

Plan de negocio ecoturístico en el municipio de Silvia cauca

Angélica María Palencia Terán

Stephania Tangarife Peralta

Asesor

Héctor Fabio Correa

Universidad Antonio Nariño

Facultad de ciencias económicas

Contaduría pública

Palmira 2020

Dedicatoria

El presente trabajo de grado lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos la fuerza para seguir continuando.

A nuestros padres (Harvey & Ana) y (Jesús & Sandra), por su amor incondicional, trabajo, sacrificio y su apoyo incondicional en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos. por el cual ha sido de orgullo y el privilegio de ser sus hijas.

A nuestros hermanos (Berger) y (José David), por siempre estar presentes acompañándonos en cada paso que damos, por el apoyo moral que nos han brindado a lo largo de esta etapa de nuestras vidas.

y a todas esas personas que nos han apoyado y ha hecho que el trabajo de grado se realice con éxito en especial aquellos que nos abrieron las puertas de sus conocimientos compartiéndolos con su mayor amor, esas personas que estuvieron en nuestro diario vivir dándonos voz de aliento en cada momento.

Agradecimientos

Queremos agradecer nuestra gratitud profundamente a Dios, que con su bendición llena siempre nuestras vidas, y la de todas nuestras familias por estar siempre presentes.

A nuestras familias y parejas que con sus palabras nos hacen sentir orgullosas de lo que somos, y darnos siempre esa voz de apoyo y estar con nosotras incondicionalmente.

Nos gustaría agradecer en estas líneas la ayuda que muchas personas y colegas que nos han prestado durante todo este proceso de investigación y redacción de trabajo.

También queremos agradecer a la Universidad Antonio Nariño por abrirnos sus puertas en este camino tan hermoso, a nuestro tutor Héctor Fabio Correa que tuvo toda la paciencia y nos orientó, a nuestro coordinador de carrera Wilson Erazo que siempre estuvo para apoyarnos en todo y darnos siempre esa voz de aliento.

y a las demás gracias.

Tabla de contenido

Resumen	9
Abstract	10
Introducción	11
1. Planteamiento del problema	12
1.1 Descripción del problema	12
1.2 Formulación del problema	13
2 Objetivos	14
2.1 Objetivo general	14
2.2 Objetivos específicos	14
3 Justificación	15
4 Antecedentes	17
4.1 Internacionales	17
4.2 Local	19
5. Marcos referenciales	20
5.1. Marco teórico	20
5.2. Marco conceptual	23
5.3. Marco legal	24
5.4 Marco contextual	26
6. Metodología	30
6.1 Método científico	30
6.2. Tipos de investigación	31
6.3. Fuentes de información	32
6.4. Técnicas de información	32
7. Capítulo I: Resumen Ejecutivo	33
7.1 Misión	33
7.2 Visión de la empresa	33
7.3 Necesidad de satisfacer la empresa	33
7.4 Clientes, segmentos de mercado objetivos	34
7.5 Definición del producto o servicio	35

8.	Capítulo II: Estudio De Mercado	36
8.1.	Análisis Del Sector	36
8.2.	Políticas gubernamentales y marcos regulatorios del sector	40
8.3.	Potenciales competidores existentes en el sector - “Benchmarking”:	41
8.4.	Sustitutos del producto objeto de estudio en el sector	42
8.5.	Poder de negociación con los clientes en el sector	43
8.6.	Rivalidad competitiva	43
8.7.	Análisis del Mercado Objetivo	43
8.8.	El producto y/o servicios.	44
8.9.	Análisis del consumidor final	46
8.10.	Análisis de la demanda y tamaño del mercado	46
8.11.	Análisis de precios	48
8.12.	Sistema de comercialización	49
8.13.	Proyecciones del mercado (2020 - 2025)	49
9.	Capítulo III: Plan de Mercadeo	51
9.1.	Estrategia de precio	51
9.2.	Estrategia de venta	52
9.3.	Estrategia promocional	53
9.4.	Estrategia de distribución	53
9.5.	Política de servicios	54
9.6.	Táctica de ventas	54
<u>9.7.</u>	<u>Conservación del medio ambiente</u>	55
<u>9.8.</u>	<u>Matriz de riesgo</u>	58
10.	Capítulo IV: Estudio técnico	60
10.1.	Localización del proyecto	60
10.2.	Análisis de obsolescencia de la tecnología que se empleara frente a la competencia y la vida del proyecto.	60
10.3.	Activos fijos	61
10.4.	Ingeniería del proyecto	62
10.5.	Determinación de agentes de turismo	66
10.6.	Distribución física de la planta	67
11.	Marco legal	69

11.1.	Tipo de sociedad	69
11.2.	Capital social	70
11.3.	Número de accionistas y estructura del capital	70
11.4.	Duración y objeto social	70
11.5.	Permisos y licencias	71
12.	Capítulo V: plan financiero	75
12.1.	Plan de inversiones	75
12.2.	Ingresos Operativos.	77
12.3.	Gastos operacionales	78
12.4.	Proyección nomina	79
12.5.	Proyección personal por prestación de servicio	81
12.6.	Costos proyectados a 5 años	81
12.7.	Composición accionaria	81
12.8.	Estado de resultados anual y proyectado a 5 años.	82
12.9.	Flujo de efectivo	83
12.10.	Flujo neto operacional	83
12.11.	Punto de equilibrio	84
12.12.	Indicadores financieros	84
13.	Conclusiones	86
14.	Recomendaciones	87
15.	Referencias bibliográficas	88

Tabla de Figura

Figura 1. <i>Ubicación de Silvia Cauca</i>	29
Figura 2. <i>Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza para Colombia</i>	30
Figura 3. <i>Traje típico tradicional</i>	31
Figura 4. <i>Traje típico de la boda de los misak</i>	32
Figura 5. <i>Valor agregado del sector del Municipio de Silvia año 2015</i>	39
Figura 6. <i>Estados de resultado con corte al 30 de noviembre del 2019</i>	40
Figura 7 <i>Actividades realizadas durante el año 2017 en el Cauca</i>	42
Figura 8 <i>Actividades más realizadas durante el año 2018 en el Cauca</i>	42
Figura 9. <i>Hogares con actividades económicas</i>	47
Figura 10. <i>Establecimientos según escala de personas por actividades económicas</i>	50
Figura 11. <i>Distribución de la planta</i>	68
Figura 12. <i>Gasto interno en turismo</i>	78
Figura 13. <i>Alza histórica de salario mínimo</i>	84

Lista de tablas

Tabla 2. <i>Maquinaria y equipos de oficina</i>	61
Tabla 3. <i>Activos diferidos</i>	62
Tabla 4. <i>Servicios prestados</i>	63
Tabla 5. <i>Costos de servicios unitarios</i>	67
Tabla 6. <i>Plan de inversiones</i>	75
Tabla 6. <i>Activos fijos</i>	76
Tabla 8. <i>Inversión en activos diferidos</i>	77
Tabla 9.....	77
Tabla 10. <i>Proyección gastos (expresados en pesos)</i>	78
Tabla 11. <i>Proyección de la nómina mensual (expresado en pesos)</i>	79
Tabla 12. <i>proyección de nómina por año. (expresado en pesos)</i>	79
Tabla 13. <i>Provisión de las prestaciones sociales y parafiscales mensuales a cargo de la empresa.</i>	80
Tabla 14. <i>Personal de prestación de servicios en la empresa</i>	81
Tabla 15. <i>Proyección de costos</i>	81
Tabla 16. <i>Composición accionaria</i>	82
Tabla 17. <i>Estado de resultados proyectado en 5 años. (expresado en pesos)</i>	82
Tabla 18. <i>Flujo de efectivo proyectado a 5 años</i>	83
Tabla 19. <i>Flujo neto operacional proyectado a 5 años.</i>	84
Tabla 20 Punto de equilibrio.....	84
Tabla 21. <i>Valor presente neto</i>	85
Tabla 22. <i>Tasa interna de retorno</i>	85

Resumen

El presente plan de negocio tiene como propósito la evaluación de una idea de negocio basado en la prestación de servicios turísticos en el municipio de Silvia Cauca, basado en el ecoturismo que consiste en la conservación de la naturaleza. Utilizando como escenario los recursos naturales y culturales del Municipio.

El proyecto pretende brindar nuevas oportunidades de crecimiento a los habitantes de Silvia y por consiguiente lograr que los turistas se sientan atraídos por el lugar, generar nuevos sectores de recreación para los visitantes.

El planteamiento de este proyecto consta de cinco etapas que son: el resumen ejecutivo, el estudio de mercado, plan de mercado, estudio técnico y financiero, que permitirá crear la estructura de la idea de negocio.

En la primera etapa se trata de realizar la parte informativa de la empresa, en el estudio de mercado y el plan de mercado se pretende conocer la información sobre el sector de turismo, clientes, competidores entre otros para poder ofrecer los servicios de turismo y conocer los perfiles y poder obtener las proyecciones de oferta y demanda, además de las estrategias comerciales que se deben plantear para atraer clientes; un estudio técnico, donde se detallan los recursos requeridos para la operación del negocio; un estudio administrativo y legal, en el cual se detalla el direccionamiento estratégico para la empresa ;un estudio financiero, que analiza la proyección de ingresos, costos y gastos de operación, así como el flujo de caja y las reglas de decisión financieras, acompañadas de un análisis de sensibilidad.

Palabras claves: ecoturismo, turismo, plan de negocio, etnoturismo.

Abstract

The purpose of this business plan is the evaluation of a business idea based on the provision of tourist services in the municipality of Silvia Cauca, based on ecotourism consisting of nature conservation. Using as a stage the natural and cultural resources of the Municipality.

The project aims to provide new opportunities for growth to the inhabitants of Silvia and consequently to make tourists feel attracted to the place, to generate new recreation sectors for visitors.

The approach of this project consists of five stages that are: the executive summary, the market study, the market plan, the technical and financial study, which will create the structure of the business idea.

In the first stage it is a question of carrying out the informative part of the company, in the market study and the market plan it is intended to know the information on the tourism sector, clients, competitors among others in order to offer tourism services and to know the profiles and to be able to obtain the projections of supply and demand, in addition to the commercial strategies that must be considered to attract clients; a technical study, detailing the resources required for the operation of the business; an administrative and legal study, which details the strategic direction for the company; a financial study, which analyzes the projection of income, costs and operating expenses, as well as cash flow and financial decision rules, accompanied by a sensitivity analysis.

Introducción

El ecoturismo es una actividad que combina el turismo y la preocupación por el ambiente. Los expertos sugieren como objetivo el ecoturismo la sostenibilidad, la conservación y la participación de la comunidad en ella.

Esta idea de negocio nace como una necesidad al municipio de Silvia cauca por su enorme cultura, y ecosistema generando una diversidad muy atractiva para los visitantes, el cual se busca mejorar la práctica turística con una planeación debida sin afectar el medio ambiente., su crecimiento a partir de los años 80 se debe a los beneficios económicos siendo usada como una estrategia de mercado por su prefijo ``eco`` captando el interés de los turistas por esa práctica., se busca implementarlo en el municipio, haciendo que los turistas se enamoren de este bello lugar sin ser afectado en forma negativa el medio ambiente, para que este contribuya al sostenimiento de la región y pueda ofrecer diferentes alternativas al sector turístico de esta zona se debe desarrollar de acuerdo a los principios de sustentabilidad con una planeación financiera del lugar.

Las características fundamentales de este lugar es elaborar la sistematización y difusión legal y financieramente. En esta perspectiva se pretende elaborar un marco conceptual, un marco legal y financiero que logre orientar las buenas prácticas del ecoturismo.

1. Planteamiento del problema

1.1 Descripción del problema

El ecoturismo o turismo ecológico consiste en una actividad turística que se desarrolla sin dañar o afectar el equilibrio medioambiental (Pérez Porto & Merino, 2009), reduciendo los efectos contaminantes por parte de desconocimiento del turista que llega a la zona., “A lo largo de muchos años, lo único que se tenía en cuenta a la hora de explotar una zona para el turismo era el enriquecimiento de las personas involucradas en el sector” (Pastor M, 2003), olvidando la conservación del medio ambiente. En este contexto no es de extrañar que la destrucción de numerosos ecosistemas se produjera en muchos países, pero sobre todo en aquellos considerados paraísos turísticos (Uitzil M, 2019). La cantidad de turistas y su comportamiento, influye en gran manera en que los distintos ecosistemas sufran daños mayores o no.

El municipio de Silvia Cauca ha sido golpeado por la violencia y por las fuerzas armadas, teniendo que convivir con un actor armado ilegal a la fuerza y sin autoridades que pudieran defenderlos, quizás la mayor afectación que sufrieron los habitantes de Silvia tras la toma de mayo de 1999 fue la muerte del turismo, que era una vital fuente de financiación. (Verdadabierta, 2016).

Durante el año 2012 el Municipio empezó a reactivarse en la parte económica y en el turismo, logrando hoy en día siendo un sitio visitado por turistas por sus climas, sus lugares históricos, por los resguardos indígenas, por los diferentes tipos de culturas que se encuentran en el lugar y su gastronomía. Generando nuevas oportunidades de empleo, que antes se vieron

afectados los ingresos de cada habitante que dependía del comercio y prestadores de servicio del municipio.

Silvia Cauca se vio afectado en todos sus entornos, ya sea político, cultural, social y económico por la violencia, debido a que esto provoco que desempleo en el municipio, el turismo dejo de existir para él.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo se puede desarrollar un plan de negocios que permita el fomento del eco-turismo en la zona de Silvia Cauca?

2 Objetivos

2.1 Objetivo general

Proponer un plan de negocio ecoturístico en la localidad de Silvia Cauca aprovechando los sitios turísticos y teniendo en cuenta la conservación de los recursos naturales.

2.2 Objetivos específicos

- Desarrollar un resumen ejecutivo para la creación de la empresa prestadora de servicios.
- Determinar un estudio de mercado para el análisis y evaluación de los diferentes mercados para el sector turístico y así poder llegar a su consumidor final
- evaluar las diferentes alianzas de mercados y sus canales de distribución de las necesidades del plan del mercado y que tipo de clientes estarían interesados en el servicio a través de estrategias
- Realizar un estudio técnico y legal con relación a las instalaciones físicas, los equipos y formalización de la empresa.
- elaborar una proyección financiera que permita demostrar que existe una oportunidad de negocio viables, rentable y factible que perdure en el tiempo en donde se refleje con sus indicadores.

3 Justificación

El municipio de Silvia cauca es un lugar que cuenta con puntos muy turísticos, debido a esto es un lugar muy visitado por personas extranjeras y nacionales, pero que no cuenta con un guía turístico que muestre todos esos lugares que lo caracterizan y porque es una localidad que merece visitada y recordada, por eso la gente que desea conocer el municipio debe ser por cuenta propia, de tal manera esto se desea cambiar implementado un negocio donde las personas lleguen y cuenten con las herramientas necesarias para conocer todo sobre Silvia Cauca.

Se percibe la necesidad de que Silvia Cauca pueda aprovechar sustentablemente en el corto plazo su infraestructura, ofreciendo masivamente sus servicios de alojamiento, alimentación, diversión, diversidad ecológica.

el ecoturismo es una forma de negocio donde se presta un servicio para aquellos visitantes o turistas que desean conocer del sitio, que puedan pasar una estadía diferente a lo que vienen viviendo en su día a día, la idea es ofrecer un servicio donde la gente se sienta a gusto con el lugar, que quiera seguir visitándolo.

Antes de proponer un negocio de tipo turístico, se debe realizar un estudio de mercado donde se pretende conocer cuáles son los sitios más representativos del municipio de Silvia Cauca, ya que es un lugar que tiene naturaleza, cultura, construcciones representativas, al hablar de esto se considera la idea de un negocio como el ecoturismo.

El ecoturismo es una forma de negocio que se puede proponer en el lugar, dando origen a nuevas oportunidades de trabajo para los habitantes, una mejora de la economía del lugar, ayudar al desarrollo social, cultural, político y económico; permitiendo esto el desarrollo de las comunidades y el mejoramiento de la calidad de vida.

En la comunidad se pretende una propuesta de ecoturismo para promover el turismo en la naturaleza, y así dar un origen para los incentivos de la escasez de presupuesto para áreas protegidas, como también un crecimiento económico para su localidad con la llegada de turistas para el consumo de productos típicos de la región y diversas actividades turísticas desarrolladas en el entorno., planeando ciertas actividades de acuerdo con las características de los ecosistemas y la cultura de las regiones visitadas para la contribución al desarrollo del municipio que se pueda ofrecer alternativas al sector de acuerdo a los lineamientos o principios que lo sustente., al no planear ciertas actividades se correría un gran impacto ambiental negativo que llegase a la contaminación y destrucción de sus propios recursos que constituyen el atractivo turístico.

Por lo mencionado se decidió analizar el sector para la aplicación del ecoturismo, cuáles serían los beneficios que esto trae a la comunidad y cómo afecta al medio ambiente, ya que es un negocio donde cada habitante puede aportar conocimiento y este se verá beneficiado, no solo económicamente, sino que también aportará para el cuidado y la conservación de las riquezas naturales con las que cuenta.

Con este proyecto se quiere demostrar que el turismo ecológico es una forma de inversión que aparte de las utilidades económicas que puede llegar a generar, que, si bien no son muy altas, se produce un mejoramiento continuo de los recursos del entorno ambiental, y a su vez crea en todas aquellas personas que de uno u otro modo participen en el proyecto para alcanzar un mejor nivel en la calidad de vida.

4 Antecedentes

4.1 Internacionales

Análisis Del Ecoturismo En República Dominicana: desarrollo sostenible. El caso del monumento natural saltos de la damajagua:

Objetivos: • Realizar una revisión de la literatura para conocer la conceptualización y la situación actual del ecoturismo. • Estudiar la legislación del ecoturismo de República Dominicana. • Investigar sobre las diferentes categorías de áreas protegidas existentes en el país. • Analizar la demanda que visita las áreas protegidas en República Dominicana. • Realizar una revisión bibliográfica para conocer las distintas conceptualizaciones de los constructos que intervienen en el modelo, así como sus determinantes y relaciones con las demás variables.

Conclusiones: Esta investigación comenzaba justificando por qué se había elegido este destino para realizar el estudio de esta tesis. En primer lugar, las islas se han convertido en el segundo destino más visitado tras las ciudades históricas (Correia et al., 2008), y en este sentido, República Dominicana forma parte de la isla La

Española (compartida con la República de Haití). En segundo lugar, por las diversas potencialidades ecoturísticas que posee República Dominicana para desarrollar nuevas tipologías turísticas complementarias al turismo de sol y playa dominante (Castellanos y Orgaz, 2013). En tercer lugar, por la importancia que ha adquirido en los últimos años el turismo comunitario como herramienta para mejorar del desarrollo socioeconómico de un destino, y el Monumento Natural Saltos de la Damajagua es el principal ejemplo de comanejo y turismo comunitario en República Dominicana.

Francisco Orgaz Agüera, tesis doctoral, Universidad de Sevilla, España.

el turismo en el valle del cauca y la influencia de los actores que participan en la cadena: Turismo de Negocios

Objetivos: Reconocer el potencial turístico del departamento del Valle en cada una de las propuestas de los actores que configuran la oferta turística de la región.

Proponer acciones concretas que permitan aprovechar los esfuerzos tecnológicos, financieros y logísticos de cada uno de los actores como aporte a la dinámica de promoción de bienes y servicios dispuestos para la generación de negocios en el departamento.

Identificar las potencialidades que ofrecen las regiones del departamento como objeto de negocio ante inversionistas interesados en la economía vallecaucana. Proyectar los enlaces entre la economía vallecaucana con los potenciales inversionistas interesados en los beneficios que ofrece el departamento al sector de la economía regional, nacional e internacional, en la actividad turística.

Conclusiones: En este proyecto hay aspectos concluyentes por resaltar, el primero de ellos es que tanto en Colombia como en el mundo entero la globalización y la interacción de los mercados y de las economías es un hecho, además la Inversión Extranjera Directa que realicen empresas de otros países en economías en desarrollo, caso colombiano, son una fuente de impulso y crecimiento en todos los aspectos de la sociedad por eso es importante tomar ejemplos de otros países que por vías alternas tratan de generar motores como lo son los clúster donde por medio de la integración de los agentes, puede solidificar las relaciones y permitir fortalecer aspectos de la economía.

Nathalie Alejandra Ruiz Carlosam, Trabajo de grado, Universidad Icesi, Colombia

4.2 Local

mesa de ecoturismo en el cauca

Objetivos: Servir de espacio de coordinación, concertación y orientación superior para la articulación e implementación de acciones, programas y proyectos para el fortalecimiento del Ecoturismo en el Departamento del Cauca.

Conclusiones: Promover, considerando las competencias de cada una de las instancias participantes, el desarrollo y fortalecimiento de servicios y actividades ecoturísticas para el Departamento del Cauca. Definir, aprobar y evaluar nuevas estrategias y programas para el correcto desarrollo del ecoturismo en la región. Definir las prioridades de trabajo a través de un plan bianual, así como el cronograma de ejecución, seguimiento y financiación de las actividades de la Mesa.

Promover el Ecoturismo del Departamento del Cauca en el País, por medio de las respectivas redes de trabajo, páginas Web y eventos, que promuevan los integrantes de la presente comisión. Unificar la información relevante al desarrollo del ecoturismo en el Departamento del Cauca. Elaborar su propio reglamento interno, los demás acordes con su naturaleza y objetivo., Adoptar las demás medidas que sean necesarias para cumplir con sus objetivos y funciones.

Parques Nacionales Naturales de Colombia > Ecoturismo > Fortalecimiento del ecoturismo en Parques Nacionales Naturales > Acuerdos de Trabajo Regional > Mesa de Ecoturismo del Cauca

5. Marcos referenciales

5.1. Marco teórico

Teoría del desarrollo

El desarrollo de económico es aquel que busca mejor los estándares de vida de la población y su desarrollo, donde se pueda involucrar el incremento del empleo en el sector y así poder mantener una calidad de vida.

Primero tenemos que tener claro que hay cuatro teorías el desarrollo: la modernización, la dependencia, lo sistemas mundiales, La cual podemos aplicar cada una de ella en nuestro proyecto de ecoturismo,

Teoría de la modernización

En la primer teoría del desarrollo modernización podemos hacer énfasis en la estrategia utilizada por los estados unidos después de la segunda guerra mundial logrando convertirse en una potencia mundial la cual consistió en colaborar con y reconstruir gran Bretaña así ganando apoyo económico y político de sus aliados, se puede aplicar esto con la población da a conocer ya que se le puede estar en constante apoyo a la sociedad más allá de un bien propio ayuda a dicha región a ser aliada de nuestro proyecto acogiendo y ayudando día a día al desarrollo de el dicho proyecto.

Teoría de la dependencia

La segunda teoría del desarrollo económico la podemos implementar de la forma ya que este desarrollo de dependencia se subdivide en 4 partes los cuales podemos enfocar nuestro proyecto a: desarrollar una creciente demanda interna en términos de mercados nacionales, reconocer que sector es el más importante para alcanzar mejores niveles de desarrollo

nacional, incrementar los ingresos a nuestros colaboradores o trabajadores dando beneficios adicionales lo cuales nos generar mayor demanda dentro de las condiciones nacionales.

Promover un dialogo unid y fluido hacia el gobierno dando planes que contribuyan y beneficien a la comunidad dando progreso y desarrollo.

Teoría de los sistemas mundiales

hay una fuerte conexión entre las ciencias sociales, especialmente entre la sociología y las disciplinas económicas y políticas se debe tomar acción en estudiar cada uno de estos aspectos ya que son fundamentales para el éxito con la comunidad y nuestro proyecto dándole prioridad no a cada una estas disciplinas si no al cómo interactúan todas juntas, no solo dándole el énfasis a cada variable si no estudiar la realidad de los sistemas sociales.

Desarrollo sustentable

El desarrollo sustentable es un proceso de crecimiento en la economía, los recursos naturales, los recursos naturales, basándose en la explotación de los recursos sin afectarlos.

El desarrollo sustentable cuenta con los siguientes principios:

Sostenibilidad económica: se da cuando la actividad que se mueve hacia la sostenibilidad ambiental y social es financieramente posible y rentable.

Sostenibilidad social: basada en el mantenimiento de la cohesión social y de su habilidad para trabajar en la persecución de objetivos comunes.

Sostenibilidad ambiental: compatibilidad entre la actividad considerada y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas, evitando la degradación de las funciones fuente y sumidero. Incluye un análisis de los impactos derivados de la actividad considerada en términos

de flujos, consumo de recursos difícil o lentamente renovables, así como en términos de generación de residuos y emisiones. Este es necesario para poner en funcionamiento la sostenibilidad económica y social.

Del análisis sustentable se desprende el ecoturismo también llamado turismo alternativo, donde puede emplearse en las zonas donde se encuentre la biodiversidad, comunidades indígenas, recursos naturales, donde se pueda desarrollar la idea de negocio y esta puede ser sostenible rentable para la zona.

Teoría del turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

El turismo según la definición de la OMT 1994, se entiende el “conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos, y no por otros motivos lucrativos”.

Destacando a los factores esenciales que explican al turismo como actividad y como sector económico, Boullón (1985) señala, que es la consecuencia de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre. Su naturaleza la concibe ligada “a los viajes que se realizan como una de las formas de aprovechar el tiempo libre”.

Con las anteriores definiciones, el turismo es una actividad que realizan las personas para salir de la monotonía, buscan un lugar de descanso donde puedan desarrollar cosas diferentes. por esto también se habla de un negocio de servicios que busca cubrir todas esas necesidades que las personas están buscando.

5.2. Marco conceptual

Visitantes que pernoctan: es aquel que viaja a un país distinto al que reside que permanece en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.

Visitante de excursiones: Visitante que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

Turismo de negocios: Conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales. Este mercado, en su variante grupal incluye numerosos segmentos y productos relacionados con la organización de reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes.

Ecoturismo: El turismo ecológico, ecoturismo o turismo de naturaleza es un estilo del turismo alternativo diferente al turismo tradicional. Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sostenibilidad, la preservación, la apreciación del medio que acoge y sensibiliza a los viajeros

Turismo: La palabra turismo —según la OMT Organización Mundial del Turismo— comprende «las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual durante un período de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros.

Turismo alternativo: El turismo alternativo se refiere a aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. El turismo alternativo cubre una gama extensa de actividades, pero en términos más generales se le define como “formas de turismo congruentes con los valores naturales, sociales y comunitarios y que permiten tanto a anfitriones como visitantes disfrutar un interacción positiva y muy apreciable y una experiencia compartida” (Wearing y Neil 1999, 3).

Etnoturismo: Son los viajes que se relacionan con los pueblos indígenas y su hábitat con el fin de aprender de su cultura y tradiciones.

5.3. Marco legal

La constitución política de Colombia de 1991

La Constitución Política de 1991, además de garantizar el derecho que todas las personas tienen a gozar de un ambiente sano (artículo 79), introduce el concepto de desarrollo sostenible al consagrar la obligación del Estado de “planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales” y prevenir los factores que ocasionen riesgos a su conservación o conduzcan a su deterioro (art. 80). La conservación de la biodiversidad tiene como finalidad última garantizar la calidad de vida de todos los habitantes del país.

Ley 21 de 1991

Por medio de la cual se aprueba el convenio No 169 sobre pueblos indígenas y tribales, en su artículo 7 establece: “los pueblos interesados deberán tener el derecho de decidir sus propias prioridades en lo que atañe al proceso de desarrollo, en la medida en que éste afecte a sus

vidas, creencias, instituciones y bienestar espiritual y a las tierras que ocupan o utilizan de alguna manera, y de controlar, en la medida de lo posible, su propio desarrollo económico, social y cultural”.

Ley 99 de 1993

Por la cual se crea el MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental –SINA y se dictan otras disposiciones.

Ley 300 de 1996

La finalidad de esta ley es la reglamentación de los principios del turismo que se encuentran en el Art. 2 de esta ley, además dar a conocer que sectores pueden hacer uso de la actividad del turismo y cuáles serían sus derechos y obligaciones que tienen por realizarla.

Ley 1101 de 2006

Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones como los criterios para otorgar la calidad de turístico a los bares y restaurantes.

Ley 1014 de 2006

Pretende promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes y hacer de ellos personas capacitadas para innovar y generar bienes servicios dirigidos a formar competencias empresariales.

Ley 1558 de 2012

Son principios rectores de. La actividad turística, entre otros, el desarrollo social, económico y cultural, la calidad, la competitividad, y la protección al consumidor.

Ley 1834 de 2017

Por medio de la cual se fomenta la economía creativa ley naranja.

5.4 Marco contextual

Se calcula que, en la época de la conquista española, en el territorio del actual departamento del Cauca, se conservaban aproximadamente tres millones de hectáreas cubiertas de bosque. Para 1984 se registró que sólo quedaba poco más de la mitad de este patrimonio natural, del cual, el 10 por ciento corresponde a cuatro parques nacionales. Con el propósito de impulsar el turismo en este departamento, se ha conformado un equipo interdisciplinario para unir los esfuerzos de las entidades públicas y privadas. A partir de este trabajo, se han elaborado cuatro rutas o circuitos, que mostrarán a los visitantes lo más representativo de sus paisajes naturales y monumentos antiguos. Además de los parques naturales, este departamento cuenta con otros atractivos ecoturísticos como el Macizo Colombiano, Silvia y Guambía, La Salvajina, Tierra dentro, Valle del Patía y el litoral Pacífico. En la costa caucana el lugar de mayor flujo de visitantes es Guapi, que en ocasiones se incluye en paquetes turísticos conjuntamente con isla Gorgona y Mulatos.

Fecha de fundación: 23 de octubre de 1.562

Nombre del fundador: Francisco de Bel alcázar

- **Reseña histórica:** Inicialmente la población era llamada GUAMBÍA, a partir del año de 1.838 se llamó Silvia. En el libro octavo de bautismos de 1.838 en adelante, página 126, hay esta anotación del cura Manuel José Gálvez “En adelante se aceptarán las partidas con la denominación de la parroquia de Silvia, por decreto del Supremo Poder Ejecutivo. Donde concede este nombre a la parroquia extinguiéndose el de Guambía”. La nota anterior se halla entre dos partidas: la anterior tiene fecha del 15 de julio de 1.838, y la posterior tiene fecha 31 de julio del mismo año. El nombre de Silvia: Al parecer fue una derivación de selva, que en latín se

escribe silva. También se dice que esas tierras de Silvia son las mismas que se adjudicaron a don Francisco de Bel Alcázar el 23 de octubre de 1.562. Es decir, que a esa fecha ya la zona era llamada Silvia. En el archivo EL CAJRNERO reposa un expediente marcado con el No. 121 de octubre de 1.841 donde se habla de la quebrada de Silvia, que es la quebrada hoy conocida con el nombre de Manchay o del Molino, y esto sugiere la posibilidad de que está quebrada tenía tal nombre desde tiempo antiguo. Las tierras que hacían parte hace algunos años de la hacienda “Gran Chiman”, hoy conocidas como: Santiago, La Clara, Agua Blanca, Chiman y Ambachico; se llamaron antiguamente “Tierras de Silvia” y el río conocido con el nombre de Piendamó, se llamó río de Silvia, de seguro porque limitaba las “Tierras de Silvia”. También se explica como una derivación de Silva, que con seguridad fue algún propietario de aquellas tierras.

- **Entorno Social:** Según las proyecciones poblacionales del DANE, el Municipio de Silvia en el año 2015 la población es de 32.159, de los cuales 4.289 viven en la zona urbana y 27.870 en la zona rural. Un 79,55%, de la población corresponde a las etnias Misak/Guambiana y Nasa/Páez, que están distribuidas en seis resguardos indígenas: Ambaló, Kizgó, Quichaya, Tumburao, Pitayo, Guambia y el cabildo de La Gaitana; en cuanto a la población mestiza y campesina representada en un 20,45%, se encuentra ubicada en la zona urbana, y en las zonas campesinas de Usenda y Santa Lucía

- **Entorno económico:** Las actividades económicas que se desarrollan en el Municipio son principalmente: la agropecuaria con la explotación piscícola, la ganadería doble propósito, y la intervención de cultivos de: hortalizas, frutas, tubérculos, fique, café y flores. El turismo es otra actividad importante que aporta a la economía del Municipio con un incremento notable en algunas temporadas del año.

- **Límites del municipio:** Silvia está situada en el nor-oriente del Departamento del Cauca, al suroccidente de Colombia, entre los 2°47'37'' y 2°31'24'' de latitud norte y entre los 76°10'40'' y 76°31'05'' de longitud al occidente del meridiano de Greenwich, sobre el flanco occidental de la cordillera central. La cabecera municipal está ubicada entre el río Piendamó y la quebrada Manchay sobre los 02°36'50'' norte y 76°22'58'' al oeste, a 2.600 metros de altitud. Dista de Popayán 59 Km. Su área es de 662,4 Km, Extensión total: 662,4 Km², Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 1.800 y 3.800 m.s.n.m., Temperatura media: 12 y 21 grados centígrados °C, Distancia de referencia: 59 Km de La capital, Popayán, Cauca. Ver

Figura 1.

- **Flora:** El Municipio de Silvia alberga gran diversidad de especies, entre ellas están: La Acacia, Árbol Loco, Ciprés, Copec, Guarango, Mano De Oso, Palo Moco, Roble, Jigua, Nogal, Aliso, Pepo, Sindayo, Canelo, Cedro, Cobre, Cupe, Chaquiro, Majúa, Naranjuelo, Pino De Páramo, Eucalipto, Pino Pátula, Laurel De Cera, Arrayán, Lechero, Salvia Negra, Pílele, Carrizo, Manzano y Chilco, entre muchas otras, cuyos usos van desde la combustión, protección y construcción, hasta los de tipo medicinal
- **Fauna:** El territorio se destaca por la existencia de especies andinas como: El Águila Real, La Danta, El Oso Anteojos, El Puma, Tigrillo, La Guagua, El Cusumbo Grande o Solino, El Cusumbo Pequeño, El Venado, El Cóndor, Los Conejos, Torcazas y Colibríes, entre otras especies.

Figura 1. *Ubicación de Silvia Cauca*



Fuente. *Fotografía propia, parque municipal Silvia Cauca*

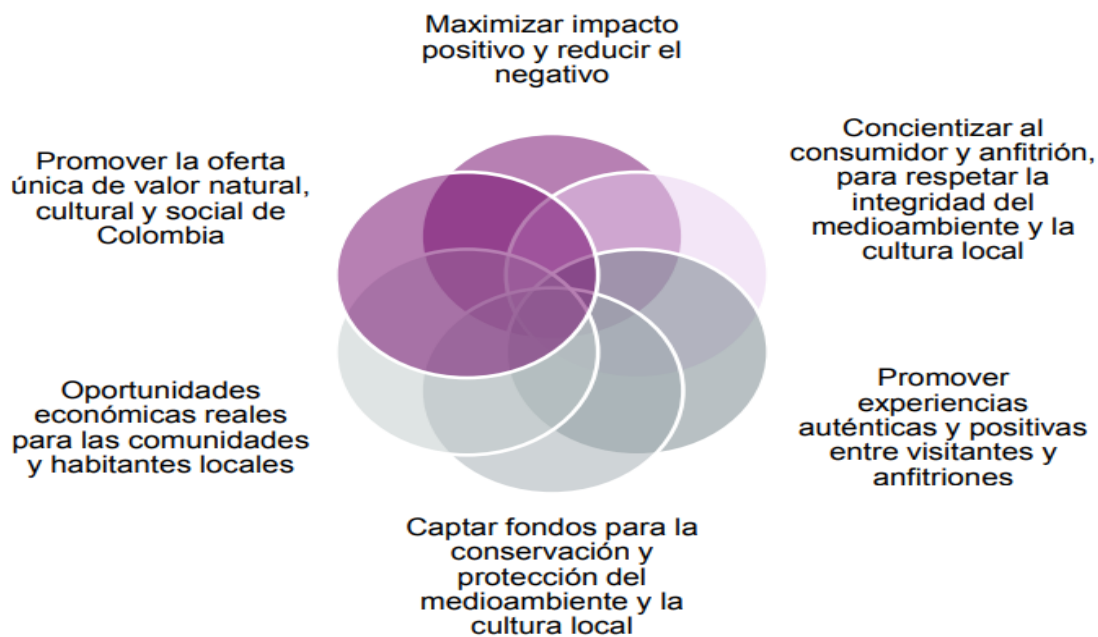
6. Metodología

6.1 Método científico

6.1.1. Enfoque de la información

Cualitativo. El Turismo de naturaleza es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales” (OMT, 2002) Definición aceptada por gobierno de Colombia. Ver **Figura 2.**

Figura 2. Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza para Colombia



Fuente. Banco de imágenes de google.

El Eco-turista tiende a ser culto, maduro y enfocado en el medioambiente, pero mantiene una conducta de compra con los criterios tradicionales (precio, confort, servicios, calidad, etc.) 64 millones de eco turistas internacionales al año (OMT, 2007)., Los Misak o Guámbianos son un pueblo indígena que solo se halla al sur de Colombia en el departamento del Cauca donde

habita. Su Resguardo Mayor está en el municipio de Silvia y también viven en otros lugares cercanos, en la vertiente occidental de la Cordillera Central de los Andes colombianos, como en el departamento del Huila, en donde trabajan la tierra

“Su autoridad principal es el Cabildo Mayor de Guambía, en Silvia. Los grupos domésticos patrilocales son la base de la organización social. Practican la endogamia étnica” (Wikipedia, 2020), que consiste en que las mujeres misak que casan con la persona que también pertenezca a la comunidad misak, siguiendo con sus costumbres ancestrales

Su pensamiento es dual, basado en oposiciones como sol-luna, masculino-femenino. Para los misak, la tierra es la Madre. El möröpik es el curandero guambiano, es escogido entre niños con disposición y educado para intermediar con los espíritus. Realiza la ceremonia de limpieza. (Wikipedia, 2020),

6.2. Tipos de investigación

En el desarrollo de la investigación se hizo unos del método científico, estableciendo la sistematicidad necesaria a través de pasos metodológicos que van de lo general a lo particular por lo tanto se puede decir que el tipo de investigación fue:

Descriptiva: Se utiliza para conocer las características del municipio ya que la investigación tiene un enfoque mixto, este tipo de investigación se utiliza para dar respuesta a los interrogantes obtenidos y poder clasificar la información obtenida.

Histórica: Nos permite conocer cuál es la historia o el pasado del municipio por medio de la recolecta de la información y verificación de la evidencia obtenida y poder utilizar esa información de la manera más objetiva. (ECIMED)

Experimental: Al implementar un plan de negocio como el ecoturismo no se sabe si será bien recibido por los habitantes del lugar y este tipo de investigación se utiliza para establecer una relación entre la causa y el efecto que se puede producir dentro del sector. (Wikipedia, 2020)

6.3. Fuentes de información

Internas: Como principal fuente de información se utilizó el municipio que es el lugar donde se va a realizar el proyecto.

Externas: Para ampliar la información y conocer sobre el lugar y el plan de negocio que se desea proponer se utilizó el internet como herramienta de investigación, también se contó con la asesoría de profesoras para la escritura y complementación del trabajo.

6.4. Técnicas de información

Son el conjunto de procedimientos empleados para la obtención de información veraz y oportuna que contribuye a dar solución al problema en estudio. Se realizó una visita al municipio para conocer cuáles son los lugares más representativos y característicos de Silvia Cauca, cuáles son las más visitados por los turistas, como es el comportamiento de las personas frente a nuevas culturas que los visitan.

7. Capítulo I: Resumen Ejecutivo

7.1 Misión

Ofrecer un servicio innovador, ecológico para aquellos turistas que buscan conocer nuevos lugares, culturas, etc. Que los clientes se sientan seguros a la hora de visitar el municipio y adquirir nuestros servicios, contar con alianzas estratégicas que ayuden al crecimiento social y económico de los asociados, promover el cuidado de los recursos ambientes y el respeto hacia las comunidades indígenas.

7.2 Visión de la empresa

Ser una empresa que cuente con servicios organizados, innovadores que llamen la atención del público, tener personal capacitado con principios y valores ofreciendo amabilidad y respeto a las personas, contar con buenas alianzas estratégicas, ayudar al municipio con el crecimiento económico y social de los habitantes de este, conservar los recursos del turismo y del medio ambiente de ese sector.

7.3 Necesidad de satisfacer la empresa

El plan de negocio eco-turístico en el municipio de Silvia cauca es una empresa turística social, con el objetivo primordial de resolver un problema social que a través de los años ha crecido, unas décadas atrás existía una zona de conflicto entre las fuerzas armadas, el cual era muy peligroso la visita al municipio, hoy en día Existe un proceso asociativo entre los municipios de Toribio, Jambaló, Silvia, Caldono, Totoró, Inzá y Páez desde hace más de una década. Este proceso se ha denominado de Asociación de Municipios de la montaña del Oriente Caucano.

El municipio cuenta con la desorganización y mal uso de los recursos naturales siendo visitados sin la debida precaución e información preliminar sobre los cuidados de los recursos

“El problema (con el turismo) no es crecer económicamente, sino hacerlo sin tomar en cuenta el enorme impacto que tienen nuestras actividades en el ecosistema que nos rodea”. -Alejandro Legorreta González.

El ecoturismo como plan de negocio se convierte en una gran ventaja en la entrada de ingresos el cual se destinan a para la protección de las áreas naturales en donde se lleva al cabo el turismo, se busca ofertar variedad de servicios en uno solo, donde el pilar principal es aumentar el nivel de conciencia frente al patrimonio cultural que esta demanda para su conservación de etnias y ecosistema., ofertar mayor variedad de zonas hoteleras, restaurantes, recreaciones a distancias cortas o distancias largas, actividades para la familia., donde la empresa buscar satisfacer a sus clientes de manera que sea favorables para sus ingresos que estos demanden., busca generar mayores ingresos a sus habitantes que viven del diario ofertando sus productos que en la mayoría de sus casos son productos fabricados y comercializados por ellos mismos., busca obtener ingresos al municipio por sus zonas turística por el cual se beneficia su municipio en la hora de darles una mejor calidad de vida a sus habitantes y de otra forma embellecer más al municipio como se ha llevado al cabo en los últimos años a través de ministerio de cultura que da incentivos a los jóvenes del municipio.

7.4 Clientes, segmentos de mercado objetivos

Según el sentido del viaje podemos hablar de

Turismo emisor: es el que realizan los residentes de un país cuando salen fuera de él (outbound)

Turismo receptor: es el que realizan los no residentes en un país cuando llegan a él (inbound, incoming)

Turismo interno: es el que realizan los residentes de un país cuando viajan dentro de él (domestic). Tecnico, Murcia, Recuperado el 6 de junio del 2016.

Estos tres tipos pueden combinarse entre sí y nos dan tres tipos más:

- la suma de turismo emisor más el turismo receptor constituye el turismo internacional.
- La suma del turismo emisor y el interno nos da el nacional.
- Y la suma de turismo receptor e interno nos da el turismo interior (internal)

Otras clasificaciones por la actitud del viajero:

- turismo activo o pasivo
- por el tiempo empleado para el desplazamiento o la estancia: turismo de estancias o residencial
- turismo itinerante - Por la renta del viajero: de élite; de masas, y social –
- Por el motivo: religioso, sol y playa, negocios, etc

“Escuela Universitaria de Turismo de Murcia Paseo del Malecón, 5 3004 Murcia +34

968293624 eutm@um.es www.eutm.es.”

7.5 Definición del producto o servicio

El plan de negocio eco-turístico consiste en brindar un plan turístico a los visitantes haciendo conocer los diferentes lugares naturales en donde se desconectan de la rutina del día a día con diferentes actividades como lo son paseo equino, degustando la gastronomía típica de la región, caminatas en donde te conectas con la diversidad de flora y fauna sin afectar el medio ambiente de la zona el cual prima la información de cómo hacer uso adecuado de los recursos naturales.

8. Capítulo II: Estudio De Mercado

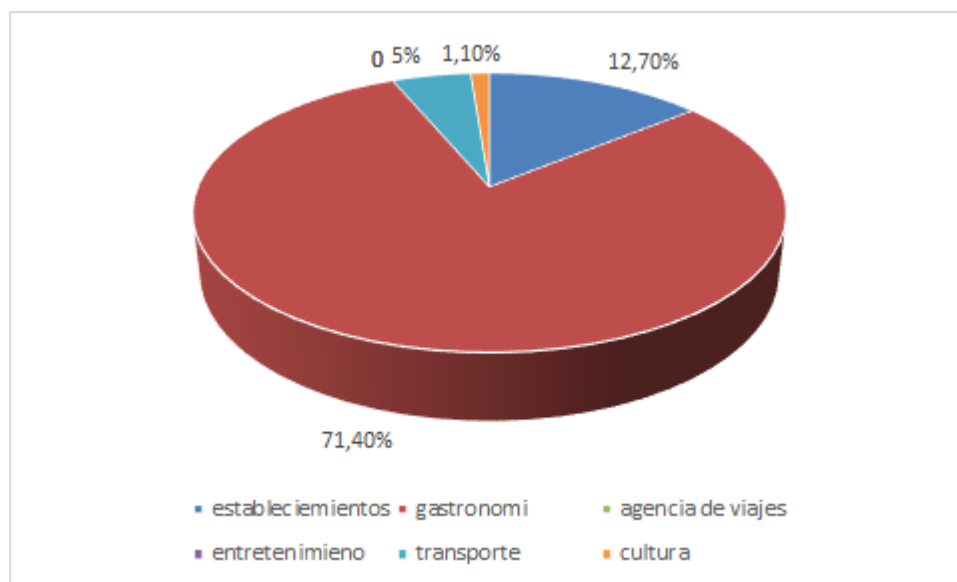
8.1. Análisis Del Sector

8.1.1. Diagnóstico y perspectivas del sector

Las actividades económicas que se desarrollan en el Municipio son principalmente: la agropecuaria con la explotación piscícola, la ganadería doble propósito, y la intervención de cultivos de: hortalizas, frutas, tubérculos, fique, café y flores. El turismo es otra actividad importante que aporta a la economía del Municipio con un incremento notable en algunas temporadas del año.

Los establecimientos de alojamiento representan el 12,7%, los establecimientos de gastronomía representan el 71,4%, las agencias de viajes y operadores ocupan el 3.5%, las empresas de entretenimiento ocupan el 6.7%, las empresas de transporte representan el 4,6%, los establecimientos que desarrollan actividades culturales representan el 1,1%. Ver **Figura 5**.

Figura 5. Valor agregado del sector del Municipio de Silvia año 2019.

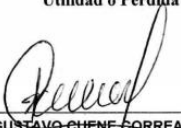
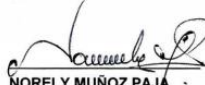


Fuente.Dane

El municipio de Silvia Cauca reportó unos ingresos al 30 de noviembre del 2019 de \$33.574.853.251,64 y un total de gastos de \$30.787.404.804,25 arrojando una utilidad de \$2.787.448.447,39, esto se puede observar en la **Figura 6**.

Figura 6. Estados de resultado con corte al 30 del noviembre 2019

Total Ingresos	33.574.853.251,64
Total Gastos	30.787.404.804,25
Utilidad o Perdida del Ejercicio	2.787.448.447,39

	
JOSE GUSTAVO CUENE SORREA ALCALDE MUNICIPAL C.C. 10.720.730	NORELY MUÑOZ PAJA CONTADORA MUNICIPAL T.P. 170980-T

Fuente. Alcaldía de Silvia Cauca.

Nota 1. Esta figura muestra cuál fue la utilidad durante el mes de noviembre

El sistema de información Turística del Cauca (SITUR) realizó una serie de estudios desde el año 2017 para conocer cuáles son los lugares más visitados por el turismo interno o emisor y el turismo receptor. De acuerdo a las estadísticas que arrojaron las visitas al Municipio de Silvia Cauca en el turismo interno durante el año 2017 fue un 16,8%, para el 2018 fue un 8,13% teniendo una diferencia de 8,67% menor al año anterior y para el año 2019 fue seleccionado como uno de los destinos principales de viajes con un porcentaje del 16,8% dentro del cauca.

Para el turismo receptor en el año 2017 obtuvo el 7,04%, para el año 2018 obtuvo un promedio del 1,7% y para el 2019 del 3,4%, queriendo esto decir que el Municipio de Silvia Cauca es un lugar de destino de viaje más llamativo para personas del mismo territorio nacional que para extranjeros.

El desarrollo del turismo en el Departamento del Cauca ha girado en torno a la Semana Santa en Popayán, el Congreso Gastronómico, el parque Nacional Puracé, Coconuco, Silvia y

Tierra dentro; con un crecimiento del 6% en comparación al año 2017 de acuerdo al número de turistas reportados en el PIT

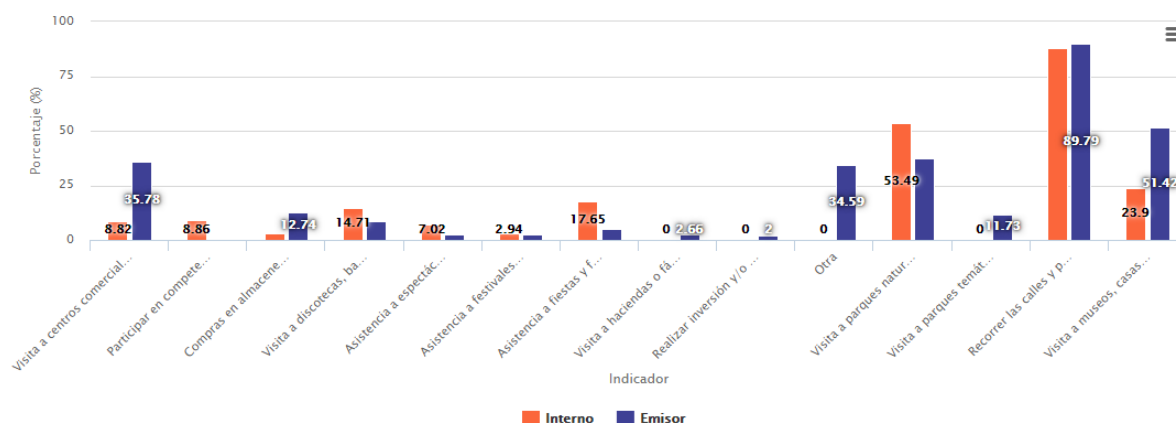
Existe una ausencia importante de entidades para la promoción del Cauca como destino, la presencia de agentes de viaje mayoristas es casi inexistente y las pocas agencias de viaje han enfocado sus esfuerzos hacia un turismo de salida más que, de entrada. (U.R, 2020)

8.1.2. Estado del sector en términos del servicio

El sector turismo en el Departamento del Cauca se concentra en destinos principales: Popayán, la Zona Montañosa de Tierra dentro, Silvia, Puracé y la zona costera en Guapi. Actualmente, el departamento del Cauca cuenta con un inventario turístico que incluye 17 Municipios con vocación turística que poseen activos y atractivos para desarrollar: Turismo Étnico, Cultural y Religioso, Turismo Ecológico y de Aventura, Turismo Patrimonial, Turismo Gastronómico, Turismo Agro, Turismo Experiencial, Turismo Rural, Turismo de sol y playa, Turismo de negocios, ferias y eventos. (Cámara de Comercio del Cauca, 2018)

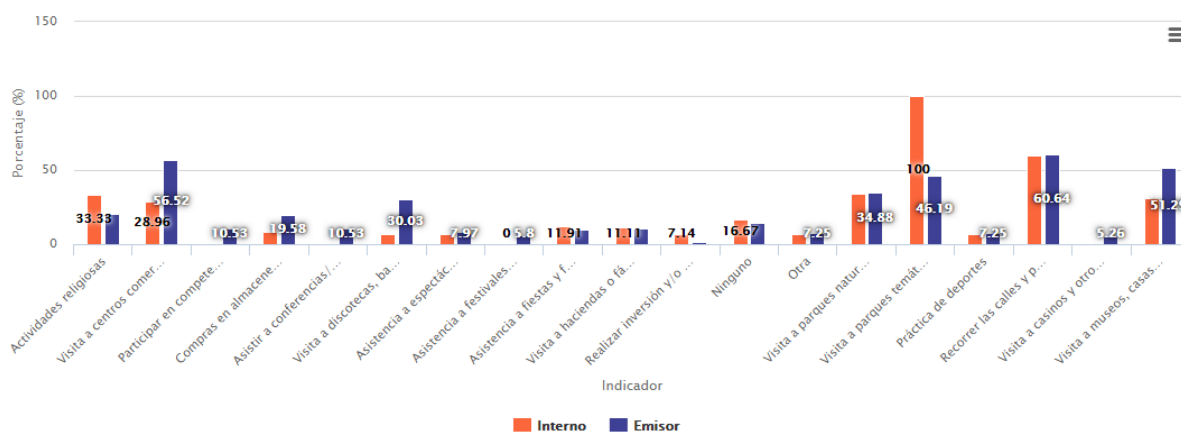
Durante el año 2017 se puede observar que una de las actividades más realizadas por los turistas fue recorrer las calles y parques del casco urbano, siguiente a visitas de parques naturales, entre otros, esto se puede observar en la **Figura 7**. Para el año 2018 la actividad más realizada fue la visita a los parques temáticos y después recorrer las calles, esto se observa en la **Figura 7**, dando a entender que el turista se inclina más por actividades de diversión que por recorrer los lugares.

Figura 7 Actividades realizadas durante el año 2017 en el Cauca



Fuente: <https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/cauca/silvia.pdf>

Figura 8 Actividades más realizadas durante el año 2018 en el Cauca



Fuente: <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/perfiles/cauca/silvia.pdf>

Los municipios de Silvia, Sotará, Puracé (Coconuco), Inzá, Patía y Guapí, son atractivos para quienes quieren conocer y compenetrarse con la vida y costumbres de sus pobladores. En el Municipio de Silvia, los martes, día de mercado; las comunidades indígenas comercializan sus

productos. Allí también se pueden conocer las Chivas, que son buses de transportes rural típicos de los países andinos.

El municipio de Silvia cauca cuenta con unos atractivos turísticos que son los siguiente:

Capilla de Belén: Templo religioso ubicado en una pequeña colina desde donde se tiene una bella panorámica del municipio.

Antiguo molino de trigo El Carmen Su construcción data de 1915. Se dice que el trigo cultivado en la región era el de mayor calidad.

Calle empedrada Une el barrio Boyacá con el centro de la población. Es un reflejo de la Silvia de los primeros años del siglo XX en donde se conservaron las calles hasta el año 1930, en el que llegó el primer vehículo con motor a gasolina.

Puente de Ambachico Construido en calicanto entre 1890 y 1892 con influencia de la arquitectura española de la época. Por el cruzó el libertador Simón Bolívar en tres ocasiones. (Ministro de Comercio, Industria y Turismo, 2019)

8.2. Políticas gubernamentales y marcos regulatorios del sector

La actividad turística está regulada en Colombia por la Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996) /Ley 1101 de 2006 Modificatoria de la Ley General de Turismo La Ley 300 de 1996 ó Ley General de Turismo consigna en su título I en los artículos 1° y 2° (Disposiciones y principios generales); la importancia de la industria turística y los principios generales de la actividad turística. Al respecto define al turismo como una “industria esencial” para el desarrollo de las entidades territoriales y regiones, que cumple una función social. Establece la Ley General

de Turismo una serie de principios generales que son la base de la industria turística. (Suin juriscol)

Mesa de turismo mediante Decreto 580 – 12-2009 Estos documentos indican la parte institucional y reglamentaria de la Superestructura departamental, son el marco normativo para las actuaciones en el turismo. De mano con los documentos estratégicos mencionados (plan de competitividad, Agenda interna y plan estratégico 2032) se convierten en referentes para el planteamiento institucional. (Mincit, 2012)

La Mesa es importante para coordinar las actividades institucionales en Popayán, pero no es muy representativa para el conjunto del sector y menos para el del Departamento ya que no hay representación de los municipios ni de los grupos étnicos o de prestadores de servicios no agremiados. La Mesa se centra en hacer y gestionar las políticas y programas institucionales que se centran principalmente en Popayán si bien algunos de los proyectos tienen alcances en las zonas rurales. (Mincit, 2012)

8.3. Potenciales competidores existentes en el sector - “Benchmarking”:

El sistema del sector turismo tiene un conjunto de actividades que se interrelacionan y se desarrollan para una mejor experiencia, debido a eso hay mayor participación de diferentes tipos de empresas que prestan un servicio dependiendo de la necesidad que cuente el turista en el momento, se puede decir que se encuentra en el mercado con :agencias de viajes Operadoras, agencias de viajes y Turismo, establecimientos de Alojamiento y Hospedaje, Establecimientos de Gastronomía, Bares Turísticos, Agentes que explotan los activos turísticos del Departamento, Empresas de transporte terrestre (interno e intermunicipal, Tiendas de artesanías, mecato típico

y comercio en general., Guías de Turismo, Policía de turismo. (Cámara de Comercio del Cauca, 2018)

Para el año 2018 la cámara de comercio de Cauca genero un reporte de cuantas personas o empresas se encuentran registradas en RNT y en el municipio de Silvia sólo hay 13 inscritos como prestadores de servicios turísticos.

Uno de los más grandes competidores que se tendría en cuenta sería el hotel de Comfandi ya que este ofrece diferentes servicios

8.4. Sustitutos del producto objeto de estudio en el sector

Actualmente el desarrollo de la industria del turismo se mide por el nivel de innovación que se ha venido generando en este sector, ya que cada día los consumidores son diferentes, tienen mayor acceso a la tecnología, esperan calidad y una experiencia diferente en los servicios que adquieren y en muchos casos las mismas son compartidas en redes sociales y plataformas, esto es primordial para adquirir un servicio turístico. (Pardo Martinez, 2019).

Uno de los principales sustitutos del turismo es el internet ya que por ese medio los consumidores pueden organizar directamente su estadía en el municipio sin necesidad de un tercero.

Además de ese factor, también se ve como un sustituto las actividades que cambie el turista por otras, como cambiar una caminata, cabalgata, montar bicicleta, por quedarse durmiendo, cambiar la gastronomía típica por algo convencional, no salir del hotel, estar conectado en internet.

8.5. Poder de negociación con los clientes en el sector

Luego de tres años en marcha del proceso de paz, el departamento del Cauca está de moda para los turistas extranjeros procedentes de Alemania, Francia y Estados Unidos llegaron a territorio caucano para conocer un Departamento lleno de historia, cultura, naturaleza y talento.

La Organización Mundial de Turismo (OMT), clasifica los viajeros en dos tipos: turistas y excursionistas. El turista es aquel individuo visitante que pernocta en el destino, y el excursionista es aquel individuo visitante que no pernocta en el destino (o denominado también visitante del día). Tomando como referencia estas definiciones, se estima que la mayoría de los visitantes encuestados en el mes de agosto de 2019 en el departamento del Cauca, pernoctaron en el destino (83,9%), mientras que sólo el 16,1% fueron visitantes del día. (SITUR CAUCA, 2019)

estos visitantes en el municipio promueven al desarrollo de los establecimientos que prestan servicios ya sea por hospedaje, alimentación, transporte o guía turístico debido a esas competencias el cliente tiene la libre opción de escoger qué servicio se ajusta más a la necesidad que tenga en el momento de adquirirlo.

8.6. Rivalidad competitiva

Uno de los principales competidores en el municipio es el hotel de Comfandi ya que esta presenta diferentes tipos de servicios, planes turísticos y otras empresas de turismo que se encuentren ubicadas en diferentes partes del país.

8.7. Análisis del Mercado Objetivo

El producto consiste en un plan de negocio en donde se implemente la idea del ecoturismo, "el turismo está siendo reemplazado por otra forma de turismo relacionado en los impactos ambientales negativos que estos han estado causando en las últimas décadas "el ecoturismo sostenible con promotor del desarrollo de las comunidades locales" p. 128-129 En:

KRUMHOLZ, Meyer Daniel. Turismo y desarrollo sostenible. Universidad externada de Colombia. Bogota, 2002

Su objetivo principal es, la explotación de sus recursos naturales, teniendo en cuenta su conservación para su cuidado y conservación que este demande, generando unos ingresos a su vez para la empresa para la implementación del negocio como para sus habitantes en general. El 6,3% de los hogares en Silvia tiene actividad económica en sus viviendas en el 2019, Ver **Figura 9**.

Figura 9. Hogares con actividades económicas



Fuente. <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/perfiles/cauca/silvia.pdf>

8.8. El producto y/o servicios.


El proyecto consiste en aprovechar los recursos y espacios naturales que posee el municipio de Silvia Cauca, esto con el fin de desarrollar las actividades de ecoturismo. Ver

Tabla 1.

Tabla 1. Servicios

Servicio	Actividad	Descripción de la actividad	Imágenes

Caminata	nata a la laguna el abejorro	<p>Distancia: 12.6 km. Duración de la caminata de 4 a 6 horas. Saliendo desde el parque principal de Silvia. Cuenta con guía para el recorrido.</p>	
Tour en chiva	Tour en Chiva a la comunidad Guambiana.	<p>Consta de un recorrido en las tradicionales chivas por la tierra los guambianos y los sitios turísticos del municipio.</p>	
Pesca Deportiva	deportiva en el lago del estadero la playa	<p>Diviértete en familia probando suerte con la carnada, un balde y la caña de pesca, en una variedad de lagos que hay región, en donde cultivan la variedad de trucha arco iris.</p>	
Cabalgata	Paseo en caballo	<p>recorrer los alrededores del antiguo pueblo de Silvia, sus valles y cuevas vestidas de un verde intenso, que además están irrigadas por el río Piendamó.</p>	

Recreación acuática	Recreación acuática	se hará en los puntos específicos del rio ambachico, laguna de chiman Ubicada en el barrio del mismo nombre tiene forma de pescado, cuyo ojo es una pequeña isla. Es un espacio para el descanso, la recreación, el deporte y la pesca deportiva.	
---------------------	---------------------	---	--

Fuente. *Construcción propia, 2020*

8.9. Análisis del consumidor final

El departamento del Cauca al año 2019 recibe 22.236 pasajeros aéreos nacionales, 15.838 visitantes extranjeros no residentes y 5.272 visitantes a parques nacionales, mientras que salen 2.694.967 pasajeros del terminal de transporte terrestre. Así mismo, se registran 228 prestadores de servicios turísticos activos en el RNT “Registro Nacional de Turismo”.

Las personas que realizan la actividad de desplazarse de un lugar a otro por un corto y largo plazo buscando diversión, conocimiento de nuevas culturas, negocios u otros. Existen dos tipos de visitantes, el internacional que llega de un país a otro o el doméstico que viaja sin salir del país que reside.

8.10. Análisis de la demanda y tamaño del mercado

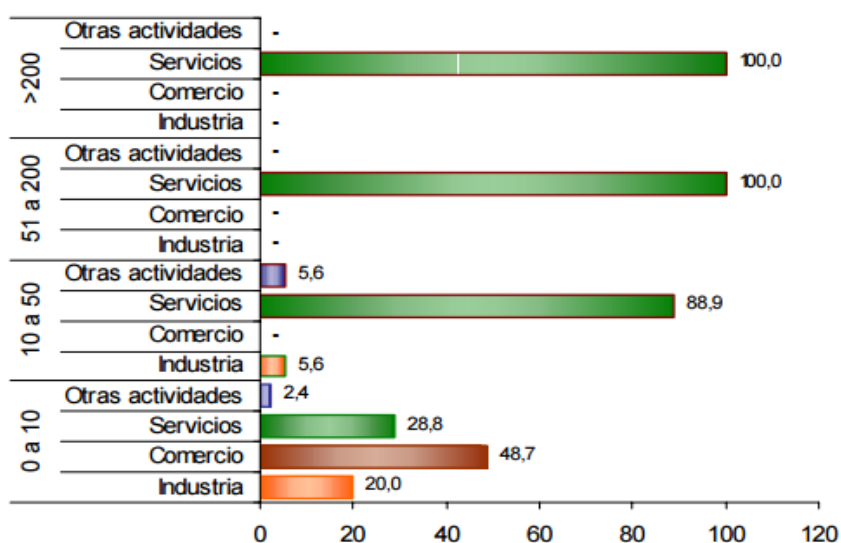
Se observa la demanda como la cantidad de servicios para ofrecer, lo cuales el municipio de Silvia Cauca cuentan con gran diversidad de recursos naturales no explotados para su fin turístico bajo la normatividad que la CRC (Corporación Autónoma Regional del Cauca) lo demande., en el sector sus servicios de restaurantes, hoteles y demás prestadoras de servicio para su comunidad y/o turistas encuentran con una gran variedad desde lo menor y lo superior en cuestión económica.

Donde existe la oferta de servicios y las actividades que se realizan en el sector que serían, restaurantes, alojamientos, paseo equino, transporte a los resguardos indígenas, pasó en

bicicleta por el pueblo y entre otras demás actividades culturales, en donde se ofrece al cliente un servicio o producto que no es tangible en donde son momentos que se guardan toda la vida, el cual nuestra materia prima son los atractivos turísticos de la región donde el turista satisfaga su necesidad de conocer y disfrutar nuevas culturas. Ver **Figura 10**.

Figura 10. Establecimientos según escala de personas por actividades económicas

Establecimientos según escala de personal por actividad económica



Fuente. <https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/cauca/silvia.pdf>.

En los establecimientos con mayor número (0 a 10 empleos), el comercio (28,7%) es la actividad más frecuente y en el grupo de 10 a 50 personas la actividad principal es servicios (88,9%), según cifras del 2019.

En este caso obtenemos el 100% de la demanda de turismo por lo que no existe una agencia forma de turismo en el municipio, en donde varían los turistas depende de las temporadas del año.

8.11. Análisis de precios

Pasajes por Tierra: Cuenta con la trayectoria de dos estaciones., la primera estación se comienza desde la ciudad de Cali, desde el sitio de la terminal intermunicipal de transporte de Cali, el pasaje de Cali-Piendamó se encuentra entre (\$18.000 hasta \$25.000), cual consta de un recorrido de algunos municipios del valle del cauca como lo es Jamundí., donde se pasa por la división del rio cauca, para conectar con el departamento del Cauca en donde se pasa varios municipios como lo son, Santander de Quilichao, mondomo, caldono, tunia entre otros., Después de aproximadamente 3 horas se llega al destino que es Piendamó.

El segundo trayecto es desde la terminal de transporte de Piendamó, se hace transbordo al otro vehículo para el cual el destino final sea Silvia, en donde su valor es aproximadamente de (\$4.500 hasta \$6.000), hasta nuestra llegada final que es Silvia.

Hospedajes: En el municipio de Silvia cauca se encuentra una gran variedad de alojamiento, como son: cabañas, casa fincas, hoteles dentro y por las afueras del municipio., Donde se varia el precio que equivale aproximadamente desde (\$200.000 hasta \$40.000), donde su valor por temporada alta como lo es, carnavales, semana santa entre otras su valor incrementa hasta un 20%.

Alimentación: Silvia cauca es conocida por su gran gastronomía de la región, platos típicos preparados por la misma comunidad del pueblo, en donde se conserva la tradición de sus ancestros.

Paseos Equinos: los paseos equinos consistente en el alquiler de caballos para el turismo de la reserva natural de la segunda laguna en caballos domados y entrenado para esta situación su precio varía de \$10.000 a \$15.000 dependiendo cuantas horas desees.

8.12. Sistema de comercialización

El sistema de canales y distribución para la forma de un mercado turístico con unos objetivos principales de poder dándole facilidad y colocar a disposición a todos los posibles consumidores del servicio, realizando la venta, confirmando su compra y efectuando su cobro respecto al producto que se está ofertando.

Este canal da origen desde su planeación de oferta hasta su consumidor final. Uno de los intermediarios para el consumo final de productos se ocasiona en diferentes razones como lo es:

Unir fuerzas con los demás prestadores de servicios, para conseguir que los servicios estén disponibles en la hora de las metas a cumplir cada mes.

Unos de los canales de distribución serían tour operadores, agencias de viajes mayoristas o minoristas o agencias online, lo que buscan es ofrecer el servicio, los cuales son contratados por la misma empresa para la distribución de sus servicios a más personas., Otros de los canales más importantes es el canal de publicidad que se ha impuesto con mucha fuerza es el tecnológico a través de redes sociales como Facebook, Instagram, Messenger y de más redes sociales en donde el 87 % de los usuarios buscan productos y servicios que desean comprar; el 86 % hacen visitas online desde dispositivos móviles; el 56 % de las personas realizan compras online; el 40 % hacen compras en sitios ecommerce desde una laptop o computador y el 37 % compras desde sus móviles, We Are Social y Hootsuite.(Situación digital y social media en Colombia 2019).

8.13. Proyecciones del mercado (2020 - 2025)

La proyección del plan de negocios consiste, en aumento de la economía en el municipio como para sus inversionistas como para sus comunidades de la cabecera o demás veredas cercanas que lo conforman.

El ecoturismo en 1 año se espera obtener los activos de las oficinas instaladas, contando con personal administrativo y de ventas para el servicio en general., obteniendo un promedio de 100 familias por mes, y preparando nuevos lugares turísticos con fácil acceso a la zona.

De dos a tres años, contar con más guías turísticos, tener alrededor de 500 familias en el mes, brindando mejores y cómodos servicios , una opción en donde se puedan incluir en los ejercicios ambientales los costos que los pequeños empresarios obtengan para la comercialización de bienes y de servicios que se vea el reflejo de un crecimiento económico a través del ecoturismo que este reflejado la mejor calidad de vida, en donde los pequeños empresarios de las zonas tengan un lugar establecido formalmente en el municipio, el cual es municipio es beneficiario a la hora de contribuir con los impuestos que le corresponden al municipio.

En donde la mayoría de sus visitantes tengan una conciencia e sobre los hábitos de consumo y del cuidado del medio ambiente, el cual se implementan nuevas alternativas para la conservación del eco-sistema.

9. Capítulo III: Plan de Mercadeo

9.1. Estrategia de precio

En las estrategias de precios consiste en la sostenibilidad de sus costos para la prestación de servicios, que en algunas temporadas del año se incrementa el valor por vacaciones de verano y temporada donde el público es más por sus actividades como son algunas de ellas carnavales, semana santa, semana menor, feria 360° y entre otras al obtener sostenibilidad en sus costos, estos se tendrán sostenibilidad de precios para el consumidor final sin importar la temporada en que se encuentren.

Lo que se busca es que sus costos no incrementen más del 50% del valor de la prestación de servicio como lo es en hoteles, restaurantes y demás prestaciones de servicios, planeación de agendas para la movilización de turismo sin aglomeración de personas que afecten o contaminen la zona con un debido cuidado.

Unas de las estrategias para la movilización particular de las personas que se transportan en servicio público, sería contratación de buses privados a una zona determinada realizar un promedio y así cobrar para pasajes, para evitar el transbordo de las personas como por el ejemplo un punto clave sería la terminal de transporte de Cali donde conecta con la mayoría de lugares Colombia y vía principal para la transportada de personas al aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón que se encuentra ubicado en la ciudad de Palmira donde ingresan vuelos nacionales e internacionales.

Al tener todas estas estrategias el precio para el consumidor final no se incrementará su valor, lo que se busca es su mejor y rápido acceso a este municipio y así poder disfrutar de nuestros productos con un precio cómodo y alcanzable para ellos.

9.2. Estrategia de venta

Esta estrategia se utiliza para el incremento de sus ingresos a través de sus ventas operativas, unas buenas estrategias son fundamentales para llegar a nuestros clientes para poder cumplir nuestros objetivos., uno de ellos es:

Marketing móvil: este consiste en que los turistas tengan fácil acceso por medio del wifi por medio de una plataforma, el cual se adapta a un celular, su clave es una fácil localización en las apps de viajeros.

En las redes sociales: como observamos es una tendencia en todo el mundo las redes sociales, por el cual una de las mayores claves para esto es publicidad para su venta a través de plataformas que convivimos todos los días, que de alguna u otra forma tenemos acceso a la información suministrada.

Con Facebook se hacen acuerdos de pago para la publicidad de la página ya sea por horas, días o meses depende de cuál se adapta a tu bolsillo, utilizando este servicio podremos llegar a miles de hogares con la publicidad y así atraer a nuestros aspirantes turistas a visitarnos.

Marketing emocional: este consiste en que el turista se apuesta por la emoción, el cual los viajeros querrán salir de la rutina y buscar excelente servicio, uno de los más importante es escuchar a nuestros clientes para su conformidad frente al servicio, para que así se sienta satisfecho y recomendarnos a ciclo social y demás.

En esta referencia encontramos a los microinfluencers que a través de sus historias de redes sociales se dan a conocer a sus seguidores de sus paseos y así logran llamar la atención de diferentes personas en conocer el lugar.

Personalización de servicio: a medida que el viajero visita lo hace en compañía o solo, para ello se busca tener varias opciones que se adapte a lo de cada uno.

Prestación de servicios: estos serán de alimentación, hospedaje y diversas actividades

9.3. Estrategia promocional

Esta estrategia consiste en promocionar el ecoturismo de manera formal, generando una mejor asequibilidad al servicio con mejores planes para salir de la rutina beneficiando a la empresa como tal, intermediarios y a su consumidor final.

Ofreciendo nuevas alternativas de ofertas mensuales en donde sea un mayor atractivo para los consumidores finales, con el fin de que estos mismos de referencias a su círculo social y estos a otros formando una mayor demanda.

Para posicionar y dar a conocer la empresa ecoturística, se realizarán campañas en lugares estratégicos para su publicidad como lo son los stands universitarios, centro comerciales y eventos que se realicen a nivel nacional entre otras. Los cuales estos eventos contarán con pendones de acuerdo con las promociones que se vayan a realizar, también contará con reparticiones de folletos con información estratégica de la empresa con nombre de las redes sociales, por el cual la mayoría de los consumidores el canal de publicidad más importante es el tecnológicos por medio de redes sociales.

9.4. Estrategia de distribución

Esta estrategia es ver la manera de distribución del mercado eco-turístico, haciéndolo llegar hasta los rincones más profundos, diseñado canales de distribución.

Canal directo: es la relación directa con el consumidor a través de redes sociales, negociando planes a su comodidad por medio de la interacción virtual.

Canal indirecto: este canal permite realizar convenios con agencias turísticas situadas en las grandes ciudades con planes que favorezca al intermediario tanto como al consumidor final.

9.5. Política de servicios

En la política de servicios para el eco-turismo son unas reglas del plan de negocio para la comodidad de quien presta el servicio como para sus consumidores finales.

- Se separa el cupo con el 10% del monto a pagar.
- Comprar la póliza de seguros sin importar la edad
- Dar indicaciones del recorrido a los lugares más profundos como lo son la laguna de abejorro que no es recomendable para personas sin actividad física constante por su lejanía.
- En la página de la compañía estará habilitado un buzón de quejas y reclamos o sugerencias.
- Si llegada a la fecha del vencimiento del pago total del servicio escogido no se realiza, no tendrá devolución de dinero.
- Las promociones que se le asignen no tendrán cambios en los días del calendario, solo se realizara los días estipulados en el programa.
- A la hora de los pagos se podrán realizar por medio de transferencia electrónica.
- Cuando deseen ser clientes, se les informaran de los descuentos y promociones de días futuros.

9.6. Táctica de ventas

- obtener una base de datos de posibles clientes, que les guste viajara y sean viajeros activos.

- obtener relaciones públicas, por medio de publicidad en los canales de comunicación como lo son la radio, ruedas de prensa, relación con periódicos a nivel nacional, canales de televisión.

- realizar networking entre las personas claves.
- alianzas estratégicas de buscar clientes de agencias eco-turísticas ya implementadas en el mercado nacional e internacional, buscando empresas aliadas de la misma razón social para establecer tratos justos y equitativos.

- publicidad online, a través de redes sociales, pagina web.

Ser expertos en lo que hacemos, dar recomendaciones, tips, talleres y videos en las plataformas de internet como lo son YouTube, Facebook, google plus.

9.7. Conservación del medio ambiente

La empresa en realización del eco-turismo, consiste en una nueva forma de ver el turismo más ecológico sin afectar o destruir la naturaleza a sus alrededores en donde se coloque en práctica.

Lo que se busca en este plan de negocios es que el municipio de Silvia cauca no se vea afectada ambientalmente por el turismo inconsciente que no se realiza responsablemente ya sea por falta de información de los principios del ecoturismo, por el se define como “un viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población local”.

El ecoturismo debe de seguir los siguientes siete principios declarados por la ONU, tanto como para quienes ofrecen el servicio como para sus beneficios. (Romero M, 2014)

- **Minimizar los impactos negativos, para el ambiente y para la comunidad, que genera la actividad;**

Este principio se aplica en que la empresa desde un comienzo informe a sus habitantes de lo que se vaya a realizar con su debida practica de conservación del medio ambiente como por ejemplo lo es el uso de botellas de agua reutilizables para el todo el camino, que a su vez se podrá adquirir con terceras personas de la comunidad generándoles un beneficio económico a ellos y un beneficio a la hora de conservación del ambiente.

- **Construir respeto y conciencia ambiental y cultural;**

La construcción de este se lleva al cabo con actividades lúdicas realizadas para la enseñanza de la conservación del medio ambiente en donde un acto de cultura se vuelva un acto de aprendizaje., Silvia cuenta con una diversidad de culturas étnicas para que nuestros turistas se enamoren de aquel bello municipio y deseen retomar de nuevo.

- **Proporcionar experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones;**

Este principio es uno de los fundamentales que más se debe de tener en cuenta, consiste en el que el turista se lleve gratos recuerdos de este hermoso lugar, que se sienta agradable, que experimente con la biodiversidad que se encuentra en el municipio y a su vez su conservación y limpieza de estos lugares los cuales esta en cargado la parte del municipio como en la de la empresa privada que este caso es el plan de negocio que se iría a ejecutar,

- **Proporcionar beneficios financieros directos para la conservación;**

A finales del 2017 se impulsaron incentivos tributarios relacionados con temas ambientales, como el Decreto 1564 que permite la exclusión de IVA para el control y monitoreo ambiental, el 2205 que hace posible descontar hasta un 25% de la renta gravada por inversiones en control, conservación y mejoramiento ambiental", explicó Murillo Urrutia.

Se impulsa el Sistema de Comercio de Emisiones, a través del cual se busca crear incentivos económicos para que los diferentes sectores productivos se involucren en la mitigación del cambio climático. “Todos estos instrumentos fomentan la competitividad de los Negocios Verdes, promueven el uso racional y eficiente de los recursos naturales renovables y desincentivan las prácticas que generan impactos negativos sobre el ambiente”, detalló Luis Fernando Ospina, asesor de la Oficina de Negocios Verdes del Ministerio de Ambiente.

- **Hacia el clima político, ambiental y social de los países anfitriones;**

Existen instrumentos económicos, que constituyen mecanismos de regulación que buscan impactar directamente los costos o los beneficios que perciben los agentes económicos por la explotación o uso de los bienes y servicios que proveen los ecosistemas.

“con estos instrumentos buscamos la internalización de costos y beneficios, pero también lograr un cambio en el comportamiento de las personas. Los incentivos tributarios contribuyen a que Colombia cuente con una matriz más amigable con el medioambiente y más diversificada, lo que significa más confiabilidad para el sistema energético y mayor bienestar para los colombianos”, señaló Ospina.

- **Apoyar los derechos humanos universales y las leyes laborales.**

Se apoyan diferentes derechos fundamentales como lo es en el artículo 23, el derecho de toda persona al trabajo, a la libre elección del mismo, a la protección contra el desempleo, a salarios igual por trabajo igual, a condiciones equitativas y satisfactorias en el trabajo y a una remuneración equitativa con su obra o labor.

9.8. Matriz de riesgo

La matriz de riesgo se toma de acuerdo a la resolución 666 del año 2020 la cual dita los protocolos de bioseguridad establecidos por el gobierno nacional. Ver *Figura 11*.

Figura 11. *Matriz de riesgo*

PROCESO	ZONA / LUGAR	ACTIVIDADES	PELIGRO		EFECTOS POSIBLES EN LA SALUD	MEDIDAS DE INTERVENCIÓN				
			DESCRIPCIÓN	CLASIFICACIÓN		ELIMINACIÓN	SUSTITUCIÓN	CONTROLES DE INGENIERIA	CONTROLES ADMINISTRATIVOS, SEÑALIZACIÓN, ADVERTENCIA	EQUIPOS / ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL
traslados dentro sitios de recorrido diario	sitio de recorrido diario	realizar recorrido por el lugar turístico	atracos, robos, atentados terroristas, accidentes de tránsito, ahogamiento en pesca deportiva	publico	las fallas en el vehículo, en el traslado de punto a punto se puede producir accidentes o la muerte	realizar una hoja de ruta de los sitios a recorrer	no aplicaria sustitucion para este punto	no aplicaria controles de ingenieria para este punto	realizar las recomendaciones de los lugares que se van a visitar, a cada una de los puntos que se viajan, recomendación de los peligros asociados en las visitas a los lugares de recreación	
			quemaduras por corriente electrica	electrico	quemaduras por corriente electrica	instalacion de protectores de corriente electrica y tomas	no aplicaria sustitucion para este punto	no aplicaria controles de ingenieria para este punto	realizar recomendaciones sobre el buen uso de los sistemas electrico en los buses y en los alojamientos	evitar realizar sobreconexiones en los puntos electricos
			insolacion y proyeccion de material particulado (polvo).	fisico/	proyeccion de particulas, acumulacion de polvo, problemas respiratorios, dermatitis	uso de bloqueador solar al momento de realizar el recorrido	uso de gafas protectoras para el sol con proteccion uv	no aplicaria controles de ingenieria para este punto	realizar capacitacion en elementos de proteccion personal	usar en todo momento los elementos de proteccion personal gafas ropa adecuda para la actividad a realizar

hospedaje y alojamiento	hotel y alojamientos	pasadia de los visitantes y lugares de trabajo	uso de herramientas en la cocina y lugares de mantenimiento del hospedaje	biomecanico	atrapamiento de manos posibles amputaciones de los miembros inferiores, cortes, golpes	uso de elementos de protección personal	no aplicaria sustitucion para este punto	colocar guardas de seguridad a todas las herramientas de trabajo	inspecciones periodicas en los puestos de trabajo capacitacion periodicas en los puestos de trabajo uso de elementos de proteccion personal	usar en todo momento los elementos de proteccion personal gafas ropa adecuada para la actividad a realizar
			robre esfuerzo en la realizacione de las actividades de limpieza y desinfeccion del lugar	biomecanico	golpes y aplastamiento por atrapamiento	uso de elementos de protección personal	no aplicaria sustitucion para este punto	no aplicaria controles de ingenieria para este punto	inspeccion de la maquina a diario capacitacion sobre autocuidado	usar en todo momento los elementos de proteccion personal gafas ropa adecuada para la actividad a realizar
			manipulacion de herramientas en los lugares de trabajo	mecanico	cortaduras de miembros ,amputacion y punccion por objetos irregulares	uso de elementos de protección personal	sustituir herramientas por otras que sean biomecanicas		evaluar las condiciones a las cuales estan expuestos los trabajadores	usar en todo momento los elementos de proteccion personal gafas ropa adecuada para la actividad a realizar
hospedaje y alojamiento	centro de alojamiento	hospedaje y recreacion	aglomeracion de personas en un mismo lugar	biologico	contaminacion por superficies , problemas respiratorios sintomas posiblemente asociados al covid 19	desinfeccion cada 3 horas de los lugares frecuentados	no aplicaria sustitucion para este punto	desinfeccion mediante maquinas de nebulización	realizar capacitacion en elementos de proteccion personal uso de tapabocas en las instalaciones	usar en todo momento los elementos de proteccion personal tapabocas guantes
			alojamiento de personas en un mismo lugar (abitaciones)	biologico	contaminacion por superficies , problemas respiratorios sintomas posiblemente asociados al covid 19	desinfeccion cada 3 horas de los lugares frecuentados	no aplicaria sustitucion para este punto	desinfeccion de los lugares con cloro organico	realizar capacitacion aserca del uso de los tapabocas realizar inspeccion de epp a empleados y visitantes	usar en todo momento los elementos de proteccion perosonal tapabocas guantes
			contacto con superficies en las instalaciones	biologico	contaminacion por superficies , problemas respiratorios sintomas posiblemente asociados al covid 19	desinfeccion cada 3 horas de los lugares frecuentados lavado de manos	no aplicaria sustitucion para este punto	instalacion de lavamanos dentro y fuera de las instalaciones	capacitacion lavado de manos y desinfeccion con gel antibacterial cada 3 horas	usar en todo momento los elementos de proteccion perosonal tapabocas guantes

Fuente. Construcción propia, 2020

10. Capítulo IV: Estudio técnico

10.1. Localización del proyecto

10.1.1. Macro-localización

Colombia está considerado como uno de los países con mayor biodiversidad en el mundo. El turismo es uno de los principales jalonados de la economía en Colombia. Dadas las cifras así lo demuestran: desde 2015 el valor agregado turístico nacional ha crecido 31%, el sector subió siete puestos en el índice de Competitividad en Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial entre 2017 (puesto 62 / 136) y 2019 (55 / 140), y generó más de 1,9 millones de empleos en 2018 (3,7% más que en 2017) y 8,8% del total de empleos del país. (Díaz Sandoval, 2020)

10.1.2. Micro localización

El proyecto de turismo se desarrollará en el municipio Silvia que está situada en el nor-orientado del Departamento del Cauca, al suroccidente de Colombia, entre los 2°47'37" y 2°31'24" de latitud norte y entre los 76°10'40" y 76°31'05" de longitud al occidente del meridiano de Greenwich, sobre el flanco occidental de la cordillera central. La cabecera municipal está ubicada entre el río Piendamó y la quebrada Manchay sobre los 02°36'50" norte y 76°22'58" al oeste, a 2.600 metros de altitud. Dista de Popayán 59 Km. Su área es de 662,4 Km (Colombia turismo web, s.f.)

10.2. Análisis de obsolescencia de la tecnología que se empleará frente a la competencia y la vida del proyecto.

Dada la naturaleza de este proyecto que se enfoca en la prestación de servicios de ecoturismo, la tecnología utilizada es indispensable para desarrollar dichas actividades.

En la prestación de servicios se requieren ciertos elementos que son: linterna, cuerdas, botiquín de primeros auxilios, estos elementos se pueden adquirir en cualquier momento ya que son esenciales a la hora de prestar el servicio.

En el aspecto administrativo se necesitan equipos de cómputo, software, impresora, escritorio, silla, celular, radios de comunicación, el tiempo de deterioro de estos elementos dependerá de su uso, el deterioro anual esperado, obsolescencia técnica y comercial y por las limitaciones, todo esto comprendiendo que todos elementos corresponden a la propiedad planta equipo.

10.3. Activos fijos

Dada la necesidad de tener unos equipos para realizar la actividad, se realizó una relación de los activos que serán necesarios para la prestación de estos servicios. Ver **Tabla 2**.

Tabla 2. *Maquinaria y equipos de oficina.*

Maquinaria y equipo a utilizar				
Activo	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Lugar de cotizacion
Elementos de oficina				
Escritorio oficina	2	399.900	799.800	Alkosto
Sillas administrativa	2	269.900	539.800	Falabella
Sillas clientes	4	109.900	439.600	Alkosto
Impresora multifuncional	1	999.000	999.000	Jumbo
Archivador	2	229.900	459.800	Falabella
Estantería	1	200.000	200.000	Falabella
Celular	1	649.900	649.900	Alkosto
Teléfono inalámbrico	2	69.990	139.980	K tronix
Computador hp	2	1.499.000	2.998.000	K tronix
Software	1	159.000	159.000	AVG
Total elementos de oficina			7.384.880	

Elementos de caminatas y recorridos en chiva				
GPS	1	1.049.990	1.049.990	Amazon
Radios de comunicación	2	169.000	338.000	Motorola
Morral	2	255.000	510.000	Decathlon
Bastón de caminante	5	39.000	195.000	El deportista
Total elementos de caminatas y recorridos en chiva		2.092.990		
Elementos de actividades acuáticas				
Chalecos salva vida	10	50.000	500.000	Decathlon
Varas de pesca	10	85.000	850.000	Fuego verde
Cámara fotográfica	1	984.000	984.000	Alkomprar
Total elementos de actividades acuáticas		2.334.000		
Total maquinaria a utilizar		11.811.870		

Fuente. *Construcción propia, 2020*

10.3.1. Activos diferidos

Estos activos son utilizados como en las adecuaciones locativas, el registro de la cámara y comercio, y todo el cumplimiento normativo con el que debe de cumplir el establecimiento. Ver *Tabla 3*.

Tabla 3. *Activos diferidos*

Activos diferidos	
Concepto	Valor
Registro de industria y comercio	954.500
Matrícula cámara de comercio	143.000
Adecuaciones locativas	1.500.000
Estudio de mercado	800.000
Total activos diferidos	3.397.500

Fuente. *Construcción propia, 2020*

10.4. Ingeniería del proyecto

10.4.1. Servicios

Para la prestación de servicios propuestos se debe incurrir en unos insumos que son necesarios para ello. Ver *Tabla 4*.

Tabla 4. Servicios prestados

Servicio	Caminata
Descripción del servicio	Es un recorrido de duración de 4 a 6 horas. Para iniciar este recorrido se debe realizar un refrescamiento para empezar a subir la montaña. El sendero es de fácil acceso y cuenta con una vista hacia las montañas., Al llegar al páramo se siente un viento frío.
Insumos para prestar el servicio	Guía, radios de comunicación, botiquín de primeros auxilios, póliza de seguro, bastón para caminantes si así lo desea, Gps.
El servicio incluye	El servicio incluye: Guía, refrescamiento, fotografía, seguro contra accidentes.
Precio del servicio	este servicio cuenta con un valor de \$90.000
Servicio	Tour en chiva
Descripción del servicio	¿Qué tal un recorrido en las tradicionales chivas por la tierra de los guámbianos? Resulta exótico y también agradable pasear por este municipio y sus alrededores para disfrutar su clima frío, su exuberante vegetación y demás paisajes silvestres, por los lagos de pesca y sus ríos, a bordo de los pintorescos buses escalera o chivas como localmente se le denomina al transporte más popular de la región caucana.
	Es un recorrido por las calles del municipio de Silvia Cauca, conociendo los lugares más históricos de ese lugar con la ayuda de un guía que les hablara sobre la historia de cada de uno de esos lugares representativos.

Insumos para prestar el servicio	Guía, botiquín de primeros auxilios, póliza de seguros.
El servicio incluye	El servicio incluye: Guía turístico, mapa, seguro contra accidentes, fotografía, conocer sobre la historia.
Precio del servicio	este servicio cuenta con un valor de \$70.000
Servicio	Pesca deportiva
Descripción del servicio	Para los amantes a la pesca, que mejor que un lago para pescar trucha, con un clima agradable, en un ambiente fresco. Donde si el turista desea puede consumir lo que pesco ya que el lugar cuenta con un restaurante.
Insumos para prestar el servicio	Servicio fotográfico, varas de pesca.
El servicio incluye	El servicio incluye: Guía, botiquín de primeros auxilios, seguro contra accidentes, fotografía.
Precio del servicio	este servicio cuenta con un valor de \$70.000
Servicio	Cabalgata
Descripción del servicio	Para los amantes a los caballos que mejor que un recorrido alrededor del río y por zonas verdes, con la tranquilidad del sonido del agua.
Insumos para prestar el servicio	Coordinador, Servicio fotográfico.

El servicio incluye	El servicio incluye: Guía, botiquín de primeros auxilios, seguro contra accidentes, fotografía, equinos para el recorrido..
Precio del servicio	este servicio cuenta con un valor de \$60.000
Servicio	Recreación acuática
Descripción del servicio	Si necesitas un poco de descanso visitar el lago chimán es la mejor opción, es un lago que tiene forma de pescado, cuyo ojo es una pequeña isla. Es un espacio para el descanso, la recreación, el deporte y la pesca deportiva.
Insumos para prestar el servicio	Vara de pesca, chaleco salvavidas, servicio fotográfico.
El servicio incluye	El servicio incluye: Guía, botiquín de primeros auxilios, seguro contra accidentes, fotografía.
Precio del servicio	este servicio cuenta con un valor de \$60.000

Fuente. *Construcción propia, 2020.*

10.4.2. Procesos. Descripción del proceso

Para las actividades que se esperan ofrecer, llevan cierto proceso que se detalla de la siguiente manera:

- Realizar publicidad por medio de redes sociales, la radio, volantes, etc.
- A la hora de que un cliente contacte se le debe enseñar el portafolio de servicios y darle la debida cotización por el servicio que esté interesado.
- A la hora de que el cliente se encuentre interesado en adquirir el servicio debe realizar la reservación con el 10% del valor del servicio o el valor total.
- Si el turista desea cancelar el servicio solo se le será desembolsado el 70% del valor pagado.

- Se le informa al turista que medio de transporte se va a utilizar, la fecha, hora y lugar del encuentro, además se le darán las recomendaciones que deben seguir.
- Una vez en Silvia Cauca serán asignados los guías dependiendo de qué servicio haya adquirido.
- A la hora de iniciar cada actividad se les dará las recomendaciones necesarias, los insumos y que elementos son recomendables llevar en cada recorrido.
- A la hora de terminar la actividad el turista debe devolver los elementos que se le hayan prestado.
- A la hora de terminar todo el servicio que adquirió, al turista se les informa hora, fecha y lugar del encuentro para tomar el transporte de regreso a casa.

10.5. Determinación de agentes de turismo

Para la prestación de los servicios anteriormente mencionados, se requieren unos guías certificados en turismo y conocedores del lugar, personal que preste los primeros auxilios. El valor promedio que puede cobrar el guía por hora es de \$21.128 con un contrato de prestación de servicio.

En cuanto al personal indirecto se encuentra el personal administrativo y los campesinos, los cuales prestan los servicios de hospedaje y alimentación.

10.5.1. Costos directos e indirectos para la prestación del servicio

En el cálculo de los costos directos, se encuentra el costo del personal, la utilización de los equipos, los costos que se dan en la oficina como lo son: el arriendo, los recibos públicos.

Ver **Tabla 5**.

Para el establecimiento de estos costos se ha realizado diferentes cotizaciones para adquirir los productos, obteniendo con ello un valor razonable del mercado. Partiendo de ello se

puede establecer el valor de los precios basando en la competencia o del mercado, para no generar una competencia desleal.

Tabla 5. *Costos de servicios unitarios*

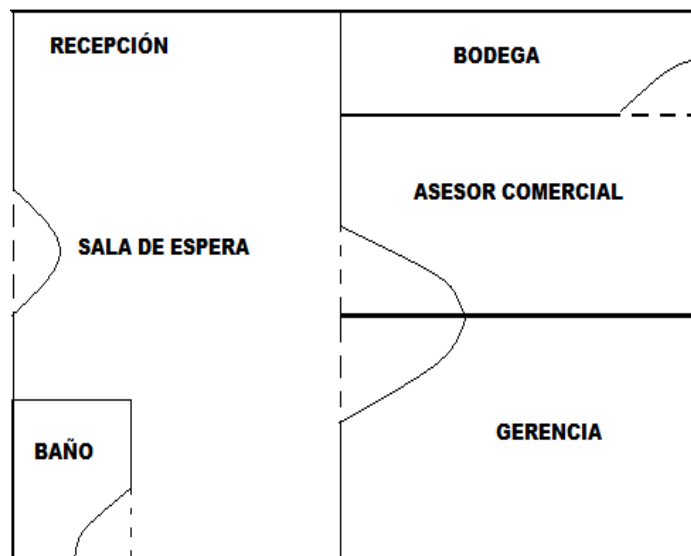
Costos de servicios unitarios			
Costos directos para caminata		Costos directos para cabalgata	
Recursos requeridos	Valor unitario	Recursos requeridos	Valor unitario
Guía	21.128	Guía	21.128
Transporte	10.000	Alquiler caballos	4.500
Seguro contra accidentes	5.000	Seguro contra accidentes	5.000
Total	36.128	Total	30.628
Costos directos para tour chiva		Costos directos para pesca	
Recursos requeridos	Valor unitario	Recursos requeridos	Valor unitario
Guía	21.128	Guía	21.128
Chiva	4.762	Seguro contra accidentes	5.000
Folletos	2.800	Total	26.128
Seguro contra accidentes	5.000		
Total	33.690		
Costos directos para recreación acuática			
Recursos requeridos	Valor unitario		
Guía	21.128		
Alquiler de equipos acuáticos	5.200		
Seguro contra accidentes	5.000		
Total	31.328		

Fuente. *Construcción propia, 2020.*

10.6. Distribución física de la planta

Ver *Figura 12.*

Figura 11. *Distribución de la planta*



Fuente. *Construcción propia, 2020*

11. Marco legal

11.1. Tipo de sociedad

En Colombia existen varias sociedades de empresa, una de las más viables para su comienzo del plan de eco-turismo es la S.A.S., El cual consiste en un vínculo jurídico para la creación de cualquier empresa en Colombia, como lo son las micros, pequeñas y medianas empresas y en algunos de los casos empresas grandes.

La S.A.S. en un tipo de sociedad más confiable para la creación de una pequeña empresa el cual reduce costos por ejemplo de revisor fiscal, siempre y cuando no supere su patrimonio estipulado según el artículo 203 del código de comercio y por ende se reduce el valor de los transmite., solo se juega el patrimonio que conforme la empresa mas no con el capital de los socios que se encuentren en la sociedad.

Estos son algunos de sus beneficios:

- Es constituido por contrato privado.
- Los socios responden solo por el monto de sus aportes.
- Puede emitir cualquiera de las acciones con o sin derecho a votos.
- Las acciones emitidas no se pueden emitir en bolsa (aunque sería una desventaja a la hora del crecimiento de la sociedad).
- Ejercer cualquier actividad lícita en negocios paralelos simultáneamente el cual nos lleva una ventaja en donde se puede incurrir a varios negocios en una solo como lo es el servicio de eco-turismo.
- Sus accionistas son anónimos, que no tienen la obligación de aparecer en el registro mercantil.

- En la reunión de socios puede ser en el lugar de domicilio o en otro lugar.

11.2. Capital social

El capital autorizado es el dinero que necesita funcionar la S.A. S., una de las ventajas para los accionistas es que este capital se puede pagar en 2 años desde la fecha de su adquisición, en el momento de pasar la fecha para pagar el capital suscrito quedará en una deuda de mora para la sociedad.

En la S.A.S. su capital es libre su monto al igual que el número de socios que lo conforman.

11.3. Número de accionistas y estructura del capital

Las S.A.S. no tiene un mínimo ni un máximo de accionistas sean personas naturales o jurídicas, al igual que sus acciones.

En este caso del plan de negocio ecoturístico se tiene dos accionistas con el 50% cada una del monto de sus acciones, el cual está dividido en 1.000 acciones comunes y ordinarias.

11.4. Duración y objeto social

Las S.A.S. Pueden ser el objeto social podrá realizarse cualquier actividad civil o comercial lícita, en este plan de negocios se busca obtener una S.A.S. prestadora de servicios turísticos implementando con eco de conservar la naturaleza y así mismo explotarla, al igual que los servicios de demás microempresas del sector.

Se realizará por un periodo indefinido, siempre y cuando las dos socias mayoritarias estén de acuerdo con la continuación o su terminación.

11.5. Permisos y licencias

El documento “Política turística 1995-1998”, en la estrategia de competitividad, contemplaba unas acciones para el desarrollo del ecoturismo:

- Formular, en trabajo conjunto con el Ministerio del Medio Ambiente, una política de ecoturismo.
- Procurar el desarrollo y mejoramiento de los servicios turísticos en las áreas protegidas destinadas para tal actividad.
- Estimular la participación del sector privado en el desarrollo y operación de instalaciones e infraestructuras turísticas mediante el mecanismo de concesión
- Preparar perfiles de proyectos turísticos en las áreas protegidas, que cumplan con los requisitos fijados en sus planes de manejo.
- Registrar sistemáticamente y evaluar el impacto ecológico, social y económico de las actividades vinculadas al ecoturismo.
- Proponer un ordenamiento del territorio nacional con alto componente ambiental en función del uso turístico.
- Coordinar con las agencias de viajes y turismo la organización, promoción, comercialización y operación de planes o paquetes ecoturísticos.

El artículo 61 de la Ley 300 de 1996, modificado por el artículo 33 de la Ley 1558 de 2012, estableció que el Ministerio de Desarrollo Económico, hoy Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, llevará un Registro Nacional de Turismo, en el cual deberán inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia. Este

registro será obligatorio para el funcionamiento de dichos prestadores de servicios turísticos y deberá actualizarse anualmente. Por el cual se solicita en cámara de comercio.

11.5.2. Operar sin inscripción en el Registro Nacional de Turismo.

En el evento en que un prestador de servicios turísticos inicie sus operaciones sin la previa inscripción en el Registro Nacional de Turismo, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo adelantará la investigación administrativa correspondiente, e impondrá sanciones,

La prestación de servicios turísticos sin la inscripción en el registro nacional de turismo, conlleva a la clausura del establecimiento por parte del alcalde distrital o municipal, quien procederá de oficio o a solicitud de cualquier persona.

Según el artículo 12 de la ley 1101 de 2006 modificado por el decreto 229 de 2017 nos señala relacionado por la prestación de servicios de:

- Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas.
- Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.
- Las oficinas de representación turística.
- Los guías de turismo.
- Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.
- Las empresas captadoras de ahorros para viajes y de servicios turísticos pre pagados.
- Los concesionarios de servicios turísticos en parque.

- Las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y de otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.

11.5.2. Obligaciones de los prestadores de servicios turísticos

Son obligaciones de los prestadores de servicios turísticos, las que se enumeran a continuación:

- Inscribirse en el Registro Nacional de Turismo.
- Actualizar anualmente los datos de su inscripción en el Registro Nacional de Turismo entre el 1° de enero y el 31 de marzo.
- Ajustar sus pautas de publicidad a los servicios ofrecidos, en especial en materia de precios, calidad y cobertura del servicio.
- Suministrar la información que le sea requerida por las autoridades de turismo.
- Dar cumplimiento a las normas sobre conservación del medio ambiente tanto en el desarrollo de proyectos turísticos, como en la prestación de sus servicios.
- Cumplir con el aporte de la contribución parafiscal correspondiente al impuesto al turismo recaudado a través de FONTUR, en el evento de ser contribuyente conforme a lo establecido en la Ley 1101 de 2006.

11.5.3. Beneficios e Incentivos Tributarios de la Formalización

El artículo 18 de la Ley 1558 de 2012, que trata sobre los requisitos para los incentivos.

Formalizado el prestador de servicios turísticos en la cámara de comercio del lugar en donde desarrollará su actividad comercial e inscrito en el Registro Nacional de Turismo, será sujeto de beneficios y estímulos tributarios, tales como:

- Menor pago del impuesto del ICA
- Acceso a las líneas de créditos especializadas en turismo.
- Acceso a los recursos del Fondo Nacional de Turismo – FONTUR en calidad de aportantes de la contribución parafiscal para la promoción del turismo.
- Beneficios tributarios dados para los nuevos hoteles, remodelados y/o ampliados desde el año 2003 y hasta el 31 de diciembre de 2017, los cuales tendrán exención del impuesto sobre la renta por 30 años, y los construidos en municipios de hasta 200 mil habitantes por 20 años, pagando renta gravada a la tarifa del 9%. (ley 1819 de 2016 y los Decretos 463 de 2016, 2755 de 2003, 920 de 2009)
- Exoneración del impuesto de las rentas provenientes de los servicios de ecoturismo prestados dentro del territorio nacional, por el término de 20 años, a partir del 1° de enero de 2003. (Decreto 2755 de 2003, en su artículo 11).
- Participación en la contratación pública, entre otros.

La omisión de la actualización del Registro Nacional de Turismo, así como el incumplimiento en el pago de la contribución parafiscal para la promoción del turismo, suspenderá el incentivo tributario correspondiente al año fiscal en el cual se presente la omisión o incumplimiento

12. Capítulo V: plan financiero

El presente análisis financiero se construyó de acuerdo a los estudios de mercado que se han realizado para conocer cuál sería el valor de la inversión.

12.1. Plan de inversiones

El plan de inversiones para prestar el servicio de ecoturismo se divide en los: activos fijos y activos diferidos. Para poder invertir en estos activos los socios tuvieron que aportar un capital designando una parte para la compra de los activos y el restante para constituir el capital de la empresa Ver *Tabla 6*.

Tabla 6. *Plan de inversiones*

Plan de inversiones	
Activos fijos	11.811.870
Activos diferidos	3.397.500
Total inversión	15.209.370

Fuente. *Construcción propia, 2020*

12.1.1. Inversión en activos fijos

A continuación, se detallan las inversiones de los activos fijos. Ver *Tabla 7*.

Tabla 6. Activos fijos

Maquinaria y equipo a utilizar			
Activo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Elementos de oficina			
Escritorio oficina	2	399.900	799.800
Sillas administrativa	2	269.900	539.800
Sillas clientes	4	109.900	439.600
Impresora multifuncional	1	999.000	999.000
Archivador	2	229.900	459.800
Estantería	1	200.000	200.000
Celular	1	649.900	649.900
Teléfono inalámbrico	2	69.990	139.980
Computador hp	2	1.499.000	2.998.000
Software	1	159.000	159.000
Total elementos de oficina			7.384.880
Elementos de caminatas y recorridos en chiva			
GPS	1	1.049.990	1.049.990
Radios de comunicación	2	169.000	338.000
Morral	2	255.000	510.000
Bastón de caminante	5	39.000	195.000
Total elementos de caminatas y recorridos en chiva			2.092.990
Elementos de actividades acuáticas			
Chalecos salva vida	10	50.000	500.000
Varas de pesca	10	85.000	850.000
Cámara fotográfica	1	984.000	984.000
Total elementos de actividades acuáticas			2.334.000
Total maquinaria a utilizar			11.811.870

Fuente, *Construcción propia, 2020*

12.1.2. Inversión en activos diferidos

Estos activos son utilizados como en las adecuaciones locativas, el registro de la cámara y comercio, y todo el cumplimiento normativo con el que debe de cumplir el establecimiento.

Ver **Tabla 8.**

Tabla 8. Inversión en activos diferidos

Activos diferidos	
Concepto	Valor
Registro de industria y comercio	954.500
Matrícula cámara de comercio	143.000
Adecuaciones locativas	1.500.000
Estudio de mercado	800.000
Total activos diferidos	3.397.500

Fuente, *Construcción propia, 2020*

12.2. Ingresos Operativos.

En la **Tabla 9**, se pueden observar los ingresos que se están estimando, en una proyección de 5 años, para el año 2021 se esperan pocos turistas por la situación que se está viviendo en el 2020 por la pandemia, ya que se ha venido registrando en el sector turístico una disminución del 60% en este año y para el 2021 un 20%.

Tabla 9. Ingresos proyectados (expresados en pesos)

Servicio	Ingresos 2021			Ingresos 2022		
	Prec. Unitario	Turistas	2.021	Prec. Unitario	Turistas	2022
Caminata	90.000	600	54.010.152	95.400	636	60.685.807
Tour chiva	70.000	714	50.009.400	75.400	757	57.099.304
Cabalgata	70.000	657	46.008.648	75.400	697	52.531.360
Pesca	60.000	343	20.575.296	65.400	363	23.772.697
Recreación acuatica	60.000	543	32.577.552	65.400	576	37.640.104
Total	350.000	2.858	203.183.069	377.000	3.029	231.731.293

Servicio	Ingresos 2023			Ingresos 2024		
	Prec. Unitario	Turistas	2023	Prec. Unitario	Turistas	2024
Caminata	101.124	674	68.186.573	107.191	715	76.614.433
Tour chiva	79.924	803	64.156.778	84.719	851	72.086.556
Cabalgata	79.924	739	59.024.236	84.719	783	66.319.631
Pesca	69.324	385	26.711.002	73.483	408	30.012.482
Recreación acuatica	69.324	610	42.292.420	73.483	647	47.519.764
Total	399.620	3.211	260.373.032	423.597	3.404	292.554.890

Ingresos 2025			
Servicio	Prec. Unitario	Turistas	2025
Caminata	113.623	736	83.665.554
Tour chiva	89.803	872	78.351.485
Cabalgata	89.803	804	72.238.546
Pesca	77.892	430	33.495.708
Recreación acuática	77.892	668	52.053.426
Total	449.013	3.512	319.806.744

Fuente, Construcción propia, 2020

12.3. Gastos operacionales

Los gastos se encuentran proyectados a 5 cinco años, donde cada año se aumenta un 6% en sus gastos como en sus ingresos. Ver *Tabla 10*.

Tabla 10. Proyección gastos (expresados en pesos)

Proyeccion gastos					
Item	2021	2022	2023	2024	2025
Aux. Telefónico	970.800	1.029.048	1.090.791	1.156.238	1.225.613
Servicios públicos	3.600.000	3.816.000	4.044.960	4.287.658	4.544.917
Honorarios	64.194.048	68.045.691	72.128.432	76.456.138	81.043.507
Servicio de internet	960.000	1.017.600	1.078.656	1.143.375	1.211.978
Gastos de nómina	51.284.381	54.361.444	57.623.131	61.080.519	64.745.350
Guias turisticos	42.594.048	45.149.691	47.858.672	50.730.193	53.774.004
Seguro contra accidente	14.288.400	15.145.704	16.054.446	17.017.713	18.038.776
Gastos legales	1.300.000	1.378.000	1.460.680	1.548.321	1.641.220
Gastos legales turismo	1.405.200	1.489.512	1.578.883	1.673.616	1.774.033
Mantenimiento de equipos d	600.000	636.000	674.160	714.610	757.486
Papelería y útiles	1.140.000	1.208.400	1.280.904	1.357.758	1.439.224
Arriendo	7.200.000	7.632.000	8.089.920	8.575.315	9.089.834
Total	189.536.877	200.909.090	212.963.635	225.741.453	239.285.940

Fuente, Construcción propia, 2020

EL 2021 será el primer año de su funcionamiento de la empresa, en este año se realizarán negociaciones con los operadores de los servicios, con el fin de brindar una buen sistema empresarial, donde el consumidor como sus empleado se sienta satisfecho por la prestación de servicios, en donde se conviertan en aliadas estratégicos de voz a voz, brindándole seguridad y protección a cada uno, garantizando que la planeación del ecoturismo y turismo con responsabilidad cumplan con la oferta para el municipio.

12.4. Proyección nomina

En la siguiente tabla se describe la cantidad de empleados que hará parte de la compañía, correspondientes a los porcentajes de ley, teniendo en cuenta que solo tres personas conforman la nómina de empleados directos por medio de la empresa, y los demás tienen contrato de prestación de servicios. La empleada del aseo de la oficina cuenta con un contrato laboral de medio tiempo, pero pagándole todo conforme a la ley. Ver *Tabla 11*.

Tabla 11. *Proyección de la nómina mensual (expresado en pesos)*

Cargo	Nomina mensual					
	Aux transporte	Total	Salud	Pension	Total deducciones	Total a pagar
Secretaría	109.025	1.109.025	40.000	40.000	80.000	1.029.025
Vendedor	109.025	1.209.025	44.000	44.000	88.000	1.121.025
Aseadora	54.513	554.513	41.559	41.559	83.117	471.395
Total	272.563	2.872.563	125.559	125.559	251.117	2.621.446

Fuente, *Construcción propia, 2020*

Se toma como base para las proyecciones el 6% del incremento del salario mínimo legal en Colombia estipulado el 26 de diciembre del 2019 por el presidente Iván Duque, al igual que en las prestaciones sociales. Ver *Tabla 12*, Ver *Figura 12*.

Tabla 12. *proyección de nómina por año. (expresado en pesos)*

Nota: Incluye todas las prestaciones sociales.

Cargo	Proyección nomina por año				
	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Secretaria	19.161.536	20.311.228	21.529.902	22.821.696	24.190.998
Vendedor	20.923.755	22.179.180	23.509.931	24.920.527	26.415.759
Aseadora	11.199.090	11.871.036	12.583.298	13.338.295	14.138.593
Total	51.284.381	54.361.444	57.623.131	61.080.519	64.745.350

Fuente, *Construcción propia, 2020*

Figura 12. Alza histórica de salario mínimo**Alza histórica salario mínimo Colombia 2010 - 2020**

Fuente. <https://www.valoraanalitik.com>, 2020

los aportes parafiscales como las prestaciones sociales son pagos que realiza una empresa por cada empleado con el que tienen una relación laboral. Ver *Tabla 13*.

Tabla 13. Provisión de las prestaciones sociales y parafiscales mensuales a cargo de la empresa.

Cargo	Aportes						
	Base	Aux transporte	Total	Cesantias	Int cesantias	Prima	Vacaciones
Secretaria	1.000.000	109.025	1.109.025	92.382	11.086	92.382	41.700
Vendedor	1.100.000	109.025	1.209.025	100.712	12.085	100.712	45.870
Aseadora	500.000	54.513	554.513	46.191	5.543	46.191	20.850
Total	2.600.000	272.563	2.872.563	239.285	28.714	239.285	108.420

Cargo	Aportes				
	Pension	Salud	Comfandi	Arl	Total
Secretaria	120.000	85.000	40.000	5.220	487.769
Vendedor	132.000	93.500	44.000	5.742	534.621
Aseadora	124.676	88.312	41.559	5.423	378.745
Total	376.676	266.812	125.559	16.385	1.401.135

Fuente, Construcción propia, 2020

12.5. Proyección personal por prestación de servicio

En la empresa se obtiene dos tipos de contrato, el cual es nómina directa por la empresa y el otro es prestación de obra o labor en donde la empresa se economiza la seguridad social a cargo del empleador, pero los de contratación de prestación de servicios deberá presentar la seguridad social mes vencido mes pagado. Ver *Tabla 14*.

Tabla 14. *Personal de prestación de servicios en la empresa.*

Cargo	Personal por prestación de servicio				
	2021	2022	2023	2024	2025
Asesoría contable	14.400.000	15.264.000	16.179.840	17.150.630	18.179.668
Guías turísticos	42.594.048	45.149.691	47.858.672	50.730.193	53.774.004
Marketing digital	7.200.000	7.632.000	8.089.920	8.575.315	9.089.834
Total	64.194.048	68.045.691	72.128.432	76.456.138	81.043.507

Fuente. *Construcción propia, 2020*

12.6. Costos proyectados a 5 años

En la proyección de los costos se tomó una tasa del 6% para incrementar los valores cada año. Ver *Tabla 15*.

Tabla 15. *Proyección de costos*

costos	2021	2022	2023	2024	2025
Alquiler equipos acuático	2.823.388	2.992.791	3.172.359	3.362.700	3.564.462
Alquiler caballos	2.957.699	3.135.161	3.323.270	3.522.667	3.734.027
Transporte	6.001.128	6.361.196	6.742.867	7.147.439	7.576.286
Total	11.784.236	12.491.170	13.240.519	14.034.830	14.876.800

Fuente. *Construcción propia, 2020*

12.7. Composición accionaria

Ver *Tabla 16*.

Tabla 16. *Composición accionaria*

Composición accionaria	# acciones	Participación	Vr nominal	Total
Angelica Maria Palencia Teran	60.000	50%	1.000	60.000.000
Stephania Tangarife Peralta	60.000	50%	1.000	60.000.000
Total	120.000	100%	2.000	120.000.000

Fuente. *Construcción propia, 2020*

12.8. Estado de resultados anual y proyectado a 5 años.

Ver *Tabla 17*. Se presenta un estado de resultado proyectado a 5 años, donde en el 2022 se obtiene un préstamo por \$15.000.000 pagadero a tres años. La tarifa del impuesto se maneja para el 2021 del 31% y para el 2022 en adelante del 30%, tomando como referencia que en cada reforma tributaria o decretos dicho valor podría incrementar o disminuir o permanecer estable., los otros ingresos se hacen relación a nuevas artesanías y a prestar los servicios con otras entidades de turismo que sería proyectado en un 6% anual en relación en la entrada de turistas.

Tabla 17. *Estado de resultados proyectado en 5 años. (expresado en pesos)*

	Estado de resultado				
	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos ordinarios	203.183.069	231.731.293	260.373.032	292.554.890	319.806.744
Costo de venta	- 11.784.236	- 12.491.170	- 13.240.519	- 14.034.830	- 14.876.800
Ganancia bruta	191.398.833	219.240.124	247.132.513	278.520.060	304.929.945
Gastos operacionales	-189.536.877	-200.909.090	-212.963.635	-225.741.453	-239.285.940
Ganancia neta por actividad ord	1.861.956	18.331.034	34.168.878	52.778.606	65.644.004
Ingresos financieros	-	15.000.000			
Gastos financieros	-	- 4.406.241	- 2.677.792	- 1.237.917	
Utilidad antes de impuesto	1.861.956	28.924.793	31.491.085	51.540.690	65.644.004
Impuesto sobre la renta	577.206	8.677.438	9.447.326	15.462.207	19.693.201
Ganancia o perdida neta	1.284.750	20.247.355	22.043.760	36.078.483	45.950.803

Fuente. *Construcción propia, 2020*

12.9. Flujo de efectivo

De acuerdo a lo proyectado anteriormente se realizó un flujo de efectivo a 5 años, teniendo en cuenta lo ingresos y los gastos, logrando adquirir un préstamo por \$15.000.000 en el año 2020 para pagar en 3 años y con una tasa de intereses efectiva anual del 28,16%. Ver *Tabla 18*.

Tabla 18. *Flujo de efectivo proyectado a 5 años*

	Flujo de caja					
	2021	2022	2023	2024	2025	
Saldo inicial	-	-	9.340.385	10.887.938	31.392.967	65.952.034
Ingresos						
Ventas en efectivo	203.183.069	231.731.293	260.373.032	292.554.890	319.806.744	
Cobro de ventas a crédito	-	-	-	-	-	
Total ingresos	203.183.069	231.731.293	260.373.032	292.554.890	319.806.744	
Egresos						
Compra de mercancía	11.811.870	-	-	-	-	
Activos diferidos	3.397.500	-	-	-	-	
Pago de nómina	51.284.381	54.361.444	57.623.131	61.080.519	64.745.350	
Pago proveedores	134.052.496	142.095.646	150.621.385	159.658.668	169.238.188	
Pago de impuestos	577.206	8.677.438	9.447.326	15.462.207	19.693.201	
Renovación cámara	-	1.378.000	1.460.680	1.548.321	1.641.220	
Pago de servicios públicos	3.600.000	3.816.000	4.044.960	4.287.658	4.544.917	
Pago de alquiler	7.200.000	7.632.000	8.089.920	8.575.315	9.089.834	
Pago de mantenimiento	600.000	636.000	674.160	714.610	757.486	
Total egresos	212.523.454	218.596.528	231.961.561	251.327.296	269.710.196	
Flujo de caja económico -	9.340.385	3.794.381	39.299.409	72.620.560	116.048.583	
Financiamiento						
Préstamo recibido	-	15.000.000	-	-	-	
Pago de préstamos	-	7.906.443	7.906.443	6.668.526	-	
Total financiamiento	-	7.093.557	- 7.906.443	- 6.668.526	-	
Flujo de caja financiero -	9.340.385	10.887.938	31.392.967	65.952.034	116.048.583	

Fuente. *Construcción propia, 2020*

12.10. Flujo neto operacional

En este flujo se está teniendo en cuenta las depreciaciones que se realizaron en línea recta de acuerdo al artículo 137 del estatuto tributario. Ver *Tabla 19*.

Tabla 19. *Flujo neto operacional proyectado a 5 años.*

	Flujo neto operacional				
	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	203.183.069	231.731.293	260.373.032	292.554.890	319.806.744
Costos y gastos	- 201.321.113	- 213.400.259	- 226.204.155	- 239.776.283	- 254.162.740
Utilidad	1.861.956	18.331.034	34.168.878	52.778.606	65.644.004
Impuesto	577.206	5.499.310	10.250.663	15.833.582	19.693.201
Utilidad despues de impuesto	1.284.750	12.831.724	23.918.214	36.945.024	45.950.803
Gastos por depreciacion	334.315	308.753	310.916	310.719	310.738
Flujo neto de operación	1.619.065	13.140.477	24.229.130	37.255.744	46.261.541

Fuente. *Construcción propia, 2020*

12.11. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio indica cual es el nivel idea de una empresa debe alcanzar para no generar ninguna perdida, en este caso la empresa está alcanzando a generar utilidades, Ver *Tabla 20.*

	Punto de equilibrio				
	2021	2022	2023	2024	2025
Punto de equilibrio	201.206.474	212.355.852	224.373.502	237.116.731	250.960.127

Fuente. *Construcción propia, 2020*

12.12. Indicadores financieros

12.12.1. Valor presente neto

Es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con la misma. El **vpn** es, por tanto, una medida del beneficio que rinde un proyecto de inversión a través de toda su vida útil. (Granel, 2020). Ver *Tabla 21.* Se tiene en cuenta como inversión los aportes sociales y las inversiones que se realizaron en los activos y activos diferidos, con una tasa del 22% que se hayo de acuerdo a las proyecciones.

Tabla 21. *Valor presente neto*

Inversion	Flujo efectivo 1	Flujo efectivo 2	Flujo efectivo 3	Flujo efectivo 4	Flujo efectivo 5	Tasa	VPN
-18.606.870	- 9.340.385	10.887.938	31.392.967	65.952.034	116.048.583	22%	71.049.174

Fuente. *Construcción propia, 2020*

12.12.2. Tasa interna de retorno

La **TIR o Tasa Interna de Retorno**, es la tasa de interés o rentabilidad que genera un proyecto. Y se encarga de medir la rentabilidad de una inversión. Esto quiere decir, el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá esta, para los montos que no hayan sido retirados del proyecto. Y funciona como una herramienta complementaria del valor Presente Neto (Restrepo, 2019), esta tasa se realizó de acuerdo a las proyecciones que se realizaron en el flujo neto operativo. Ver

Tabla 22.

Tabla 22. *Tasa interna de retorno*

Tasa interna de retorno						
Inversion	Flujo operacional 1	Flujo operacional 2	Flujo operacional 3	Flujo operacional 4	Flujo operacional 5	TIR
-18.606.870	1.619.065	13.140.477	24.229.130	37.255.744	46.261.541	69%

Fuente. *Construcción propia, 2020*

13. Conclusiones

Luego de haber realizado las diferentes proyecciones, para determinar la viabilidad de la creación de una empresa de ecoturismo en el Municipio de Silvia Cauca se puede observar:

- El plan de negocios se desarrolló de acuerdo a la identificación de los marcos normativos para la creación de una empresa dedicada el turismo, al estudio de mercado, a un plan de mercado y financiero, construido desde unas proyecciones a 5 años.
- Los resultados del análisis financiero permitieron concluir que el plan de negocios es viable, ya que se está viendo una recuperación y utilidad a lo largo de los cinco años.
- A través del estudio financiero se determinó que es viable en cuanto a rentabilidad ya que presenta una TIR y un VPN positivo, además cumple con el punto de equilibrio.
- En el estudio de mercado se observó que a nivel municipal se encuentra el desarrollo del Clúster de turismo, que propone un desarrollo sostenible de la actividad turística, determinando las potencialidades y los retos del Municipio e incentiva a las entidades públicas y privadas a participar en un proceso compartido para desarrollar la actividad turística de la ciudad. (UAEMex, 2016).

14. Recomendaciones

- Buscar fuentes de financiamiento por parte del sector público, para buscar el desarrollo del Municipio de Silvia Cauca, y crear nuevas oportunidades de empleos.
- Realizar un estudio de mercado completo, para atraer más tipos de clientes no solo nacionales, sino también para clientes internacionales, buscando que el municipio se convierta en un lugar atractivo para los extranjeros.

15. Referencias bibliográficas

PetraO. (2013). Teoría del desarrollo sustentable. recuperada de:

<https://www.clubensayos.com/Psicolog%C3%ADa/TEOR%C3%8DA-DEL-DESARROLLO-SUSTENTABLE/620084.html>

www.mincetur.gob.pe/TURISMO/ESTADISTICA/terminologia.htm.

Es.wikipedia.org/wiki/Excursionista

Nathalie Alejandra Ruiz Carlosam, Trabajo de grado, Universidad Icesi, Colombia

Es.wikipedia.org/wiki/Ecoturismo

Fernandez V. Ministerio de comercio, industria y turismo ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo territorial (2003). Política para el desarrollo del ecoturismo

Recuperada de:

https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2003/POLITICA_PARA_EL_DESARROLLO_DEL_ECOTURISMO.pdf

Secretaria de turismo (2014). Como se desarrolla un proyecto de ecoturismo. (segunda edición). México DR. impreso y Hecho en México

Recuperada de:

https://www.academia.edu/4532024/C%C3%B3mo_desarrollar_un_proyecto_de_ecoturismo?auto=download

Fondo de promoción turística Colombia (2012). Plan de Desarrollo Turístico para el Departamento del Cauca. Documento Diagnostico Turístico del Cauca recuperado de:

<http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2e8373a6-ab23-49db-95e3-85421e65a07d>

Vallejo F (2010). “Marco de referencia para la gestión del ecoturismo en Pereira.”. Tesis de pregrado. Universidad tecnológica de Pereira. Recuperado de:

<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/1297/3384791V182.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Francisco Orgaz Agüera, tesis doctoral, Universidad de Sevilla, España.

Vanegas G. (2006). Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible. Antioquia-Colombia. 1°. Proyecto de monografía ,2007Recuperado de:
<http://bibliotecadigital.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>

58973, P. t.-R. (2018). *Nakku posada turistica* . Obtenido de <https://posadanakku.com/wp/>

Erazo Muyulema, S. V. (2 de JUNIO de 2011). *Diseño de un Proyecto Ecoturístico en la comunidad El Altar, cantón Penipe, provincia de Chimborazo*. Obtenido de

<http://201.218.5.85/handle/123456789/634>

Ivanova, E. A. (2012). *EL ECOTURISMO COMUNITARIO COMO VÍA DE DESARROLLO LOCAL SUSTENTABLE PARA EL EJIDO BENITO JUAREZ EN LAGUNA OJO DE*

LIEBRE B.C.S. Obtenido de <https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2014/03/TESIS-Ram%C3%ADrez-Ivanova-Ekaterine-Ambar-1.pdf>

jacobo, j. a. (2013). *el ecoturismo como impulsor del desarrollo sustentable*. Obtenido de universidad nacional autonoma de mexico :

<http://132.248.9.195/ptd2014/enero/0707347/0707347.pdf>

luindia, l. a. (2017). *ecoturismo indigena* . Quito-Ecuador : 1°.Ed.-Quito: Abya-Yala,2007 216 p.; 21.5x15.5cm. ISBN 978-99978-22-702-2. Obtenido de

https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1172&context=abya_yala

Silvi, A. M. (08 de 2018). *Municipio de Silvia*. Obtenido de <http://www.silvia-cauca.gov.co/tema/municipio>

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9400/tesis491.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

https://fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2003/POLITICA_PARA_EL_DESARROLLO_DEL_ECOTURISMO.pdf

https://www.cccauca.org.co/sites/default/files/imagenes/doc_cluster_de_turismo_en_el_cauca_2018_vf_2.pdf

