se buscara concientizar a los locales y turistas por medio de procesos de educación ambiental y actividades que sean de gran ayuda tanto para el ser humano como para el ambiente.

Dar charlas de educación ambiental antes de iniciar con el itinerario establecido con el fin de concientizar a los turistas de la conservación y las buenas prácticas ambientales, buscando generar el mínimo impacto posible en el territorio y que el turista lleve una perspectiva de conservación del ambiente.

### ***4.5.6.2 Impacto económico***

La turoperadora MANGLARESTUR S.A.S tiene como fin generar cambios positivos en el sector turístico, por medio de su labor sostenible, generando empleo para la comunidad local y contribuir con la erradicación de la pobreza dinamizando el sector turístico en guapi.

Lograr un cambio y que la economía del sector turístico de guapi se active con el fin de generar alianzas y unión entre los prestadores de servicios turísticos para el fortalecimiento del sector en pro del crecimiento económico.

### ***4.5.6.3 Impacto regional***

La región pacifica cuenta con una gran variedad de atractivos naturales como culturales que no han sido aprovechados para el bien de las comunidades que habitan en esta zona del país. A pesar de todo esto la región ha mostrado avances de desarrollo turístico, y la turoperadora MANGLARESTUR S.A.S busca llegar a ser un modelo viable de desarrollo en esta región del país, y en especial en el municipio de guapi, para lograr dar a conocer todos los atractivos y la exuberante belleza de esta región que a día de hoy no son aprovechados por el turismo ni por las comunidades locales del pacifico.

Cabe resaltar que a pesar de todos los problemas que tiene y ha tenido esta región las personas están encontrando una esperanza en el turismo, lo cual se quiere aprovechar y generar motivación por medio de turoperadora MANGLARESTUR S.A.S para generar alianzas y empezar a fortalecer el sector turístico.

### ***4.5.6.4 Impacto social***

Para la empresa turoperadora MANGLARESTUR S.A.S es muy importante resaltar la cultura de la zona pacifica, sus costumbres, folklor y estilo de vida, siendo una parte fundamental que se puede convertir en un método de atractivo



para los visitantes, y por medio del turismo resaltar esos valores que identifican esta comunidad como única y diferente.

También se busca mejorar la calidad de vida de la comunidad local, potencializar la identidad para que logre mantenerse y perdurar para que se pueda llegar a transmitir las siguientes generaciones.

#### **4.6 FINANZAS**

Para la creación de la agencia de viajes mangalarestur es necesario realizar un estudio financiero, donde se pueda conocer el costo y presupuesto para la creación de la misma y como se mantendrá en el tiempo, esto se podrá ver mediante la viabilidad económica que se presenta en el estudio financiero que se verá a continuación:

A continuación se observa el costeo y balance de mano de obra de la agencia turoperadora manglarestur, se estima que la cantidad de dinero a pagar al personal necesario para el funcionamiento de la agencia es \$6.919.400 mensuales y de \$ 83.032.800 al año.

**Tabla 19 Costeo mano de obra de la empresa**

<b>COSTEO DE LA MANO DE OBRA DE LA EMPRESA</b>									
						<b>52%</b>			
<b>CARGO</b>	CANT.	TIEMPO	AFUNC.	SALARIO	DEVENGADO	FAC. PREST.	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	TOTAL MO MES	TOTAL MO AÑO
<b>Gerente</b>	1	1,00	Administra.	\$ 1.150.000	\$ 1.150.000	\$ 598.000		\$ 1.748.000	\$ 20.976.000
<b>Jefe de marketing</b>	1	1,00	COM	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 468.000	\$ 77.700	\$ 1.445.700	\$ 17.348.400
<b>Asistente administrativo</b>	1	0,50	Administra.	\$ 800.000	\$ 400.000	\$ 208.000	\$ 77.700	\$ 685.700	\$ 8.228.400
<b>Asesor legal</b>	1	0,50	Administra.	\$ 800.000	\$ 400.000	\$ 208.000		\$ 608.000	\$ 7.296.000
<b>Guía turístico</b>	2	1,00	OPER	\$ 800.000	\$ 1.600.000	\$ 832.000		\$ 2.432.000	\$ 29.184.000
<b>Total</b>	6				\$ 4.450.000	\$ 2.314.000	\$ 155.400	\$ 6.919.400	\$ 83.032.800
<b>Proyección anual:</b>		\$ 83.032.800,00							
<b>Promedio por trabajador:</b>		\$ 1.153.233,33							
<b>COSTEO MES:</b>	<b>SALARIOS</b>	<b>TOTAL</b>							
<b>ADM</b>	\$ 1.950.000	\$ 3.041.700							
<b>COM</b>	\$ 900.000	\$ 1.445.700							
<b>OPER</b>	\$ 1.600.000	\$ 2.432.000							
<b>TOTALES</b>	\$ 2.850.000	\$ 6.919.400							

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 20 Paquete vive Guapi por persona**

<b>Seguro</b>	\$2.500,00
<b>Guíanza</b>	\$9.000,00
<b>vuelos ida y vuelta</b>	\$370.000,00
<b>hotel Rio Guapi</b>	\$140.000,00
<b>Alimentación</b>	\$40.000,00
<b>City tur cultural por el municipio</b>	\$3.000,00
<b>Visita a la vereda penitente</b>	\$3.000,00
<b>Fiesta típica cultural</b>	\$6.000,00
<b>Salida a la bocana de Guapi, esteros y playa de los obregones</b>	\$10.000,00
<b>paseo en potrillo por el rio guapi</b>	\$4.000,00
<b>Vivencia con la comunidad indígena</b>	\$10.000,00
<b>total neto antes de IVA</b>	\$597.500,00
<b>IVA</b>	\$113.525,00
<b>total neto</b>	\$711.025,00
<b>20% beneficio</b>	\$142.205,00
<b>PVP</b>	\$853.230,00

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 21 Paquete isleador por persona**

<b>Seguro</b>	\$2.500,00
<b>Guíanza</b>	\$2.500,00
<b>vuelos ida y vuelta</b>	\$370.000,00
<b>hotel Rio Guapi</b>	\$70.000,00
<b>Alimentación</b>	\$20.000,00
<b>City tur cultural por el municipio</b>	\$3.000,00
<b>Visita a la vereda penitente</b>	\$3.000,00
<b>Fiesta típica cultural</b>	\$6.000,00
<b>Salida a la isla Gorgona ida y vuelta</b>	\$100.000,00
<b>alimentación en Gorgona</b>	\$98.000,00
<b>recorrido por la prisión</b>	\$2.500,00
<b>Paseo en lancha y avistamiento de Ballenas</b>	\$10.000,00
<b>Senderismo hacia playa palmera</b>	\$7.000,00
<b>Visita al acuario (snorkel o buceo)</b>	\$20.000,00
<b>Guíanza en Gorgona</b>	\$7.000,00
<b>Hotel en Gorgona</b>	\$0,00
<b>Total neto antes de IVA</b>	\$721.500,00
<b>IVA</b>	\$137.085,00
<b>Total neto</b>	\$858.585,00
<b>20% beneficio</b>	\$171.717,00
<b>PVP</b>	\$1.030.302,00

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 22 Paquete acuaventura por persona**

<b>Seguro</b>	<b>\$2.500,00</b>
<b>Guíanza</b>	<b>\$9.000,00</b>
<b>vuelos ida y vuelta</b>	<b>\$370.000,00</b>
<b>hotel Rio Guapi</b>	<b>\$70.000,00</b>
<b>Alimentación</b>	<b>\$40.000,00</b>
<b>City tur cultural por el municipio</b>	<b>\$3.000,00</b>
<b>Visita a la vereda penitente</b>	<b>\$3.000,00</b>
<b>Fiesta típica cultural</b>	<b>\$6.000,00</b>
<b>Salida en senderismo a las parcelas</b>	<b>\$3.500,00</b>
<b>Paseo en lancha por el rio guapi</b>	<b>\$5.000,00</b>
<b>Sky acuático</b>	<b>\$10.000,00</b>
<b>Visita PNN Sanquianga</b>	<b>\$60.000,00</b>
<b>paseo en potrillo por esteros de Sanquianga</b>	<b>\$5.000,00</b>
<b>Almuerzo en Sanquianga</b>	<b>\$15.000,00</b>
<b>Guíanza en Sanquianga</b>	<b>\$3.000,00</b>
<b>Pesca deportiva artesanal</b>	<b>\$10.000,00</b>
<b>total neto antes de IVA</b>	<b>\$615.000,00</b>
<b>IVA</b>	<b>\$116.850,00</b>
<b>total neto</b>	<b>\$731.850,00</b>
<b>20% beneficio</b>	<b>\$146.370,00</b>
<b>PVP</b>	<b>\$878.220,00</b>

**Fuente: Elaboración propia**

En los cuadros anteriores se puede evidenciar el costo de las actividades de los paquetes y/o producto turístico que ofrecerá la empresa turoperadora por persona, el paquete isleador tiene un costo de \$721.500 para la empresa y el precio de venta al público tiene un costo de \$1.030.302. El paquete acuaventura tiene un costo por persona de \$ 615.000 para la empresa y el precio de venta al público es de \$ 878.000. Por último el paquete vive guapi tiene un costo de \$597.500,00 para la empresa por persona, mientras que el precio de venta al público es de \$853.230.

**Tabla 23 Punto de equilibrio**

producto	unidades a vender	% participación	precio	costos variables	margen	margen ponderado	punto de equilibrio	(P.E) en dinero	costos variables de (P.E) en dinero	utilidad del ejercicio - costos fijo	total (P.E)
paquete vive guapi	121	20%	\$853.230	\$711.025	\$142.205	\$27.753	117	\$100.052.259	\$83.376.882		\$0
paquete isleador	196	32%	\$1.030.302	\$858.585	\$171.717	\$54.285	190	\$195.702.343	\$163.085.286		
paquete acuaventura	303	49%	\$878.220	\$731.850	\$146.370	\$71.532	294	\$257.882.198	\$214.901.832		
<b>total</b>	620	100%				\$153.570		\$553.636.800	\$461.364.000	\$92.272.800	

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 24 Costos y gastos fijos**

<b>costos y gastos fijos</b>	
<b>arrendamiento</b>	\$ 4.800.000
<b>nomina</b>	\$ 83.032.800
<b>servicios públicos</b>	\$ 1.440.000
<b>publicidad</b>	\$ 3.000.000
<b>total</b>	\$ 92.272.800

**Fuente: Elaboración propia**

Dentro del punto de equilibrio observamos la cantidad de los paquetes que se necesitan para no perder ni ganar y poder mantener el equilibrio de la empresa, para el paquete vive guapi las unidades que se estiman a vender son de 121 y el punto de equilibrio son 117, para el paquete isleador las unidades estimadas a vender son de 196 paquetes y el punto de equilibrio son 190 paquetes y para el paquete acuaventura se estima la venta de 303 paquetes y el punto de equilibrio es de 294. Podemos ver que las unidades que se estiman a vender de cada paquete son mayores que las del punto de equilibrio, por lo cual se puede ver que se obtendrán ganancias en la venta de los paquetes en el primer año.

Tabla 25 Inversión inicial

INVERSION EN BIENES DE CAPITAL	CANTIDAD	VR. COMPRA	DEPREC. ANUAL	DURACIÓN EQ.
<b>ARRENDAMIENTO</b>				
LOCAL	1	\$ 400.000	NO APLICA	NO APLICA
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>				20 AÑOS
GPS	1	\$ 800.000	\$ 40.000	20
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				5 AÑOS
SILLAS	3	\$ 216.000	\$ 43.200	5
ESCRITORIO	1	\$ 249.900	\$ 49.980	5
<b>EQ. OFINA Y COMUNICACIÓN</b>				3 AÑOS
TELEFONO FIJO PANASONIC	1	\$ 110.000	\$ 36.667	3
TELEVISOR LED LG	1	\$ 1.250.000	\$ 416.667	3
COMPUTADOR HACER	2	\$ 1.840.000	\$ 613.333	3
IMPRESORA EPSON	1	\$ 399.000	\$ 133.000	3
PAGINA WEB CON TIENDA ONLINE Y APPS	1	\$ 3.000.000	NO APLICA	NO APLICA
<b>ADMINISTRACIÓN</b>				
GASTOS DE CONSTITUCION		\$ 200.000	NO APLICA	NO APLICA
REGISTROS		\$ 180.000	NO APLICA	NO APLICA
<b>TOTAL</b>		\$ 8.244.900	\$ 1.332.847	
			\$ 111.071	

Fuente: Propia

En este punto se tiene en cuenta la inversión inicial necesaria para el funcionamiento de manglarestur, se tiene en cuenta el arrendamiento de un local, equipos de oficina y comunicación, muebles y enseres, gastos de constitución y registros, pagina web con tienda online y App. Todo esto tiene un costo de \$ 8.244.900, estos serán financiados por el partes de los socios, en inversión iguales. Por otra parte.

Tabla 26 Proyección año 1

TEMPORADAS		CONSUMO AÑO 1			
		PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	TOTAL
MES 1- ENERO	2%	2	4	6	12
MES 2- FEBRERO	2%	2	4	6	12
MES 3- MARZO	5%	6	10	15	31
MES 4- ABRIL	6%	7	11	17	34
MES 5- MAYO	7%	8	13	20	40
MES 6- JUNIO	14%	17	27	42	87
MES 7- JULIO	17%	21	33	52	105
MES 8- AGOSTO	16%	19	31	48	99
MES 9- SEPTIEMBRE	15%	18	29	45	93
MES 10- OCTUBRE	7%	8	14	21	43
MES 11- NOVIEMBRE	6%	7	12	18	37
MES 12- DICIEMBRE	4%	5	8	12	25
TOTAL VENTAS UNIDAD	100%	121	196	303	<b>620</b>
PROMEDIO MENSUAL		10	16	25	52
% PARTICIPACIÓN		20%	32%	49%	
PRECIO DE VENTA		853.230	1.030.302	878.220	
TOTAL		103.240.830	201.939.192	266.100.660	571.280.682

Fuente: Propia



Tabla 27 Proyección año 2

CONSUMO AÑO 2				CRECIMIENTO
PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	TOTAL	
3	4	7	14	10%
3	4	7	14	10%
7	11	17	34	10%
7	12	18	38	10%
9	14	22	44	10%
19	30	47	95	10%
23	37	57	116	10%
21	34	53	109	10%
20	32	50	102	10%
9	15	23	48	10%
8	13	20	41	10%
5	9	13	27	10%
133	216	333	682	
11	18	28	57	
20%	32%	49%		
853.230	1.030.302	878.220		PRECIO DE VENTA
113.564.913	222.133.111	292.710.726	628.408.750	TOTAL

Fuente: Propia

**Tabla 28 Proyección año 3 y 4**

CONSUMO AÑO 3				CRECIMIENTO	CONSUMO AÑO 4				CRECIMIENTO
PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	TOTAL		PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	TOTAL	
3	5	7	15	11%	3	5	8	17	12%
3	5	7	15	11%	3	5	8	17	12%
7	12	18	38	11%	8	13	21	42	12%
8	13	20	42	11%	9	15	23	47	12%
10	16	24	49	11%	11	17	27	55	12%
21	34	52	106	11%	23	38	58	119	12%
25	41	63	129	11%	28	46	70	144	12%
24	38	59	121	11%	26	43	66	136	12%
22	36	55	114	11%	25	40	62	127	12%
10	17	26	53	11%	12	19	29	59	12%
9	14	22	45	11%	10	16	25	51	12%
6	10	15	30	11%	7	11	17	34	12%
148	239	370	757		165	268	414	848	12%
12	20	31	63		14	22	35	71	12%
20%	32%	49%			20%	32%	49%		
853.230	1.030.302	878.220		PRECIO DE VENTA	853.230	1.030.302	878.220		
126.057.053	246.567.753	324.908.906	697.533.713	TOTAL	141.183.900	276.155.884	363.897.975	781.237.758	

Fuente: Propia

**Tabla 29 Proyección año 5**

CRECIMIENTO	CONSUMO AÑO 5			
	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	TOTAL
13%	4	6	9	19
13%	4	6	9	19
13%	9	15	23	48
13%	10	17	26	53
13%	12	20	30	62
13%	26	42	66	134
13%	32	51	80	163
13%	30	48	75	153
13%	28	45	70	144
13%	13	21	33	67
13%	11	18	28	57
13%	7	12	19	38
	187	303	468	<b>958</b>
	16	25	39	80
	20%	32%	49%	
<b>PRECIO DE VENTA</b>	853.230	1.030.302	878.220	
<b>TOTAL</b>	159.537.807	312.056.149	411.204.711	882.798.667

**Fuente: Propia**

Para el primer año se proyecta una venta de 620 paquetes turísticos, distribuidos en 3 productos diferentes, paquete 1 se venderán 121, paquete 2 se venderán 196 y paquete 3 que son 303. Estos 620 paquetes equivalen a \$571.280.682. Para el segundo año se espera tener un crecimiento del 10% en las ventas con un total de 682 paquetes turísticos equivalentes a \$628.408.750 que corresponden a 133 paquetes turísticos del paquete 1, 216 paquetes turísticos del paquete 2, y 333 paquetes turísticos del paquete 3. Para el tercer año se espera aumentar el crecimiento al 11% en las ventas con un total de 757 paquetes turísticos que equivalen a \$697.533.713 millones correspondientes a 148 paquetes turísticos del paquete 1, 239 paquetes turísticos del paquete 2 y 370 paquetes turísticos del paquete 3. Para el año cuatro se espera obtener un crecimiento del 12% en las ventas con un total de 848 paquetes turísticos que equivalen a \$781.237.758 que corresponden a 165 paquetes turísticos del paquete 1, del paquete 2 son 268 paquetes turísticos y del paquete 3 son 414 paquetes turísticos. Para el quinto año se espera crecer un 13% en las ventas con un total de 958 paquetes turísticos que en dinero equivalen a \$882.798.667 millones que corresponden a 187 paquetes turísticos del paquete 1, 303 paquetes turísticos del paquete 2 y del paquete 3 se venderían 468.

Nota: (paquete 1 es paquete vive guapi, paquete 2 es paquete 2 isleador y paquete 3 es paquete acuaventura)

Tabla 30 Presupuesto operacional

PRESUPUESTO OPERACIONAL		IPC						
		1,0300						
AÑO 1								
CONCEPTO	PAR	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	Mes 7
INGRESOS								
paquetes turísticos	Paquete 1	\$ 2.064.817	\$ 2.064.817	\$ 5.162.042	\$ 5.678.246	\$ 6.710.654	\$ 14.453.716	\$ 17.550.941
	Paquete 2	\$ 4.038.784	\$ 4.038.784	\$ 10.096.960	\$ 11.106.656	\$ 13.126.047	\$ 28.271.487	\$ 34.329.663
	paquete 3	\$ 5.322.013	\$ 5.322.013	\$ 13.305.033	\$ 14.635.536	\$ 17.296.543	\$ 37.254.092	\$ 45.237.112
	Total ingresos	<b>11.425.614</b>	<b>11.425.614</b>	<b>28.564.034</b>	<b>31.420.438</b>	<b>37.133.244</b>	<b>79.979.295</b>	<b>97.117.716</b>

CONCEPTO	PAR	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTALES
INGRESOS							
paquetes turísticos	Paquete 1	\$ 16.518.533	\$ 15.486.125	\$ 7.226.858	\$ 6.194.450	\$ 4.129.633	<b>103.240.830</b>
	Paquete 2	\$ 32.310.271	\$ 30.290.879	\$ 14.135.743	\$ 12.116.352	\$ 8.077.568	<b>201.939.192</b>
	paquete 3	\$ 42.576.106	\$ 39.915.099	\$ 18.627.046	\$ 15.966.040	\$ 10.644.026	<b>266.100.660</b>
	Total ingresos	<b>91.404.909</b>	<b>85.692.102</b>	<b>39.989.648</b>	<b>34.276.841</b>	<b>22.851.227</b>	<b>571.280.682</b>

Fuente: Propia

Para el primer año de operación de espera tener un ingreso total entre los tres productos ofrecidos de \$571.280.682.

**Tabla 31 Costos operacionales**

<b>COSTOS OPERACIÓN</b>														
<b>Costo paquete turístico</b>	1	9.521.345	9.521.345	23.803.362	26.183.698	30.944.370	66.649.413	80.931.430	76.170.758	71.410.085	33.324.706	28.564.034	19.042.689	476.067.235
<b>Personal-Nómina (Oper)</b>		1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	32.000.000
<b>Arrendamiento Oficina y Admón.</b>	1	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	4.800.000
<b>Aseo y Cafetería</b>	0,5	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	360.000
<b>Depreciación</b>	1	111.071	111.071	111.071	111.071	111.071	111.071	111.071	111.071	111.071	111.071	111.071	111.071	1.332.847
<b>Útiles, Papelería, suministros varios.</b>	0,5	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	360.000
<b>Servicios Públicos: energía, agua</b>	1	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.000
<b>Teléfonos móviles</b>	1	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	1.800.000
<b>Teléfonos e Internet</b>	1	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000
<b>TOTAL COSTOS OPERACIONALES</b>		12.062.415	12.062.415	26.344.432	28.724.768	33.485.441	72.390.483	86.672.501	81.911.828	77.151.156	35.865.777	31.105.105	21.583.760	519.360.082
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		-636.802	-636.802	2.219.602	2.695.669	3.647.803	7.588.812	10.445.215	9.493.081	8.540.946	4.123.871	3.171.736	1.267.467	51.920.600

**Fuente: Propia**

Para el primer año los costos operacionales de la agencia de viajes turoperadora manglarestur tendrán un costo de \$519.360.082, divididos en: costo de paquetes turísticos, Personal-Nómina del sector operativo, arrendamiento, aseo y Cafetería, depreciación, útiles, Papelería, suministros varios, servicios públicos, telefonía e internet.

**Tabla 32 Gastos administrativos**

GASTOS ADMINISTRATIVOS														
Personal-Nómina (Admón.)		\$ 1.950.000	\$ 1.950.000	\$ 1.950.000	\$ 1.950.000	\$ 1.950.000	\$ 1.950.000	\$ 1.950.000	\$ 1.950.000	\$ 1.950.000	\$ 1.950.000	\$ 1.950.000	\$ 1.950.000	\$ 23.400.000
Personal-Factor Prestaciones	0,52	\$ 1.014.000	\$ 1.014.000	\$ 1.014.000	\$ 1.014.000	\$ 1.014.000	\$ 1.014.000	\$ 1.014.000	\$ 1.014.000	\$ 1.014.000	\$ 1.014.000	\$ 1.014.000	\$ 1.014.000	\$ 12.168.000
Aseo y Cafetería	0,5	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 360.000
Útiles, Papelería, suministros varios.	0,5	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 240.000
Gastos Legales (Notarías ,C.C.)		\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 10.000.000
Seguros		\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 10.000.000
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		\$ 4.680.667	\$ 4.680.667	\$ 4.680.667	\$ 4.680.667	\$ 4.680.667	\$ 4.680.667	\$ 4.680.667	\$ 4.680.667	\$ 4.680.667	\$ 4.680.667	\$ 4.680.667	\$ 4.680.667	\$ 56.168.000

**Fuente: Propia**

Los gastos administrativos para el primer año de la agencia turoperadora manglarestur ascienden a los \$ 56.168.000 divididos en: Personal-Nómina del sector de administración, factor Prestacional, aseo, cafetería, útiles, papelería, suministros varios, gastos Legales y seguros.

**Tabla 33 Gastos comerciales**

<b>GASTOS COMERCIALES</b>														
<b>Personal-nómina</b>		\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	<b>\$ 10.800.000</b>
<b>Personal-factor prestacional</b>	<b>0,52</b>	\$ 468.000	\$ 468.000	\$ 468.000	\$ 468.000	\$ 468.000	\$ 468.000	\$ 468.000	\$ 468.000	\$ 468.000	\$ 468.000	\$ 468.000	\$ 468.000	<b>\$ 5.616.000</b>
<b>Promoción y Publicidad</b>		\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	<b>\$ 6.000.000</b>
<b>Total gastos comerciales</b>		\$ 1.868.000	\$ 1.868.000	\$ 1.868.000	\$ 1.868.000	\$ 1.868.000	\$ 1.868.000	\$ 1.868.000	\$ 1.868.000	\$ 1.868.000	\$ 1.868.000	\$ 1.868.000	\$ 1.868.000	<b>\$ 22.416.000</b>
<b>Gastos totales</b>		\$ 6.548.667	\$ 6.548.667	\$ 6.548.667	\$ 6.548.667	\$ 6.548.667	\$ 6.548.667	\$ 6.548.667	\$ 6.548.667	\$ 6.548.667	\$ 6.548.667	\$ 6.548.667	\$ 6.548.667	<b>\$ 78.584.000</b>
<b>Utilidad antes de impuesto</b>		\$ (7.185.468)	\$ (7.185.468)	\$ (4.329.065)	\$ (3.852.998)	\$ (2.900.863)	\$ 1.040.145	\$ 3.896.549	\$ 2.944.414	\$ 1.992.280	\$ (2.424.796)	\$ (3.376.930)	\$ (5.281.199)	<b>\$ (26.663.400)</b>
<b>Acumulados</b>		\$ (7.185.468)	\$ (14.370.937)	\$ (18.700.001)	\$ (22.552.999)	\$ (25.453.862)	\$ (24.413.717)	\$ (20.517.168)	\$ (17.572.754)	\$ (15.580.474)	\$ (18.005.270)	\$ (21.382.200)	\$ (26.663.400)	

**Fuente: Propia**

Los gastos comerciales de la agencia de viajes turoperadora manglarestur en el primer año ascienden a los \$22.416.000 divididos en: Personal-nómina del sector comercial, factor prestacional, promoción y publicidad.



Tabla 34 Proyección presupuestal

<b>PROYECCIÓN PRESUPUESTAL</b>					
<b>INCEN. PARAFISCALES</b>		<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
<b>Año 1-5</b>	<b>IPC</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>
	<b>INC. VENTAS</b>	<b>30%</b>	<b>30%</b>	<b>35%</b>	<b>35%</b>
	<b>INC. NÓMINA</b>	<b>6%</b>	<b>8%</b>	<b>10%</b>	<b>10%</b>
<b>CONCEPTO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>571.280.682</b>	<b>742.664.887</b>	<b>965.464.353</b>	<b>1.303.376.876</b>	<b>1.759.558.783</b>
<b>COSTOS OPERACIÓN</b>					
<b>Costos paquete turístico</b>	\$ 476.067.235	\$ 504.631.269	\$ 545.001.771	\$ 599.501.948	\$ 659.452.142
<b>personal-Nómina</b>	\$ 32.000.000	\$ 41.600.000	\$ 54.080.000	\$ 73.008.000	\$ 98.560.800
<b>Arrendamiento Oficina y Admón.</b>	\$ 4.800.000	\$ 4.944.000	\$ 5.117.040	\$ 5.270.551	\$ 5.428.668
<b>Aseo y Cafetería</b>	\$ 360.000	\$ 370.800	\$ 383.778	\$ 395.291	\$ 407.150
<b>Depreciación</b>	\$ 1.332.847	\$ 1.372.832	\$ 1.420.881	\$ 1.463.508	\$ 1.507.413
<b>Útiles, Papelería, suministros varios.</b>	\$ 360.000	\$ 370.800	\$ 383.778	\$ 395.291	\$ 407.150
<b>Servicios Públicos: energía, agua</b>	\$ 1.200.000	\$ 1.236.000	\$ 1.279.260	\$ 1.317.638	\$ 1.357.167
<b>Teléfonos móviles</b>	\$ 1.800.000	\$ 1.854.000	\$ 1.918.890	\$ 1.976.457	\$ 2.035.750

Teléfonos e Internet	\$ 1.440.000	\$ 1.483.200	\$ 1.535.112	\$ 1.581.165	\$ 1.628.600
<b>TOTAL COSTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 519.360.082</b>	<b>\$ 557.862.901</b>	<b>\$ 611.120.510</b>	<b>\$ 684.909.849</b>	<b>\$ 770.784.841</b>
UTILIDAD BRUTA	\$ <b>51.920.600</b>	\$ <b>184.801.985</b>	\$ <b>354.343.843</b>	\$ <b>618.467.027</b>	\$ <b>988.773.942</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Personal-Nómina (Admón. + Gerencia)	\$ 23.400.000	\$ 24.804.000	\$ 26.788.320	\$ 29.467.152	\$ 32.413.867
Personal-Factor Prestacional	\$ 12.168.000	\$ 12.898.080	\$ 13.929.926	\$ 15.322.919	\$ 16.855.211
Aseo y Cafetería	\$ 360.000	\$ 370.800	\$ 383.778	\$ 395.291	\$ 407.150
Útiles, Papelería, suministros varios.	\$ 240.000	\$ 247.200	\$ 255.852	\$ 263.528	\$ 271.433
Gastos Legales (Notarías, C.C.)	\$ 10.000.000	\$ 10.300.000	\$ 10.660.500	\$ 10.980.315	\$ 11.309.724
Seguros	\$ 10.000.000	\$ 10.300.000	\$ 10.660.500	\$ 10.980.315	\$ 11.309.724
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 56.168.000</b>	<b>\$ 58.920.080</b>	<b>\$ 62.678.876</b>	<b>\$ 67.409.520</b>	<b>\$ 72.567.111</b>
<b>GASTOS EN VENTAS</b>					
Personal-Nómina	\$ 10.800.000	\$ 11.448.000	\$ 12.363.840	\$ 13.600.224	\$ 14.960.246
Personal-Factor Prestacional	\$ 5.616.000	\$ 5.952.960	\$ 6.429.197	\$ 7.072.116	\$ 7.779.328
Promoción y Publicidad	\$ 6.000.000	\$ 6.550.800	\$ 7.322.484	\$ 8.296.375	\$ 8.545.267
<b>TOTAL GASTOS EN VENTAS</b>	<b>\$ 22.416.000</b>	<b>\$ 23.951.760</b>	<b>\$ 26.115.521</b>	<b>\$ 28.968.715</b>	<b>\$ 31.284.842</b>

<b>GASTOS TOTALES</b>	<b>\$ 78.584.000</b>	<b>\$ 640.734.741</b>	<b>\$ 699.914.907</b>	<b>\$ 781.288.084</b>	<b>\$ 874.636.793</b>
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTO</b>	<b>\$ (26.663.400)</b>	<b>\$ 101.930.145</b>	<b>\$ 265.549.445</b>	<b>\$ 522.088.792</b>	<b>\$ 884.921.990</b>
<b>UTILIDAD ACUMULADA ANTES IMP.</b>	<b>\$ (26.663.400)</b>	<b>\$ 75.266.746</b>	<b>\$ 340.816.191</b>	<b>\$ 862.904.983</b>	<b>\$ 1.747.826.973</b>
<b>IMPUESTO DE RENTA 33%</b>	<b>\$ (8.798.922)</b>	<b>\$ 24.838.026</b>	<b>\$ 112.469.343</b>	<b>\$ 284.758.644</b>	<b>\$ 576.782.901</b>
<b>UTILIDAD LIQUIDA</b>	<b>\$ (17.864.478)</b>	<b>\$ 50.428.720</b>	<b>\$ 228.346.848</b>	<b>\$ 578.146.339</b>	<b>\$ 1.171.044.072</b>
<b>RESERVAS 10%</b>	<b>\$ (2.666.340)</b>	<b>\$ 7.526.675</b>	<b>\$ 34.081.619</b>	<b>\$ 86.290.498</b>	<b>\$ 174.782.697</b>
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ (15.198.138)</b>	<b>\$ 42.902.045</b>	<b>\$ 194.265.229</b>	<b>\$ 491.855.840</b>	<b>\$ 996.261.374</b>

**Fuente: Elaboración propia**

Teniendo en cuenta la proyección de ventas, así como los gastos del plan de negocios se puede evidenciar en el presupuesto que solamente muestra pérdidas en el primer año, lo que significa que del segundo año en adelante se presentan ganancias. Para el primer año se presenta una pérdida de \$15.198.138, en el segundo año se presenta una utilidad de \$42.902.045, en el tercer año se obtiene una utilidad de \$194.265.299, en el cuarto año se presenta una utilidad de \$ 491.855.840 y en el quinto año se presenta con una utilidad de \$996.261.374. Estos valores indican que después del primer año aumentan las ganancias e igualmente la rentabilidad del proyecto.

Teniendo en cuenta el primer año de la agencia de viajes turoperadora manglarestur tiene unos ingresos totales que corresponden a \$571.280.682 de los cuales \$ 519.360.082 son dirigidos a costos de operación, también se utilizan \$56.168.000 para los gastos administrativos, además se utilizan \$22.416.000 para los gastos en ventas. Esto da como resultado un gasto total de \$78.584.000, con una utilidad antes de impuesto de \$26.663.400, restándole a este valor el impuesto de renta que equivale a \$8.798.922, luego se obtiene como resultado la utilidad líquida de \$17.864.478, después se le resta a este valor la reserva que es del 10% \$2.666.340, así se obtiene la utilidad del ejercicio que equivale a una pérdida de \$15.198.138 que se podrán recuperar al segundo año.

Ya realizado el estudio financiero de este proyecto se puede decir que la empresa Manglaestur SAS a pesar de la perdida que se presenta al primer año es económicamente viable con ganancias considerablemente desde el segundo año, de esta manera se presenta esta empresa económicamente rentable a través del tiempo.

## 5. CONCLUSIONES

Se puede concluir que desde el estudio de mercados se tuvo en cuenta la orientación del turismo en Colombia, y desde ahí se identificaron los mercados potenciales a los cuales se dirigirán los productos diseñados por la agencia de viajes turoperadora manglarestur SAS, desde el análisis de mercado se puede ver que existe una gran oportunidad dentro del sector turístico ya que no hay agencias de viajes que promocionen a Guapi Cauca como un destino de ecoturismo y etnoturismo, lo cual es un producto que sería nuevo en el mercado y que se podría potenciar más si se logra el acuerdo de paz que sería una oportunidad de desarrollo económico y social tanto para manglarestur como para la comunidad local.

El complejo acceso a esta zona se puede aprovechar como un factor de llamar la atención de turistas y visitantes, porque les parecerá una aventura diferente acompañada de un recurso natural incomparable y una cultura con unas costumbres de vida especiales, lo cual le dará un valor agregado que hará que manglarestur tenga una ventaja en comparación a los productos que ofrecen otras agencias de viajes.

Se determina que la idea de la creación de una “agencia de viajes turoperadora especializada en ecoturismo y etnoturismo en Guapi Cauca es económicamente factible, gracias a que la inversión inicial para la creación de esta tendrá una recuperación rápida, lo cual permitirá que haya una obtención de ganancias a corto plazo, específicamente en un periodo no mayor a dos años como se puede notar en el balance de costos y presupuestos realizado.

Desde la realización de los estudios que se realizaron se muestra rentable la creación de esta empresa, ya que hay una amplia demanda de turistas y visitantes, gracias al crecimiento que está teniendo el sector turístico en Colombia, además los turistas hoy en día buscan un servicio diferente y especializado de calidad que cumpla sus expectativas.

Se concluye que se hace fundamental aplicar un Programa de gestión para la sostenibilidad para poder garantizar el buen uso de los recursos y atractivos tanto naturales como culturales, y desde ahí promover un turismo sostenible que vela por el desarrollo endógeno de las comunidades y conservación del medio ambiente.

## **6. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda que las entidades gubernamentales y no gubernamentales, incluyendo comunidad trabajen para trabajar en la creación de atractivos turísticos y posteriormente crear productos para promocionar a Guapi como un destino turístico rico en biodiversidad y multicultural.
- Crear políticas públicas de turismo que permitan mejorar la calidad del servicio local, y que impulsen al desarrollo del pueblo a nivel turístico.
- La mejora de la infraestructura turística local para poder cumplir con criterios de calidad hará que se preste un mejor servicio para los clientes y poder tener una oferta planificada desde lo ambiental, económico y social.
- Es importante que las empresas locales manejen prácticas sostenibles que protejan la biodiversidad y el patrimonio cultural para que se pueda mantener en el tiempo.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- DEMAC. (23 de 09 de 2012). *DEMAC SAS*. Recuperado el 7 de 04 de 2015, de <http://demacbrochetasdefrutas.blogspot.com.co/2012/09/91-constitucion-y-aspectos-legales.html>
- Ecured. (s.f.). *ecured*. Recuperado el 9 de 06 de 25, de <http://www.ecured.cu/Etnoturismo#Definici.C3.B3n>
- Mincit. (1997). *artículo 85 de la Ley 300 de 1996*. Recuperado el 25 de 10 de 2015
- Mincit. (23 de marzo de 2015). *Ministerio de Industria, Comercio y Turismo*. Recuperado el 05 de 19 de 2016, de [www.mincit.gov.co](http://www.mincit.gov.co)
- Ministerio de industria, comercio y turismo . (2011).
- Ministerio de Industria Comercio y Turismo . (30 de abril de 2003). *MINCOMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO*. Recuperado el 25 de marzo de 2015, de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=5503>
- Ministerio de industria, c. y. (30 de 04 de 2013). *Ministerio de industria, comercio y turismo*. Recuperado el 7 de 07 de 2016, de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=5249>
- Ministerio de Industrria, Comercio y Turismo. (05 de febrero de 2002). *MINCOMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO*. Recuperado el 20 de marzo de 2015, de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=5503>
- OMT. (s.f.). *Organización mundial de turismo sostenible*. Recuperado el 15 de 10 de 2015, de <http://www2.unwto.org/es>
- RAE. (s.f.). *Real academia española*. Recuperado el 24 de 06 de 2016, de <http://dle.rae.es/?id=BetrEjX>
- Turismo, M. d. (26 de 3 de 2014). *Informe turismo*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2015, de [www.mincit.gov.co/descargar.php?id=73201](http://www.mincit.gov.co/descargar.php?id=73201)
- Unidas, N. (25 de mayo de 2010). *un.org*. Recuperado el 05 de 19 de 2016, de [http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/documents/docs\\_ga\\_ecosoc.htm](http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/documents/docs_ga_ecosoc.htm)

## 8. GLOSARIO

**Desarrollo sostenible:** Es la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. (Unidas, 2010).

**Turismo sostenible:** Es una forma de turismo que sigue los principios de sostenibilidad. El turismo sostenible es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que contribuye a generar ingresos y empleo para la población local. (OMT)

**Ecoturismo:** Son todas las formas de turismo en las que la principal motivación del turista es la observación y la apreciación de la naturaleza y que contribuyen a la conservación del entorno natural y del Patrimonio cultural con el menor impacto negativo posible. (OMT)

**Etnoturismo:** Es el turismo especializado y dirigido que se realiza en territorios de los grupos étnicos con fines culturales, educativos y recreativos que permite conocer los valores culturales, forma de vida, manejo ambiental, costumbres de los grupos étnicos así como los aspectos de su historia. (Ecured)

**Cultura:** Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc. (RAE)

**Agencia de viajes operadora:** Son Agencias de Viajes Operadoras las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a operar planes turísticos. (Mincit, artículo 85 de la Ley 300 de 1996., 1997)