

| | | | | | | | |
|---|---|----------------|----------|-----------------|-------------|---------------|---|
|  | GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS | | | | | |    |
| | CARTA DE AUTORIZACIÓN | | | | | | |
| CÓDIGO | AP-BIB-FO-06 | VERSIÓN | 1 | VIGENCIA | 2014 | PÁGINA | 1 de 2 |

Neiva, 10 de Noviembre de 2015

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

YERLY PATRICIA ROJAS VILLAMIL,

con C.C. No. 1075225189

autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado

titulado **ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA OPERADORA DE ECOTURISMO EN EL HUILA**

presentado y aprobado en el año 2015 como requisito para optar al título de

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS;

autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales “open access” y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.

- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.

- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

| | | | | | | | |
|---|---|----------------|----------|-----------------|-------------|---|---------------|
|  | GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS | | | | |    | |
| | CARTA DE AUTORIZACIÓN | | | | | | |
| CÓDIGO | AP-BIB-FO-06 | VERSIÓN | 1 | VIGENCIA | 2014 | PÁGINA | 2 de 2 |

EL AUTOR/ESTUDIANTE: YERLY PATRICIA ROJAS VILLARREAL



Firma: _____

| | | | | | | | |
|---|---|----------------|----------|-----------------|-------------|---------------|---|
|  | GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS | | | | | |    |
| | DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO | | | | | | |
| CÓDIGO | AP-BIB-FO-07 | VERSIÓN | 1 | VIGENCIA | 2014 | PÁGINA | 1 de 4 |

TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA OPERADORA DE ECOTURISMO EN EL HUILA

AUTOR O AUTORES: YERLY PATRICIA ROJAS VILLAMIL

| Primero y Segundo Apellido | Primero y Segundo Nombre |
|----------------------------|--------------------------|
| ROJAS VILLAMIL | YERLY PATRICIA |

DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:

| Primero y Segundo Apellido | Primero y Segundo Nombre |
|----------------------------|--------------------------|
| MENDEZ LOZANO | RAFAEL |

ASESOR (ES):

| Primero y Segundo Apellido | Primero y Segundo Nombre |
|----------------------------|--------------------------|
| ANTURI NUÑEZ | FIDERNANDO |
| DUCUARA MANRIQUE | ALBERTO |

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: ADMINSTRADOR DE EMPRESAS

FACULTAD: ECONOMIA Y ADMINISTRACION

PROGRAMA O POSGRADO: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CIUDAD: NEIVA

AÑO DE PRESENTACIÓN: 2015

NÚMERO DE PÁGINAS: 66

TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS

DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO



CÓDIGO

AP-BIB-FO-07

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

2 de 4

Diagramas___ Fotografías X__ Grabaciones en discos___ Ilustraciones en general X_ Grabados___
Láminas___ Litografías___ Mapa X__ Música impresa___ Planos___ Retratos___ Sin ilustraciones___ Tablas
o Cuadros X_

SOFTWARE requerido y/o especializado para la lectura del documento:

MATERIAL ANEXO:

PREMIO O DISTINCIÓN (*En caso de ser LAUREADAS o Meritoria*):

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:

| <u>Español</u> | <u>Inglés</u> | <u>Español</u> | <u>Inglés</u> |
|----------------|---------------|------------------|---------------|
| 1. TURISMO | TOURISM | 6. EMPRESA | COMPANY |
| 2. ECOTURISMO | ECOTOURISM | 7. ECONOMIA | ECONOMY |
| 3. OPERADOR | OPERATOR | 8. MERCADO | MARKET |
| 4. POTENCIAL | POTENTIAL | 9. INTERNACIONAL | INTERNATIONAL |
| 5. DESTINO | DESTINATION | 10. DESARROLLO | DEVELOPING |

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

Con el ánimo de aprovechar el potencial turístico con el que cuenta el departamento del Huila y respondiendo a la iniciativa “de convertir al Huila en el primer destino turístico ecológico y cultural para el mercado doméstico e internacional” surge esta iniciativa, en la cual se evalúa la prefactibilidad de crear un operador turístico con énfasis en ecoturismo, pretendiendo hacer un aporte significativo a la economía huilense.



GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS

DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO



CÓDIGO

AP-BIB-FO-07

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

3 de 4

Empty box for the description of the thesis or degree work.

ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

In an effort to exploit the tourism potential that has Huila and responding to the initiative " to turn the Huila in the first ecological and cultural tourism destination for domestic and international market " comes this initiative, which is evaluated the feasibility of creating a tour operator with an emphasis on ecotourism, pretending to make a significant contribution to the economy Huila.



GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS

DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO



CÓDIGO

AP-BIB-FO-07

VERSIÓN

1

VIGENCIA

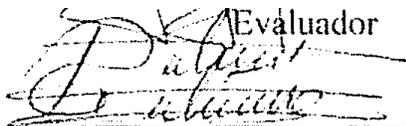
2014

PÁGINA

4 de 4

APROBACION DE LA TESIS

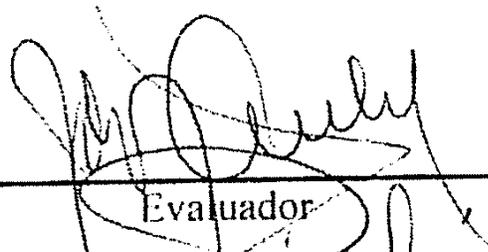
Nombre Presidente Jurado: **PATRICIA GUTIERREZ PRADA**


Evaluador

Presidente del acto de sustentación

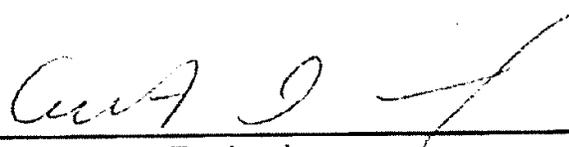
Firma:

Nombre Jurado: **FIDERNANDO ANTURI NUÑEZ**


Evaluador

Firma:

Nombre Jurado: **ALBERTO DUCUARA MANRIQUE**


Evaluador

Firma:

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
OPERADORA DE ECOTURISMO EN EL HUILA**

YERLY PATRICIA ROJAS VILLAMIL

COD: 2007167417

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
NEIVA
2015**

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
OPERADORA DE ECOTURISMO EN EL HUILA**

YERLY PATRICIA ROJAS VILLAMIL

COD: 2007167417

**Trabajo de Grado presentado para obtener el Título de
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**Asesor
Ing. Rafael Méndez Lozano**

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
NEIVA
2015**

Nota de aceptación:

Coordinador del programa

Director del proyecto

Neiva, 10 de Noviembre de 2015

DEDICATORIA

**A Dios,
Que me nutrió de fuerza
Y entendimiento,
A mi familia,
Por su apoyo incondicional y a
Alguien muy especial quien
Siempre estará en mi corazón.**

Yerly Patricia

CONTENIDO

| | pág. |
|--|-----------|
| INTRODUCCIÓN | 9 |
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 10 |
| 1.1 DESCRIPCIÓN | 11 |
| 1.2 FORMULACIÓN | 12 |
| 2. JUSTIFICACIÓN | 14 |
| 3. OBJETIVOS | 17 |
| 3.1 OBJETIVO GENERAL | 17 |
| 3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 17 |
| 4. MARCO DE REFERENCIA | 18 |
| 4.1 MARCO CONCEPTUAL | 18 |
| 4.2 MARCO CONTEXTUAL | 20 |
| 4.3 MARCO LEGAL | 27 |
| 5. DISEÑO METODOLÓGICO | 29 |
| 5.1 TIPO DE ESTUDIO | 29 |
| 5.2 HIPÓTESIS | 29 |
| 5.3 VARIABLES | 29 |
| 6. ESTUDIO DE MERCADO | 31 |
| 6.1 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO | 31 |
| 6.1.1 Caracterización del servicio | 31 |
| 6.1.2 Análisis de la demanda | 32 |
| 6.1.3 Análisis de la oferta | 37 |
| 6.1.4 Análisis de la competencia | 39 |
| 6.1.5 Análisis del mercado meta | 41 |
| 6.1.6 Proveedores | 41 |
| 6.1.7 Comercialización | 43 |
| 7. ESTUDIO TÉCNICO | 44 |
| 7.1 TAMAÑO DEL PROYECTO | 44 |
| 7.2 ESTRUCTURA GENERAL DEL PROYECTO | 44 |
| 7.3 LOCALIZACIÓN | 45 |
| 8. ESTUDIO FINANCIERO | 46 |
| 8.1 INVERSIONES | 46 |

| | |
|---|-----------|
| 8.2 COSTOS VARIABLES Y GASTOS FIJOS | 47 |
| 8.3 COSTOS DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO | 48 |
| 8.4. PREVISIÓN DE INGRESOS | 48 |
| CONCLUSIONES | 51 |
| RECOMENDACIONES | 52 |
| BIBLIOGRAFÍA | 53 |
| ANEXOS | 57 |

LISTA DE CUADROS

| | pág. |
|--|-------------|
| Cuadro 1. Operacionalización de las variables | 30 |
| Cuadro 2. Población departamento del Huila | 33 |
| Cuadro 3. Los sectores económicos y su participación en el Huila | 34 |
| Cuadro 4. Actividades no ofrecidas en el destino y que quisieran encontrar | 36 |
| Cuadro 5. Prestadores servicios turísticos en el Huila a 2012 según RNT | 39 |
| Cuadro 6. Establecimientos de turismo matriculados en la CCN | 40 |
| Cuadro 7. Comparativo de hoteles y alojamientos RNT – CCN | 41 |
| Cuadro 8. Comparativo infraestructura turística Neiva – Pitalito | 45 |
| Cuadro 9. Inversiones apertura oficina | 46 |
| Cuadro 10. Costos variables | 47 |
| Cuadro 11. Gastos fijos anuales estimados | 47 |
| Cuadro 12. Salarios planta de personal | 48 |
| Cuadro 13. Estimación de ingresos por actividad | 49 |
| Cuadro 14. Estado de resultados proyectado para punto de equilibrio | 49 |
| Cuadro 15. Flujo de efectivo anual proyectado | 50 |

LISTA DE FIGURAS

| | pág. |
|--|-------------|
| Figura 1. El Huila en Colombia | 11 |
| Figura 2. Tasa desempleo en Neiva en contraste con otras ciudades del país | 12 |
| Figura 3. Estructura turística del Huila | 25 |
| Figura 4. Estructura general del proyecto | 45 |

INTRODUCCIÓN

Con el ánimo de aprovechar el potencial turístico con el que cuenta el departamento del Huila y respondiendo a la iniciativa “de convertir al Huila en el primer destino turístico ecológico y cultural para el mercado doméstico e internacional” surge esta iniciativa, en la cual se evalúa la factibilidad de crear un operador turístico con énfasis en ecoturismo, pretendiendo hacer un aporte significativo a la economía huilense.

El departamento del Huila se ha venido quedando en la expansión comercial de la región, incluyendo con miras al sector turístico, pero quizás debido a la falta de interés de los dirigentes públicos, no se aprecian proyectos bien estructurados que despierten el interés de posibles patrocinadores, en lo referente al potencial ecoturístico; es por eso que esta investigación recuerda las fortalezas y debilidades que presenta el departamento en este renglón de la economía, apuntándole a la prefactibilidad de la conformación de una empresa que promueva el turismo ecológico, paralelo al turismo cultural.

En este sentido, aquí se expone una propuesta de análisis de desde las perspectivas de mercado, técnicas y financieras que presenta el contexto huilense, frente al potencial ecoturístico, con estrategias empresariales que permitan a futuro aprovechar al máximo las riquezas naturales y el talento humano con el que cuenta el departamento; esta región que comienza a preocuparse cada vez más por la economía propia, no puede pasar por alto su papel frente a esta opción de crecer social y económicamente. Diagnosticar la viabilidad de las operadoras de ecoturismo, es un ejercicio con el que se puede estar motivando a los sectores gubernamentales y privados, a favorecer la actividad turística de esta parte del país, siendo la modalidad del ecoturismo una opción completamente viable económica y socialmente.

El estudio de mercado, el análisis técnico y financiero, demuestran que el negocio de operador ecoturístico puede ser viable; sin embargo, los costos de intermediación en lo que respecta al servicio de hospedaje, transporte y alimentación cuando no son propios, pueden afectar su sostenimiento y crecimiento, si no se cuenta con la suficiente producción de paquetes turísticos y con estrategias comerciales adecuadas.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Desde hace apenas unas décadas, la cultura de las Organizaciones señala cambios en lo relacionado con la formalización de empleo y la creación de empresas. Atrás ha quedado la idea de contar con profesionales para que se sumen a la masa de personas que buscan un puesto de trabajo, con una hoja de vida bajo el brazo y golpeando puertas para lograr ocupar una vacante. Una nueva visión empresarial se ha venido gestando cada vez con más fuerza, y es el emprendimiento.

El Gobierno Nacional ha contribuido con la cultura del emprendimiento empresarial a través del impulso que desde la educación le ha venido inyectando, no solo en carreras universitarias sino también a través del SENA, las Cajas de Compensación Familiar y las Cámaras de Comercio.

Colombia es un país de inmensos recursos y oportunidades, suficientes como para desbordar en iniciativas empresariales. La amplia gama de sectores económicos, la pluralidad de gustos en la gente, los diferentes marcos geográficos, y hasta la diversidad de climas, son variables que hacen un ambiente propicio para el emprendimiento empresarial.

Se requiere desde luego, contar con un propósito claro, un estudio de mercado y análisis de factibilidad, pero ante todo, convencimiento, iniciativa y perseverancia, especialmente para afrontar los retos del mercado: competitividad, calidad y una clientela satisfecha. El sostenimiento de cualquier empresa sin importar el sector en el que desarrolle su actividad, viene dado en gran medida por estos factores.

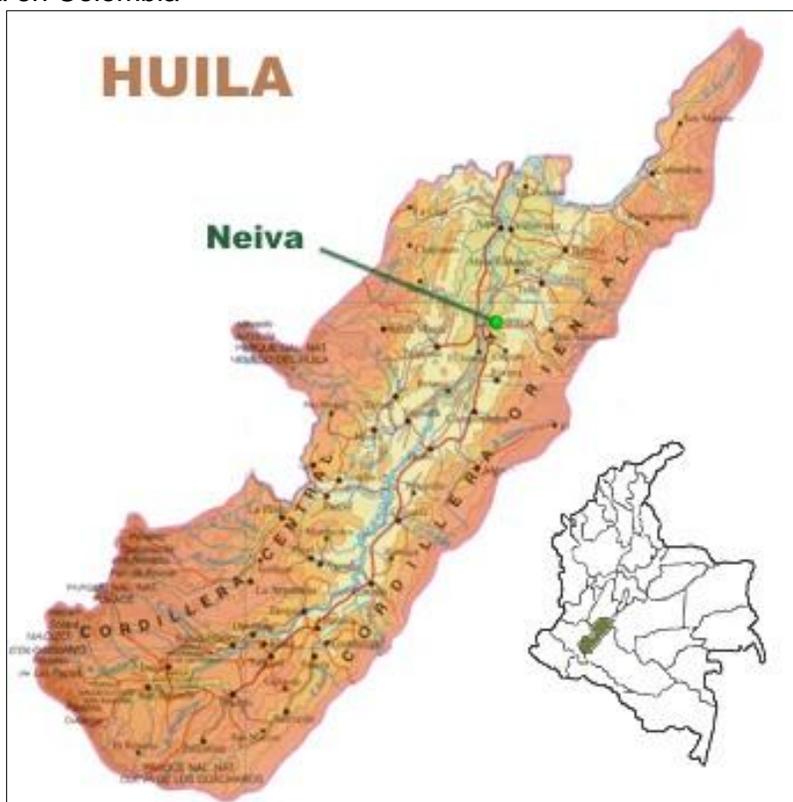
A la hora de pensar en la creación de una empresa, se hace indiscutible iniciar por la identificación de los potenciales de la región en donde se ha de desarrollar la actividad empresarial. Ello exige un conocimiento del sector económico que mueve la región y un análisis de las necesidades de la población. El aspecto técnico, normativo y financiero son las herramientas que ayudan a darle forma a la empresa. De ahí que estudiosos como Molina, insistan en que el desarrollo del turismo asume la aplicación de mejoras en las capacidades de las organizaciones¹.

El Huila (Figura 1), por ejemplo, es un departamento de economía agrícola habitantes, “con una población total proyectada a 2013 de 1.126.316 de los cuales 565.329 son

¹ Cfr. Molina, S. (2007). Fundamentos del nuevo turismo de la fase industrial a la de innovación. México, D.F.: Trillas

hombres (50,2%) y 560.987 mujeres (49,8%)²; pero es una reconocida región de contrastes, ubicada al Sur de Colombia, en medio de las Cordilleras Central y Oriental, con casi 20.000 km², permite apreciar nieves perpetuas que coronan el Nevado del Huila, hasta el Desierto de La Tatacoa³. A raíz de dichos contrastes topográficos y ambientales, es que precisamente se potencializa el abanico de posibilidades para ofrecerle a los propios habitantes, como a los visitantes, una nueva alternativa de turismo.

Figura 1. El Huila en Colombia



Fuente: Página Web oficial del Huila

Los visitantes resaltan de los habitantes del Huila el espíritu emprendedor que ha generado progreso, con el aprovechando de los recursos naturales. Es un pueblo que invita a disfrutar sus tradiciones ancestrales y sus creencias populares que se manifiestan en la alegría de sus fiestas regionales, en la variedad de su artesanía y su cocina típica y en el legado cultural que dejaron sus ancestros⁴.

² Cifras DANE año 2005, citadas por Vieda, J. C. Q., López, H. C., Andrade, Y. B. R., de la Torre, J. R., & González, M. L. S. 2015. Diagnóstico situacional de las condiciones más importantes y necesarias para la implementación de Redes Integradas de Servicios de Salud (RISS) basadas en Atención Primaria en Salud (APS) en el departamento del Huila. *Revista Entornos*, 27(1), 66-88.

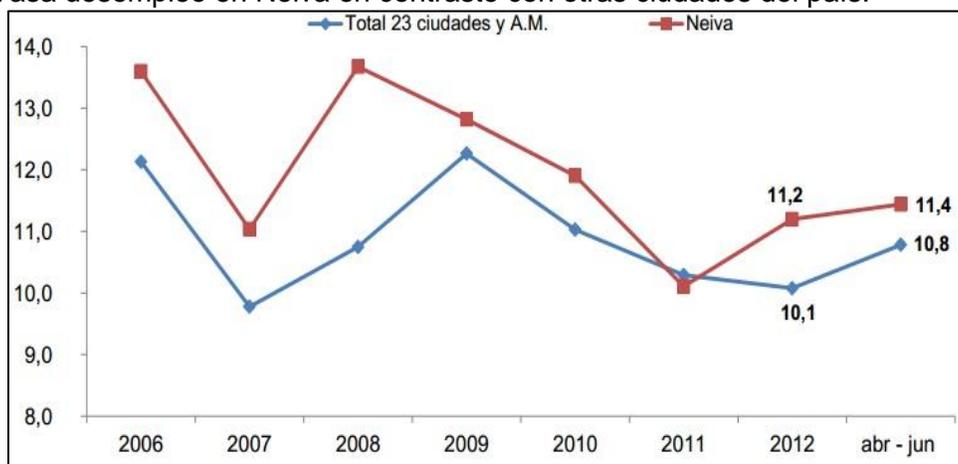
³ GOBERNACIÓN DEL HUILA. Información general del departamento del Huila. Conoce el Huila. (s.f.) Recuperado el 15 de enero de 2014, en línea: http://www.huila.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=6989&Itemid=13

⁴ CASTILLO, Magaly. Plan de negocio Eco-Turismo del Huila EU. Neiva, Universidad EAN, 2013. p. 14

Su capital, Neiva, es apenas una ciudad intermedia a nivel nacional en la que se ha venido acrecentando en los últimos años el comercio ofrecido en amplias superficies (almacenes de cadena), surge en contraste con la vasta economía informal de tenderos que inundan el centro de la ciudad. La construcción de viviendas residenciales, ha tenido también un desarrollo importante en la capital, incluso para los estratos más altos. Neiva se destaca también a nivel nacional por su Reinado Nacional del Bambuco, sus tradiciones folclóricas y gastronómicas; en sí, a su alrededor descubre el turismo que jalonan las demás poblaciones del departamento. De hecho, es el único departamento en el país que cuenta con cinco Parques Nacionales Naturales. Su condición geográfica con un embalse hidroeléctrico y otro en desarrollo, zonas montañosas, paisajes exuberantes como el desierto, y ríos de caudal torrentoso, lo convierten en un escenario ideal para la práctica de deportes extremos. Aun así, es un territorio en donde se están haciendo pocos esfuerzos por divulgar la riqueza natural con la que cuenta; esfuerzos que al ser materializados,

Por otra parte, según los últimos indicadores de mercado laboral registrados también por el DANE, el Huila ocupa una intermedia posición, y aun así, su nada alentadora tasa de desempleo es de 8,7%, mientras que en su capital, Neiva, es del 11,4% (Figura 2). (Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE, 2013)

Figura 2. Tasa desempleo en Neiva en contraste con otras ciudades del país.



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), 2013.

Lo cierto es que “el departamento del Huila se caracteriza por su riqueza en fuentes hídricas, por la hermosura de sus paisajes y por los ecosistemas subterráneos que dentro de él se encuentran, es por esto que se consideran municipios con potencial ecoturístico y de aventura”⁵, aun así, la creación y sostenimiento de operadoras de ecoturismo en el departamento, es limitada.

⁵ Ibíd. p. 14

1.2 FORMULACIÓN

Como se dijo anteriormente, la identificación de los potenciales de una región ayudan a determinar un buen proyecto de emprendimiento empresarial. Al observar los recursos que tiene el departamento del Huila, el desarrollo turístico resulta atractivo, considerando que en la actualidad mundial, la generación de nuevas experiencias en la gente, ha despertado un interés generalizado por viajar, conocer otras culturas y vivir experiencias que se conservan en el recuerdo como algo grato. Y el Huila es definitivamente un escenario ideal para el turismo, brindando además todo tipo de posibilidades y alternativas de acuerdo al gusto del turista, desde paisajes naturales, sitios de relajación, parques temáticos, exploración, arqueología e incluso la práctica de deportes extremos. La mezcla de esta diversidad de experiencias con el toque autóctono de la región huilense representado en sus comidas típicas, sus tradiciones y fiestas *sampedrinas* hacen del departamento una región que se identifica culturalmente a nivel nacional, y del turismo, una oportunidad de negocio indiscutible.

Con base en el anterior planteamiento, surge el cuestionamiento sobre cómo enlazar este potencial turístico con un proyecto de emprendimiento, y surgen las siguientes preguntas, enmarcadas en una investigación de corte descriptivo-analítico:

- ¿Cuáles son las perspectivas del departamento del Huila como destino turístico?
 - ¿Está monopolizada la gestión turística en el departamento del Huila?
 - ¿Qué tan viable puede ser la creación de una operadora de turismo en el Huila como proyecto de emprendimiento?
 - ¿Puede generarse más demanda de turistas en el Huila?
 - ¿Conviene crear una empresa operadora de turismo enfocada a cierto tipo de turismo?
- El turismo como sector económico, ¿encaja dentro de las posibilidades de un emprendimiento empresarial?

Luego de analizar estos interrogantes, se concluye que la pregunta que mejor enfoca el emprendimiento empresarial, es su viabilidad, por consiguiente, ¿Qué tan viable puede ser la creación de una operadora de turismo en el Huila?, define este propósito.

2. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación descriptiva-analítica, podrá determinar la prefactibilidad para la creación de una operadora de ecoturismo en el Huila. El ecoturismo visto en su contexto más amplio, es uno de los servicios que mayor crecimiento ha mostrado a nivel de todo el planeta. La razón de ello es que las civilizaciones son dinámicas y han venido mostrando un creciente interés por vivir nuevas experiencias, accionar reflejado en los deseos de lograr realizar excursiones, visitas a un centro recreativo o un simple recorrido por sitios nuevos en donde además de “recrear” la vista, se pueden vivir experiencias diferentes, fomentando sentimientos y emociones que hoy son considerados parte de una vida saludable.

De acuerdo a estadísticas de la Organización Mundial de Turismo (OMT), en 2010 el flujo turístico internacional se reactivó con fuerza en todo el mundo, al aumentar en un 6.6% las llegadas de turistas internacionales (respecto a 2009) y de un 4.4% para el año 2011, hasta alcanzar los 980 millones de turistas (OMT, 2011)⁶.

En estos términos, el turismo se suma a la gran demanda de consumidores, más aún cuando se descubren potenciales turistas ávidos de experimentar cosas nuevas, hallando en el turismo ecológico y de aventura, una significativa respuesta:

El documento “plan sectorial de turismo 2003 – 2006” contempla la visión 2020 para el sector turismo, en la cual el ecoturismo, siguiendo las tendencias internacionales, es uno de los siete productos fundamentales en los cuales el país concentrará sus esfuerzos en las próximas décadas⁷.

La recreación y el sano esparcimiento, se han convertido además en parte de la canasta familiar del consumidor. “La cultura ecoturística para la preservación y aprovechamiento de los recursos naturales”⁸, promete espacios familiares, de recreación y esparcimiento. Incluso el Estado colombiano abandera la Recreación como un derecho fundamental, tal como lo refiere en el artículo 44 de la Constitución Política (título 2 – de los derechos, las garantías y los deberes / capítulo 2 – de los derechos sociales, económicos y culturales):

Artículo 44: Son derechos fundamentales de los niños: la vida, la integridad física, la salud y la seguridad social, la alimentación equilibrada, su nombre y nacionalidad, tener una familia y no ser separados de ella, el cuidado y el amor, la educación y la cultura, la recreación y la libre expresión de su opinión⁹.

Complementa el artículo 52 de la misma Carta Magna:

⁶ PÉREZ, Juan Carlos, DE LA O BURROLA, Verónica. Crisis económica internacional y turismo en México: impacto y alternativas para los destinos turísticos de playa. The International Crisis of the Economy and Tourism in Mexico: Impacts and Alternatives for the Beach Touristic Destinations. En línea: <http://xivrem.ujaen.es/wp-content/uploads/2012/05/67-R-044M204.pdf>

⁷ Op. Cit. CASTILLO, p. 25

⁸ Ibíd. p. 16

⁹ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA, 2002. Bogotá D.C., Colombia: ed. Lito Imperio

Artículo 52: El ejercicio del deporte, sus manifestaciones recreativas, competitivas y autóctonas tienen como función la formación integral de las personas, preservar y desarrollar una mejor salud en el ser humano. El deporte y la recreación, forman parte de la educación y constituyen gasto público social. Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El Estado fomentará estas actividades e inspeccionará, vigilará y controlará las organizaciones deportivas y recreativas cuya estructura y propiedad deberán ser democráticas¹⁰.

La recreación es entonces, uno de los principales propósitos del Estado Colombiano; una de las necesidades básicas de la población, como quiera que hace parte del desarrollo integral de la persona, y es, paralelamente, el eje en el que se mueve el negocio del turismo.

Por fortuna, Colombia y el departamento del Huila, gozan de una riqueza turística que contribuye a los propósitos de la recreación. Este departamento goza de “excelente posición geográfica (articulación eco-turística de sur a norte por el río Magdalena)”¹¹, y “cuenta con una gran diversidad de parques arqueológicos, fuentes hidrográficas, cuevas y altas montañas, óptimas para los deportes extremos”¹².

En el contexto general, se evidencia claramente que el turismo es no solo un sector económico en creciente desarrollo, que además goza del apoyo del Estado entendiéndose como una vía al progreso regional y al desarrollo integral de las personas y su calidad de vida, sino también una fuente de trabajo para las grandes, pequeñas y medianas empresas, donde pueden converger los sueños de otro tanto de emprendedores. Con este marco optimista, solo queda revisar las posibilidades en el mercado local; esto es, su viabilidad en el Departamento del Huila, que es justamente, el foco en el que se concentra la investigación.

Como se verá en el marco referencial, el Huila cuenta con diversos lugares para vacacionar y generar experiencias, por lo cual se cumplen las expectativas de realizar un proyecto de operador ecoturístico en la región. La oficina central sería en Neiva, pues siendo la capital, se facilitan la logística y la gestión de la Gerencia no solo en los aspectos propios del negocio, sino también en los asuntos legales y de otra índole. Además, en Neiva se concentra casi el 50% de la población del departamento y es el epicentro turístico de los turistas de otras regiones de Colombia e incluso del extranjero.

Sin embargo, otra alternativa para sentar la operadora de turismo, es en Pitalito; segunda ciudad del Huila y centro turístico del sur del departamento. Sus artesanías son el *souvenir* preferido de los viajeros; además, es punto de encuentro para los turistas que acuden al Parque Arqueológico de San Agustín, estrecho del Magdalena, saldo de Bordones y otras zonas y municipios aledaños.

¹⁰ CASTILLO, Op.cit. p. 25

¹¹ Ibíd, p. 17

¹² Ibíd, p. 17

Con el fin de brindar una opción alternativa a la población, la operadora de turismo se ha pensado orientar o especializar en la actividad turística de aventura, siendo diferente a la agencia de turismo tradicional, lo que puede fácilmente convertirse en una ventaja competitiva. Por ello, la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO) y la Organización Mundial del Turismo (OMT), ya hablan de un turismo competitivo: “La inversión en capital humano es un elemento fundamental para la creación y sostenimiento a largo plazo de ventajas dinámicas, ofreciendo un amplio potencial de desarrollo para el sector turístico”¹³.

Los requisitos legales para constituir una empresa operadora de turismo son sencillos: registro en la Cámara de Comercio y solicitud de licenciamiento inscribiéndose en el Registro Nacional de Turismo. No hay requisitos que exijan un monto mínimo de capital social, por lo que es suficiente un presupuesto que permita iniciar el funcionamiento y el cubrimiento de costos fijos (capital de trabajo). Se acepta cualquier tipo de sociedad.

Además de las facilidades en el aspecto legal y financiero, este proyecto empresarial ofrece múltiples beneficios a la región huilense. Por un lado, fomenta la identidad cultural promoviendo las tradiciones propias del Huila; contribuye al progreso de otros sectores económicos como el comercio, el servicio hotelero y de transporte; propicia ambientes de sano esparcimiento mejorando la calidad de vida de las personas y sus familias; impulsa el sostenimiento, desarrollo y el fortalecimiento de los sitios turísticos; patrocina la protección al medio ambiente, e incentiva a los gobernantes de turno y a la empresa privada para que apoyen las actividades de recreación y sano esparcimiento como una cultura ciudadana y como una oportunidad de crecimiento y progreso regional. No hay que dejar de lado que “es este sector uno de los mayores dinamizadores de la economía”¹⁴.

¹³ Según la Presidenta de ANATO, Paula Cortés Calle, en línea: <http://www.anato.org/index.php/vitrina/505-anato-y-omt-realizaran-segundo-ciclo-de-seminarios-sobre-productos-turisticos-especializados>

¹⁴ GOBERNACIÓN DEL HUILA. Plan de desarrollo del Huila. Neiva. 2012. p. 195.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Diagnosticar la viabilidad de la creación de una empresa operadora de ecoturismo alternativo en el departamento del Huila, aprovechando los recursos y las opciones que brinda la región.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las opciones de ecoturismo que ofrece el departamento del Huila en la actualidad.
- Realizar un estudio de mercado en términos de oferta y demanda, para apreciar la factibilidad de una empresa operadora de ecoturismo en el Huila.
- Identificar los requerimientos de tipo financiero que se deben considerar para crear una empresa operadora de ecoturismo dentro del departamento del Huila.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 MARCO CONCEPTUAL

Para que la autora se apropiara de la estrategia propuesta a través de su investigación, se acerca con mayor ahínco a los siguientes referentes conceptuales, iniciando con la definición conceptual de Turismo y de Ecoturismo. Para ello, se acoge a una de las innumerables definiciones encontradas en la revisión literaria, y de inmediato, otras expresiones y otros términos que se le relacionan entre sí.

Turismo. Se considera Turismo el conjunto de todas las 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 motivos¹⁵.

Ecoturismo. Junto con el turismo de aventura y el turismo rural, es una categoría y segmentación del turismo alternativo. La Secretaría de Turismo considera al ecoturismo como un producto turístico dirigido a turistas que disfrutan de la Historia Natural y que desean apoyar y participar activamente en la conservación del medio ambiente. Lo define como: “Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través de la interacción con la misma, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”¹⁶.

El ecoturismo consiste en visitas a las áreas geográficas relativamente inalteradas, con la finalidad de disfrutar y apreciar sus atractivos naturales y culturales, por medio de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y además propicia la participación activa de las poblaciones locales en los procesos de planificación en la distribución de sus beneficios. Ello, “con criterios proteccionistas y conservacionistas”¹⁷. En otras palabras, un turismo que “incorpora actividades de contacto con la naturaleza y aventura”¹⁸ y con el cual se “aproveche el recurso natural, paisajístico y artesanal de una localidad”¹⁹ (Anexo A).

¹⁵ HERRERA, S. I., NAJAR RUIZ, P. J., LEDESMA, E., & ROCA BADO, S. Sistema de Información Móvil para Turismo Receptivo. 2012. Brasil: Revista *Gestao e Conhecimento*, Edición Especial, Anales del, 8.

¹⁶ ÁLVAREZ, G., RODRÍGUEZ, N., VÁSQUEZ, G. DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE EN LA ZONA SIERRA DE BAHÍA DE BANDERAS. *Estudios Organizacionales*. Red nacional de Administración de Negocios. México: 2012. p.17

¹⁷ FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CAFAM. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA, UNIÓN TEMPORAL TURISMO HUITONAVA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012. p.160.

¹⁸ *Ibíd.*, p. 50

¹⁹ *Ibíd.*, p. 135

Turismo Recreativo. El turismo recreativo no es otra cosa que el turismo convencional, es decir, los viajes que realiza la gente con fines de descanso, de orden médico, de recreación y esparcimiento, etc., sin otros fines que despejarse del estrés cotidiano, descansar, conocer otros sitios, en fin, vacacionar.

Turismo Cultural. El Turismo Cultural se define como "Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico

Turismo de aventura. El turismo de aventura tiene como objetivo principal el fomento de las actividades de aventura en la naturaleza, donde se tiene por objeto practicar deportes como rappel, escalada, carreras de aventura o montañismo.

Clúster Turístico. Conjunto de empresas concentradas en un mismo entorno geográfico y que desarrollan una actividad económica similar, donde se podrían definir por servicios (alojamiento, restauración, transporte, turismo cultural, de naturaleza, etc.)

Turismo alternativo. "Se refiere a aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza, y con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales"²⁰.

Turismo rural. Entendiéndolo como una "nueva actividad generadora de rentas para un sector primario deprimido y necesitado de la puesta en marcha de medidas legales y económicas que posibiliten un desarrollo económico en el medio rural"²¹.

Agroturismo. De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), citada por Barrera²², el agroturismo es la actividad que se realiza en explotaciones agrícolas (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios. "En varios países los conceptos de

²⁰ ROBLEDA, M., KEB, R., GUTIERRÉZ, I., MUT, S., & CAAMAL, M. Desarrollo del proyecto Ecoturístico Kaan Aktun en una comunidad rural de Maxcanú Yucatán. In *Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook T-IV: Congreso Interdisciplinario de Cuerpos Académicos* (pp. 152-160). ECORFAN, 2014.

²¹ CUESTA, J. L. G. El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria. *Estudios turísticos*, (132). 1996, p. 45

²² BARRERA, E. *Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. Oficina Internacional del Trabajo, 2006. CINTERFOR/OIT.

turismo rural y agroturismo se consideran como sinónimos y, a menudo, se presenta confusión en la descripción de las ofertas”²³.

Turismo de aventura. Se puede reconocer como una de las modalidades del turismo de naturaleza, junto al turismo rural, al ecoturismo y al “turismo de aventura, pues implican la realización de actividades recreativas en espacios naturales o vinculados con las expresiones culturales de la comunidad, con la intención de favorecer actitudes ambientalmente responsables tanto en la población local, como en las corrientes de turistas y visitantes.”²⁴.

4.2 MARCO CONTEXTUAL

La Gobernación del Huila, La Alcaldía de Neiva y otras alcaldías municipales, e instituciones privadas como la Cámara de Comercio de Neiva, han desarrollado exitosamente proyectos como el Clúster de turismo de la zona norte del Huila, así como el clúster de turismo Territorio Páez del occidente del departamento, la ruta piscícola del Huila y de turismo, apoyados por el Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Comercio Industria y Turismo²⁵.

Y en cuanto eso, se puede empezar por contextualizar la región, recordando que el Departamento del Huila, “se encuentra ubicado al sur del país, en la región andina; hace parte de la cuenca del río Magdalena”²⁶ su capital, Neiva, se halla “a 2° y 55’50” de latitud norte; 1° 12’40” de longitud al occidente del meridiano de Bogotá y 75° 17’31” de longitud al oeste del meridiano de Greenwich, la altura sobre el nivel del mar es de 442 metros, temperatura medio de 28° centígrados; sin embargo en temporadas de verano sobrepasa los 32° centígrados; la extensión de la capital huilense es de 123.707,8 hectáreas”²⁷.

En el último lustro, el departamento del Huila ha venido presentando un crecimiento importante a nivel de infraestructura y centros comerciales de grandes superficies como el San Pedro Plaza, Éxito, Metro, San Juan Plaza, Homecenter, La 14, Centro Comercial Calima, Séptima Avenida y los actuales proyectos de Santa Lucía Plaza Comercial, Unicentro y El Único. El advenimiento de estos almacenes de cadena y el

²³ BLANCO, M., & RIVEROS, H. El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. *Desarrollo de los agros negocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe: conceptos, instrumentos y casos de cooperación técnica*. San José, Costa Rica, 2010: IICA.

²⁴ SERRANO-BARQUÍN, R., PÉREZ-RAMÍREZ, C., MANJARREZ-CAMPOS, É., & GONZÁLEZ-MELGAREJO, L. (2010). Turismo armónico como alternativa sustentable: Para una comunidad en el estado de México. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19(6), 970-993.

²⁵ CÁMARA DE COMERCIO HUILA. Informe de Coyuntura regional. 2013. Neiva. [en línea] https://www.ccneiva.org/imagenes/Image/informe_coyuntura_regional_2013.pdf. [consultada el 12 de junio de 2014]

²⁶ ALCALDÍA DE NEIVA. Plan Integral único de la ciudad de Neiva. Julio de 2011. [en línea] http://www.alcaldianeiva.gov.co/cms/files/gobierno/PIU_NEIVA.pdf [consultada el 2 de junio de 2014]

²⁷ AGENDA AMBIENTAL DEL HUILA. Aspectos Generales del municipio de Neiva. Neiva: 2008, p. 86

asentamiento de cadenas hoteleras internacionales como GHL, indican que el Huila es, hoy por hoy, un atractivo comercial, y un lugar que llama a la inversión. Esta situación actual se mezcla muy bien con el potencial turístico de toda la región recibiendo más de 120.000 turistas al año, de los cuales cerca de 25.000 son extranjeros provenientes de España, Francia y Estados Unidos²⁸.

Por varias razones, el Huila es excelentemente propicio para el turismo: es el único de los 32 departamentos de Colombia que cuenta con cinco parques nacionales, todos los climas y diversidad de accidentes geográficos; no obstante, la base de la economía del departamento es la agricultura, la ganadería y la minería. El Huila posee además los parques arqueológicos de San Agustín, Alto de los ídolos y Alto de Las Piedras, declarados por la UNESCO en 1994 como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad²⁹.

Una particularidad del departamento desde el punto de vista turístico, es que casi toda su extensión reviste de atractivos turísticos. La Directora de COTELCO seccional Huila, Liliana Serrano, apuntaba precisamente: “Huila tiene una característica importante y es que muchos de sus municipios a lo largo del departamento tienen atractivos valiosos y diferentes”³⁰.

En materia de promoción turística, el Departamento no ha contado con los recursos necesarios para impactar el mercado turístico colombiano y mucho menos del exterior, no obstante, con la alianza público – privada ha permitido la participación en algunos eventos feriales, la realización de campañas de corta duración en medios regionales, nacionales e internacionales y *famtours* y *famtrips* que han generado impactos favorables³¹.

Haciendo un recorrido por el mapa geográfico del Huila, se encuentran los principales sitios de interés que se describen a continuación:

Desierto de la Tatacoa. Es un relicto de bosque muy seco tropical, con una extensión de 330 kilómetros cuadrados que alberga en su seno familias cardaceas, avifauna, hermosos paisajes, variadas texturas de piso, yacimientos fósiles del período Mioceno y una cúpula celeste que por su ubicación a 3°17' del ecuador celeste y su baja polución lumínica, se convierte en el escenario privilegiado para la observación astronómica, ejercicio que noche a noche se puede realizar en el Observatorio Astronómico La Tatacoa bajo la orientación de un experto en el tema. Se destaca como área natural protegida y “como punto de partida tanto para proyectos futuros de investigación, ecoturísticos, de planeación estratégica, etc., como para generar, entre los habitantes de la zona, la toma de conciencia sobre la necesidad de su preservación,

²⁸ ALCALDÍA DE NEIVA. Neiva, Ciudad Región. Mapa turístico. (Folleto). Neiva: 2015. 10 p.

²⁹ CUELLAR, Adelaida. Formulación de Plan Estratégico Prospectivo de la oferta ecoturística del clúster ecoarqueológico del sur del Huila. UNAD–FLORIDA. Ibagué, 2011.

³⁰ Cfr. En línea: http://www.larepublica.co/negocio/los-cinco-destinos-que-no-se-puede-perder-si-visita-huila_91931

³¹ GOBERNACIÓN DEL HUILA. PROYECTO PLAN DE DESARROLLO DEL HUILA, Neiva, 2014. p. 128.

aprovechamiento y desarrollo adecuado”³². El desierto de la Tatacoa está ubicado a 40 kilómetros de Neiva, se llega por vía pavimentada.

Fuentes Termales de Rivera. Aguas ricas en minerales, aptas para procesos terapéuticos y cosmetológicos, se pueden disfrutar en balnearios recreativos y de ambiente amigable con la naturaleza. Se ubica en zona rural del municipio de Rivera al suroriente de Neiva a 20 minutos de la capital. Se llega por vía pavimentada³³.

Yaguará. El municipio de Yaguará es puerto sobre el embalse de Betania, un espejo de agua de 8.000 hectáreas. Allí se puede practicar la pesca deportiva y los deportes náuticos. En su entorno se pueden practicar deportes de aventura, como senderismo, espeleología y cabalgata. Adicional a la producción de energía, Betania es el primer productor de mojarra (36.000 toneladas al año surten el mercado nacional), mientras que 3.000 toneladas de filete fresco llegan al mercado norteamericano. Para los turistas de aventura, la cueva El Tigre es un buen escenario para la práctica de la espeleología y otras ramas del turismo de aventura como *sky*, vela, *windsurf*, *kitesurf*, *sunfish*, pesca deportiva, moto náutica, lancha rápida, canotaje y natación en aguas abiertas³⁴. Encontrándose como otros sitios de gran interés, el parque Ángel María Paredes, el *ferry momico*, el charco del bejuco, balneario el caimán, del tomo, las juntas, cueva rica, finca San Pedro, en otros hacen placentero y agradable la visita del turista. Al municipio de Yaguará se llega por vía pavimentada y está ubicada a 50 kilómetros al suroccidente de Neiva³⁵.

Parques temáticos. En el territorio del municipio de Palermo, la Caja de Compensación Familiar del Huila ha construido dos parques temáticos: el parque acuático Playa Juncal y el Parque Extremo Los Lagos. El primero está ubicado a 12 kilómetros de Neiva, y el segundo sobre el kilómetro 2. Se llega por vía pavimentada³⁶.

Zona Arqueológica San Agustín - Isnos – Tierradentro. Esta zona está ubicada a 231 kilómetros al sur de Neiva. A ella se llega por vía pavimentada. En la región se encuentran implantados los Parques Arqueológicos de San Agustín, Alto de Los Ídolos y Alto de Las Piedras, declarados por la UNESCO en 1994 como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad, como ya se dijo. El Parque Arqueológico de Tierradentro está a 180 kilómetros de Neiva por la vía que conduce a Popayán³⁷.

³² Op. Cit. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA, p. 155

³³ *Ibíd.*

³⁴ *Ibíd.* p. 45

³⁵ *Ibíd.*

³⁶ *Ibíd.*

³⁷ *Ibíd.*

Parques Nacionales Naturales. Según el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente (art. 327)³⁸, los Parques Nacionales Naturales (PNN) se definen como el conjunto de áreas con valores excepcionales para el patrimonio natural nacional que, en beneficio de los habitantes de la Nación y debido a sus características naturales, culturales o históricas, han sido reservados y protegidos por el Estado. En el Huila se pueden visitar los siguientes parques: Parque Nacional Natural de Sumapaz al norte del departamento; Parque Nacional Natural Nevado del Huila, al occidente del Huila en la frontera con el departamento del Cauca y Tolima; Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos al sur del Huila; Parque Nacional Natural Puracé, también al sur en el Macizo Colombiano compartiendo extensión con el Cauca.

Petroglifos del municipio de Aipe. La confluencia de la desembocadura del río Patá al Magdalena se dice que fue el punto de encuentro de los nativos que habitaban en tierra fría con los de tierra caliente para realizar intercambios comerciales, rituales y pláticas de amor. A sus vestigios hoy se les denomina como Petroglifos, y es uno de los atractivos turísticos del municipio de Aipe, al norte de Neiva a unos 20 minutos por carretera nacional³⁹.

San Agustín. En el año 2013 al parque Arqueológico de San Agustín, “lo visitaron 69.973 turistas, 62.911 colombianos y 7.062 extranjeros cifra inferior a la registrada en el año 2012 la cual reportó 72.000 visitantes”⁴⁰.

Desde este municipio al sur del departamento, se pueden visitar otros emblemáticos sitios arqueológicos, entre ellos La Chaquira, El Tablón, el Alto de La Pelota y Purutal; también es fácil emprender expediciones a la Laguna de La Magdalena, lugar donde nace el río Magdalena. El estrecho del Magdalena, la Calle de la Locería y el Santuario al Sagrado Corazón de Jesús, son otros sitios turísticos ideales para visitar⁴¹.

Actividades de Aventura que se realizan en el Sur del departamento. En esa zona del Huila, también se practica el **Rafting**; es la modalidad deportiva que consiste en dejarse llevar por la corriente de un río de aguas bravas en este caso el Magdalena, con una embarcación o balsa neumática o "raft" dirigida por un guía que normalmente va en la parte trasera. Los demás participantes a bordo de la embarcación se sitúan en los laterales desde los cuales ayudan al guía a dirigir la balsa⁴².

El **torrentismo** es otra forma de disfrutar la naturaleza; trata de recorrer cañones de ríos y acantilados en las densas selvas y bosques tropicales. Se trata de un deporte

³⁸ Cfr. En línea: http://www.oas.org/dsd/fida/laws/legislation/colombia/colombia_codigo.pdf

³⁹ Op. Cit. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA

⁴⁰ Op. Cit. CÁMARA DE COMERCIO HUILA. p. 26

⁴¹ Op. Cit. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA

⁴² ibíd.

lleno de adrenalina, emociones y aventura, en medio de los densos bosques tropicales y la naturaleza que caracteriza nuestro país⁴³.

En estos términos, San Agustín es un sitio ideal para realizar diferentes clases de actividades, incluyendo a las caminatas ecológicas. También se encuentran cuatro hermosas cascadas ideales para hacer *Rappel* como lo son la Cascada de los tres Chorros, Cascada del Cinco, Cascada del silencio⁴⁴.

Por su parte, los eventos institucionales del Huila, llaman también la atención de visitantes de otras regiones, generando un importante movimiento comercial y hotelero. Algunas son de carácter nacional y otras trascienden solo en el interior del departamento. Ellos son:

Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco: Instituido desde 1960, neivanos y huilenses en general organizan para el puente de San Pedro en el mes de junio, el ya tradicional festival, convirtiéndose en la representación más icónica del folclor huilense. El reinado reúne a las candidatas de los departamentos de Colombia eligiendo aquella que mejor interprete el baile del Sanjuanero Huilense⁴⁵.

Reinado Departamental del Arroz: El municipio de Campoalegre organiza cada año para el puente festivo de agosto, el Reinado Departamental del arroz, en donde participan representantes de los municipios del departamento y se ameniza con bailes, desfiles folclóricos, cabalgatas y jolgorio popular. La candidata que mayor conocimiento del proceso productivo del arroz demuestre, es elegida por el Jurado Calificador⁴⁶.

Reinado Departamental del Turismo: El municipio de Yaguará organiza en el mes de agosto este evento en el que candidatas de diferentes municipios participan en deportes náuticos y desfiles en el embalse de Betania. El Jurado Calificador elige a la candidata que durante la entrevista presente mayor conocimiento de los sitios turísticos del Huila y el valor de su patrimonio natural y cultural⁴⁷.

Reinado Infantil del Sanjuanero Huilense: El municipio de Rivera organiza en el mes de agosto este evento, que es una versión infantil del Reinado Nacional del Bambuco y a escala departamental. Como en el Nacional, se trata de elegir a la representante que mejor interprete el baile del Sanjuanero Huilense. El festival se engalana con desfiles folclóricos, cabalgatas en caballitos de madera y verbenas populares⁴⁸.

⁴³ Ibíd.

⁴⁴ Ibíd.

⁴⁵ Op. Cit. ALCALDÍA DE NEIVA.

⁴⁶ Op. Cit. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA

⁴⁷ Ibíd.

⁴⁸ Ibíd.

Fiestas patronales: Las comunidades católicas celebran con devoción la fiesta de sus santos patronos. Aipe está consagrada a Nuestra Señora de Los Dolores, Neiva a la Inmaculada Concepción, Rivera y Villavieja a la Virgen del Perpetuo Socorro, Yaguará a Santa Ana, y Palermo a Santa Rosalía, de quien se dice que su Gruta es una réplica de su par en Palermo Italia⁴⁹.

Clúster Turístico. El sector turismo en el Huila ha sido dividido en la Agenda Interna en 4 clúster así: 1) El eco arqueológico 2)- El Desierto de la Tatacoa y su área de influencia-3) Neiva ciudad Región 4) Yaguará - Betania. Por su parte la cultura huilense ha labrado un reconocimiento mundial al aportar testimonios líticos importantes como el de la cultura Agustiniense y yacimientos de la fauna fósil del desierto de la Tatacoa (yararaca), atractivos que posibilitan al Huila como un destino turístico nacional e internacional⁵⁰.

Figura 3. Estructura turística del Huila

| No | Ubicación | Clasificación | Condición | Municipios involucrados | Atractivos involucrados | Vocación |
|----|------------------------|---------------|-----------|-------------------------|---|---|
| 1 | Neiva, ciudad región | Clúster | Real | Neiva | Río Magdalena, Catedral de la Inmaculada Concepción, Malecón, Monumento a La Gaitana, Estación del ferrocarril, Ciudad Villamil, Centro Cultural y de Convenciones José Eustasio Rivera, Biblioteca Departamental con los museos: Arqueológico Regional, Jorge Villamil Cordovez, Sanjuanero Huilense, Arte Contemporáneo del Huila. Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco, asado huilense, danza del sanjuanero huilense. | Turismo de negocios, turismo cultural |
| | | | | Palermo | Parques recreativos | Turismo de ocio y recreación |
| | | | | Rivera | Termales de Rivera | Turismo de salud (enfoque hacia bienestar) |
| | | | | Yaguará | Embalse de Betania (deportes náuticos), la cueva del Tigre (espeleología), Cueva del amor | Turismo de naturaleza, turismo náutico |
| 2 | Arqueológico | Clúster | Real | San Agustín | Macizo colombiano, Parque Arqueológico de San Agustín, la Chaquira, la Pelota, el Purutal, Sitio Arqueológico el Tablón, Estrecho del Magdalena, río Magdalena, Parque Museo de Obando, artesanías, gastronomía | Turismo arqueológico, turismo de naturaleza |
| | | | | Isnos | Parque arqueológico Alto de los Ídolos, Alto de las Piedras, salto de Bordones | |
| 3 | Desierto de La Tatacoa | Micro clúster | Real | Villavieja | Museo Paleontológico, Observatorio Astronómico la Tatacoa, PNR Eco región la Tatacoa, Estofado de chivo | Turismo paleontológico y astronómico, Turismo de naturaleza |
| | | | Potencial | Aipe | Arte rupestre, petroglifos, fósiles, Piedra Pintada, Piedras del Callejón y Patá | |
| 4 | Neiva -Tesalia- Paicol | Ruta | Potencial | Tesalia | Haciendas con reconocimiento de patrimonio arquitectónico del Huila (Paisito, el Diamante y Malpaso), Camino Real de Guanacas | Turismo cultural, turismo de aventura |
| | | | Real | Paicol | Río Páez, templo Santa Rosa de Lima, la Caja de Agua | |
| 5 | Neiva-Gigante-Garzón | Ruta | Real | Garzón | Zona Cafetera, Agro parque Loma Chata, La Jagua | Turismo rural, agroturismo |
| | | | | Gigante | Zona Cafetera | |

Fuente: Plan de Desarrollo Turístico del Huila, p. 216-218

⁴⁹ Ibíd.

⁵⁰ Op. Cit. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA. p. 108.

Con respecto a lo anteriormente descrito, a nivel departamental existe la Sociedad Inversiones Turísticas del Huila - INTURHUILA, la cual se constituyó en una empresa de economía mixta según el Decreto 1339 de noviembre de 2004⁵¹ (antes era del orden oficial). Su intervención en el servicio turístico y en la actividad recreacional en el Huila es de alta trascendencia, ya que esta corporación se encarga de la explotación comercial de la industria hotelera, administra y opera establecimientos dedicados a la actividad turística y recreativa. Entre los establecimientos más reconocidos que administra INTURHUILA, están Las Termas de Rivera en el municipio de Rivera, el Hotel Timanco y el Yalconia en Pitalito, y el saldo de Bordonos en el municipio de Isnos. La sociedad está conformada por la Gobernación del Huila, la Alcaldía de Pitalito, INFIHUILA y la Caja de Compensación Familiar del Huila⁵².

Potencial ecoturístico. Existe, en estos términos, un gran potencial ecoturístico en el Huila, para los *Mediocéntricos de tendencia egocéntrica*, que son turistas con intereses especiales frente al turismo, pues lo proyectan para desarrollar sus aficiones y entretenimientos, muy relacionados con actividades deportivas o de esfuerzo físico, siempre buscando nuevas experiencias y aventuras, pero dentro de un riesgo controlado⁵³. Las opciones para todos los ecoturistas, deben ser visibles en la estructura turística existente (Figura 3), estructura de la que se valen también las agencias de turismo (Tabla 1).

Tabla 1: Directorio agencias turísticas ubicadas en la ciudad de Neiva

| |
|---|
| AMERICAN TOURS |
| Calle 7 No 8-03 |
| Teléfono: 8722626 - 316 878 3716 |
| Web: www.americantours.com |
| GREEN VACATION |
| Calle 9 No 3-50 L-320 CC. Megacentro |
| Teléfono: 871 3165 / 871 8632 |
| Web: www.greenvacationcol.com |
| ECOAVENTUR |
| Calle 6 No 7-51 Calixto Leyva |
| Teléfono: 315 3416 781 - 870 1562 |
| Email: ecoaventur@hotmail.com |
| AGENCIA DE VIAJES YIMMY TOURS |
| Calle 9 No 3-50 L-123 CC. Megacentro |
| Teléfono: 57(8) 871 4674 Cel: 321 451 6897 |
| Web: www.agenciadeviajesyimmytours.com |
| IMPACTO VERDE |
| Carrera 19 No 5 C - 15 |
| Teléfono: 311 514 4183 |
| Web: www.impactoverde.blogspot.com |
| NEIVATUR - Agencia de viajes y operadores de turismo |
| Calle 7 No 6-13 Edificio Banco Agrario |
| Teléfono: (8) 871 0229 Fax: (8) 871 0242 |
| Email: neivatur@telecom.com.co |

⁵¹ Cfr. En línea: <http://centrodeconvencionesneiva.com/index.php?id=6>

⁵² Op Cit. GOBERNACIÓN DEL HUILA.

⁵³ Ver más en el blog de C.B. (4 de febrero de 2012). Blog *Turismo: un fenómeno social*. Obtenido de <http://turismounfenomenosocial.blogspot.com/2012/02/la-teoria-de-plog.html>

COMFAMILIAR HUILA

Carrera 5 No 10-80

Teléfono: 57(8) 871 3096 Cel: 314 3583 844

Email: javierqutihorta@hotmail.com**AMPARO OSSA - VIAJES Y TURISMO**

Calle 7 No 7-97 Centro

Teléfono: 57(8) 871 4399

Email: amparossaviajes@hotmail.com**MAHUIDA TOURS**

Calle 15 No 6-69

Teléfono: 57(8) 872 0254 Cel: 317 644 8993

VIAJES CIRCULAR

Calle 18 No 5a - 60 Barrio Quirinal

Teléfono: 57(8) 875 9406

Email: nsalazar@cvu.com.co

Fuente: Folleto turístico, Alcaldía de Neiva, 2014

Se insiste en explorar este potencial de turista, como una estrategia para contrarrestar la “baja demanda de huéspedes corporativos y al aumento de la oferta hotelera”⁵⁴. Ahora bien, en cuanto a las empresas que funcionan como operadoras de turismo convencional en el Huila, se tiene que al 2012, existían 53 agencias de viajes operadoras⁵⁵.

Es de precisar que Neiva identificó al turismo como apuesta productiva en su Plan municipal de Competitividad, realizado en el 2012 en conjunto con la Cámara de Comercio de Neiva. En este documento que es la hoja de ruta de la ciudad capital también se priorizaron otras apuestas como la construcción, el sector servicios y de agroindustria⁵⁶.

De esta forma, el ecoturismo se puede desarrollar con base a lo dicho hasta aquí, operando dentro del Huila, respondiendo a la estructura turística existente y a los planes turísticos programados por agencias como las ubicadas en Neiva.

4.4 MARCO LEGAL

Diversas y fundamentales son las normas que se deben tener en cuenta para la determinación de las pautas para crear una pequeña empresa: primero que todo, el Código de Comercio. De este cuerpo legal vale la pena destacar lo siguiente: una definición válida de empresa la da el artículo 25 (Decreto 410 de 1971): Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios”⁵⁷.

⁵⁴ Op. Cit. CÁMARA DE COMERCIO HUILA. p. 27.

⁵⁵ Op. Cit. PLAN DE DESARROLLO DEL HUILA. p. 129

⁵⁶ Op. Cit. CÁMARA DE COMERCIO HUILA. p. 17

⁵⁷ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Código de Comercio. Santafé de Bogotá: El Pensador, 2000. p. 16

En segundo lugar, se debe tener en cuenta el Código Sustantivo de Trabajo. Especialmente para aquellos negocios que requieren, además de los dueños, empleados o trabajadores, en los aspectos que tienen que ver con la contratación, salario, horas extras, y seguridad social, entre otros.

La ley 222 de 1995 que modifica el libro segundo del Código de Comercio y se expide un nuevo régimen de procesos concursales, junto con otras disposiciones, se le suman a este marco.

Con la ley 1014 de 2006 se sientan las bases de la cultura del emprendimiento. Emprendimiento es una forma de pensar y actuar que tiene en cuenta las oportunidades para crear empresa.

La ley plantea varios puntos importantes que tienen que ver con la promoción de del espíritu emprendedor en los planteles educativos colombianos, con el fin de formar a los estudiantes en el anhelo de crear empresa cuando salgan como bachilleres. Igualmente, se propone facilitar y promover el desarrollo productivo de las microempresas en un espacio de sana competencia.

Otra norma a tener en cuenta es el decreto 4463 de 2006, que reglamentó el artículo 22 de la ley 1014 de 2006.

Finalmente, el Código Tributario, artículo 1 cuando expone: “La obligación tributaria sustancial se origina al realizarse el presupuesto o los presupuestos previstos en la ley como generadores del impuesto y ella tiene por objeto el pago del tributo”⁵⁸.

Y, en el artículo 2, además se lee: “Son contribuyentes o responsables directos del pago del tributo los sujetos respecto de quienes se realiza el hecho generador de la obligación sustancial”⁵⁹.

Por su parte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, define la Política para el desarrollo del Ecoturismo, creándose así las bases conceptuales y los lineamientos con los cuales el Departamento del Huila puede estructurar destinos turísticos de carácter ecológico competitivos en el mercado internacional, dadas las grandes potencialidades⁶⁰.

Al igual, en esta normatividad se destacan los incentivos económicos para el ecoturismo: exenciones tributarias. Decreto 2755 del 2003. Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, expedido para un período de 20 años.

⁵⁸ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Código Tributario. Bogotá D.C.: pdf, 2012. p. 1.

⁵⁹ *Ibíd.* p. 91

⁶⁰ *Op. Cit.* PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA. p. 35-36

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 TIPO DE ESTUDIO

La investigación que se llevó a cabo fue de tipo descriptivo analítico. Desde luego, el manejo de carácter cuantitativo permite el procesamiento de la información recolectada, mediante algunos cuadros, tablas y gráficas, dando con ello respuesta al problema planteado y el verdadero significado que tiene para el presente estudio, encontrar la viabilidad en la creación de una operadora de ecoturismo en el departamento del Huila.

Señala Hernández⁶¹ que una investigación es descriptiva cuando en ella se describen situaciones o eventos, para ser sometidos a análisis, para lo cual se establecen las variables de estudio, con las que se busca llegar a la toma de decisiones para la factibilidad del proyecto. Durante este proceso investigativo, se pretendió observar y caracterizar una realidad sin intervenir o manipular variables; una realidad apreciada a través de los documentos institucionales y científicos existentes, pues se trataba de un estudio de prefactibilidad.

Para la descripción de los resultados se emplearon todas las variantes del lenguaje científico: escritos, gráficos, tablas y cuadros.

5.2 HIPÓTESIS

El presente estudio se plantea como hipótesis de trabajo, el siguiente supuesto:

En el departamento del Huila, existen las condiciones de mercado, técnicas, financieras y administrativas, que hacen posible la creación de una operadora de ecoturismo, cuyo objetivo es operar dentro del departamento, planes de ecoturismo programados por Agencias de viajes del país.

5.3 VARIABLES

Teniendo en cuenta los objetivos planteados, el problema formulado y el marco referencial, se establecen de manera predefinida las categorías más sobresalientes para ser aclaradas, y que en el cuadro 1 se operacionalizan:

⁶¹ HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill, 2003. p. 184.

Cuadro 1. Operacionalización de las variables

| Variables | Indicadores | Técnica |
|---------------------|---------------------------------------|---------------------|
| Factores de mercado | Caracterización del servicio | Análisis documental |
| | Análisis de la demanda | |
| | Análisis de la demanda y de la oferta | |
| | Análisis del mercado meta | |
| | Proveedores | |
| | Comercialización | |
| Estudio técnico | Tamaño del proyecto | Análisis Documental |
| | Estructura general del Proyecto | |
| | Localización | |
| Estudio Financiero | Inversiones | Análisis Documental |
| | Costos | |
| | Previsión de ingresos | |

Fuente: Elaboración propia

6. ESTUDIO DE MERCADO

6.1 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO

Con el fin de conocer la factibilidad para la creación de una operadora de ecoturismo en el Huila, se requiere un estudio de mercado que no solamente demuestre la viabilidad de la empresa, sino que también permita justificar cuál es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponde aplicar al proyecto de creación. A continuación, la caracterización de los servicios que, aplicando una buena dosis de sentido común, permiten enfocar la política de servicio y de precio de una forma rentable para la actividad inicial.

Al momento de realizar este estudio, surgen detalles como estos:

¿Tiene el concepto un atractivo lo suficientemente amplio como para tener éxito?

¿A qué segmentos del mercado, atrae más?

En estos términos, el proceso de planificación y ejecución de la concepción del producto, se concluye lo siguiente:

6.1.1 Caracterización del servicio. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, priorizó en el 2012, 162 atractivos turísticos con soporte del Patrimonio Cultural y Natural; al punto de detectar como necesidad, construir, ampliar y adecuar la infraestructura de escenarios culturales en el Departamento⁶²; y en ese marco, se registra el ecoturismo, el cual se aprecia dentro de las nuevas modalidades de turismo comercial⁶³.

Un análisis efectuado por algunas partes de interés del departamento, las cuales fueron convocadas para hacer más participativa e incluyente la planificación y gestión del turismo en el departamento, arrojó los siguientes resultados en un taller realizado el 14 de febrero de 2012 en Neiva:

- Principales problemáticas que afectan el turismo en el Huila:
 - 1) Falta de articulación institucional
 - 2) Percepción de inseguridad
 - 3) Falta de interés del Estado

- Principales fortalezas del turismo en el Huila:
 - 1) Riqueza de recursos naturales únicos
 - 2) Patrimonio histórico y cultural

⁶² Op. Cit. PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL. 2012 – 2015.

⁶³ CERÓN, O., & MASISTER, E. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que desarrolle el turismo alternativo y el deporte de aventura en la ciudad de Bucaramanga. Bucaramanga: 2012.

3) Cultura y festividades

- Principales debilidades del turismo en el Huila:
 - 1) Falta de pertenencia y compromiso de los líderes y la comunidad
 - 2) Falta de promoción de los productos turísticos
 - 3) Falta de infraestructura adecuada

- Proyectos que se consideran prioritarios para el Huila:
 - 1) Fomento y mejoramiento de la infraestructura turística
 - 2) Concientización, cultura turística y ambiental
 - 3) Desarrollo del turismo ecológico y de aventura

6.1.2 Análisis de la demanda. El análisis de la demanda pretende identificar los rasgos del mercado potencial, su tamaño estimado y tasa de crecimiento.

Según un estudio realizado en el 2007, de los 316 barrios, urbanizaciones y condominios en las 10 comunas de Neiva, la estratificación socio-económica determinó que el 98.1% de la población pertenece a los estratos 1 al 4.

Datos demográficos: Recordando los datos del censo del 2005, el departamento cuenta con una población de 1.011.418 habitantes de los cuales el 59.5% (601.429 habitantes) están localizados en la cabecera y el restante 40.5% (409.989 habitantes) en la zona rural.

Según el Plan de Desarrollo Departamental 2012 - 2015 la población del departamento para el 2011 se estimó en 1.097.584, de los cuales 657.158 son del sector, urbano y 440.426 del sector rural, tal como se evidencia en el cuadro 3. Cifras más recientes del DANE, estimaron una proyección al 2012 de 1.111.950 habitantes. El departamento participa con el 2.4% de la población nacional según las estimaciones del DANE para el año 2012.

Para Neiva como capital del departamento, la población según el censo del 2005 es de 335.490 que equivale al 30.2% de la población de todo el departamento, de los cuales el 94% se ubican en la zona urbana y el 6% en la zona rural. En cuanto al género, el 47.7% es de género masculino y el 52.3% femenino.

La tasa de crecimiento del Huila durante los últimos 20 años ha sido del 35.9%, por encima de la tasa de crecimiento nacional que ha sido del 31.1%. Entre el 2005 y 2011, la población del Huila se incrementó en un 8.5%. Se estima que para el 2020 la población del Huila alcance los 1.225.343 habitantes.

En cuanto a la clasificación etaria, se evidencia una reducción en la población menor (0 a 14 años) entre 1992 y 2012 en un 3.4% pasando del 34.6% al 31.2%; la población entre 15 y 29 años se incrementó en el mismo periodo pasando de un 25.7% a un 27.2%, mientras que en el rango de 30 a 64 años se pasó del 33.6% al 35.2%. Esta

dinámica indica que el mayor porcentaje de huilenses se ubica en la población definida como la económicamente productiva, la cual llega al 62.4% en el 2012.

Cuadro 2. Población departamento del Huila

| Municipio | Total | Cabecera | Partic. Cabecera | Resto | Partic. Resto |
|--------------|---------|----------|------------------|--------|---------------|
| Neiva | 335.490 | 315.857 | 94,1% | 19.633 | 5,9% |
| Acevedo | 30.846 | 5.818 | 18,9% | 25.028 | 81,1% |
| Agrado | 8.888 | 5.118 | 57,6% | 3.770 | 42,4% |
| Aipe | 24.169 | 15.148 | 62,7% | 9.021 | 37,3% |
| Algeciras | 24.257 | 15.196 | 62,6% | 9.061 | 37,4% |
| Altamira | 4.078 | 2.752 | 67,5% | 1.326 | 32,5% |
| Baraya | 9.497 | 4.929 | 51,9% | 4.568 | 48,1% |
| Campoalegre | 33.757 | 25.481 | 75,5% | 8.276 | 24,5% |
| Colombia | 12.042 | 2.446 | 20,3% | 9.596 | 79,7% |
| Elías | 3.741 | 1.198 | 32,0% | 2.543 | 68,0% |
| Garzón | 82.390 | 39.541 | 48,0% | 42.849 | 52,0% |
| Gigante | 31.713 | 16.892 | 53,3% | 14.821 | 46,7% |
| Guadalupe | 20.106 | 5.028 | 25,0% | 15.078 | 75,0% |
| Hobo | 6.832 | 5.238 | 76,7% | 1.594 | 23,3% |
| Iquira | 12.082 | 2.375 | 19,7% | 9.707 | 80,3% |
| Isnos | 26.101 | 5.546 | 21,2% | 20.555 | 78,8% |
| La Argentina | 13.254 | 4.494 | 33,9% | 8.760 | 66,1% |
| La Plata | 59.495 | 24.232 | 40,7% | 35.263 | 59,3% |
| Nátaga | 6.184 | 2.107 | 34,1% | 4.077 | 65,9% |
| Oporapa | 12.650 | 3.579 | 28,3% | 9.071 | 71,7% |
| Paicol | 5.448 | 2.308 | 42,4% | 3.140 | 57,6% |
| Palermo | 30.967 | 14.815 | 47,8% | 16.152 | 52,2% |
| Palestina | 11.162 | 1.972 | 17,7% | 9.190 | 82,3% |
| Pital | 13.420 | 4.840 | 36,1% | 8.580 | 63,9% |
| Pitalito | 118.677 | 70.493 | 59,4% | 48.184 | 40,6% |
| Rivera | 18.177 | 10.205 | 56,1% | 7.972 | 43,9% |
| Saladoblanco | 11.108 | 2.614 | 23,5% | 8.494 | 76,5% |
| San Agustín | 31.944 | 10.954 | 34,3% | 20.990 | 65,7% |
| Santa María | 11.030 | 3.086 | 28,0% | 7.944 | 72,0% |
| Suaza | 17.474 | 3.998 | 22,9% | 13.476 | 77,1% |
| Tarqui | 17.115 | 4.841 | 28,3% | 12.274 | 71,7% |
| Tesalia | 9.145 | 5.265 | 57,6% | 3.880 | 42,4% |
| Tello | 13.970 | 6.343 | 45,4% | 7.627 | 54,6% |
| Teruel | 8.595 | 4.292 | 49,9% | 4.303 | 50,1% |
| Timaná | 20.217 | 7.144 | 35,3% | 13.073 | 64,7% |
| Villavieja | 7.329 | 2.456 | 33,5% | 4.873 | 66,5% |
| Yaguará | 8.597 | 7.279 | 84,7% | 1.318 | 15,3% |

Fuente: DANE, Censo 2005

Tasa de ocupación⁶⁴: En el 2012, la tasa de ocupación en el Huila llegó al 58.9% frente a un 56.6% en el año inmediatamente anterior. La población de ocupados en el Huila en el 2012 fue de 506.737 personas que representan el 45.6% de toda la población, el 58.9% de la población en edad de trabajar y el 90.3% de la población económicamente activa). El 63% de los ocupados es del género masculino y el 37.7% femenino.

Por ramas de actividad económica, la agricultura ocupa el primer lugar con el 37.3% (188.767 personas); le siguen, el comercio con un 24.1% (121.971 personas), los servicios con el 14.6% (74.152 personas). El Cuadro 3 ilustra las participaciones de los diferentes sectores:

Cuadro 3. Los sectores económicos y su participación en el Huila

| SECTOR | CANT | % PARTIC |
|------------------------|----------------|---------------|
| Agricultura | 188.767 | 37,3% |
| Comercio | 121.971 | 24,1% |
| Servicios | 74.152 | 14,6% |
| Transporte y comunic. | 34.357 | 6,8% |
| Industria | 33.361 | 6,6% |
| Construcción | 27.295 | 5,4% |
| Actividad inmobiliaria | 18.037 | 3,6% |
| Servicios financieros | 3.346 | 0,7% |
| Minería | 2.735 | 0,5% |
| Otros | 2.716 | 0,5% |
| TOTAL | 506.737 | 100,0% |

Fuente: DANE, Censo 2005.

Nivel de educación de la población ocupada: En el nivel educativo, solo el 7.1% tiene formación superior completa lo que equivale a 35.975 personas. El resto de la población ocupada tiene en su mayoría educación primaria incompleta (21.8%) y secundaria incompleta (19.2%).

Por el tipo de educación, el 37% son trabajadores del agro; 18.7% son trabajadores y operadores no agrícolas, 14.9% se dedican al comercio y el 14.6% a los servicios.

Nivel de ingresos: Solo el 10.7% de las personas ocupadas, tienen ingresos que superan los 2 salarios mínimos legales mensuales vigentes, siendo importante destacar que el 32.4% (164.107 personas) viven con menos de la mitad de un salario mínimo y 119.919 (23.7%) reciben entre el 0.5 y 1 salario mínimo.

⁶⁴ Los datos aquí expuestos, se basan también en lo expresado por el documento Plan Departamental de Empleo del Huila. Convenio No. 188. Ministerio del Trabajo. FUPAD, 2013. En línea: http://mintrabajo.gov.co/component/docman/doc_download/2672-plan-de-empleo-de-huilacompressed.html.

El Plan de Desarrollo Turístico del Huila incluye los siguientes resultados tomados de un sondeo realizado a 100 turistas distribuidos en las localidades de Neiva, Rivera, San Agustín y Villavieja⁶⁵.

De los datos recolectados, se encontró que el 69% de los encuestados son turistas nacionales, y el 31% restante son visitantes extranjeros, provenientes de España, Estados Unidos, Francia, Holanda, Inglaterra y México, entre otros. Un total de 17 nacionalidades incluyendo a Colombia, en una muestra pequeña, indica la preferencia del departamento del Huila en cuanto al turismo.

El rango de edad de los visitantes oscila entre los 36 y 50 años (38%); un 27% con edades entre los 26 y 35 años, y los más jóvenes de entre 18 y 24 años representan un 24%. El 11% restante se ubica en los de mayor edad (más de 50 años).

Los viajes familiares se evidenciaron como la principal forma de viajar de los turistas encuestados (44%), seguido de quienes han venido en pareja (17%); viajeros solitarios un 16%; en grupo de amigos, el 16% y el resto muestra otras opciones.

Al indagar en el motivo de la visita, el turismo se destacó como la principal causa de visita: el 94,4% de los visitantes en Villavieja fueron movidos por el turismo convencional, y en San Agustín el 87,3% de las visitas igualmente fueron por turismo. Rivera y Neiva mostraron índices un poco más bajos del 53% y 68% respectivamente. Las visitas a familiares y la asistencia a congresos o convenciones se ubicaron en el segundo lugar de motivo de visita.

El análisis determinó un indicador de fidelidad, interpretado como el porcentaje de personas que regresan al destino. El primer lugar en este sentido fue para el municipio de Rivera con un índice de retorno del 76%, seguido de Villavieja con el 31,3%. En Neiva, el 68% de los encuestados afirma que lo hacía por primera vez, mientras que en San Agustín el 94% de los encuestados visita por primera vez ese destino.

Respecto a la época del año o los días que prefieren para viajar, los resultados fueron dispersos: el 21,7% lo hace los fines de semana; otro porcentaje igual, utiliza los puentes festivos; el 17% de los visitantes aprovecha la época de vacaciones laborales; un 8,7% las vacaciones escolares, y un 4,4% las festividades. El restante 28,1% indica otro tipo de circunstancias.

El diagnóstico de esta encuesta a los 100 turistas, determina un perfil de la clase de turista que frecuenta el departamento del Huila, encontrando que:

- El principal motivo de la visita es el turismo convencional;
- La edad de los visitantes oscila entre los 25 y 50 años;
- La gente prefiere viajar en familia o en pareja (esposo o esposa o acompañante permanente)
- Los puentes festivos y fines de semana son los días preferidos para viajar;

⁶⁵ Op. Cit. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA.

- En promedio, se retorna al destino entre 1 y 2 veces al año.

Ahora, en cuanto a los productos turísticos que los encuestados desearían encontrar en sus destinos turísticos, pero no han sido satisfechos, el Cuadro 4 muestra claramente las preferencias y los gustos de los potenciales clientes (60 respuestas efectivas):

Cuadro 4. Actividades no ofrecidas en el destino y que quisieran encontrar

| Actividades no ofrecidas en el destino y que quisieran encontrar | | |
|---|-------------------|-------------------|
| Tipo de actividad | Frecuencia | Porcentaje |
| Culturales | 2 | 3% |
| Deportes extremos y de aventura | 28 | 47% |
| Deportivas y recreativas | 9 | 15% |
| Ecoturismo | 2 | 3% |
| Esparcimiento | 16 | 27% |
| Gastronómicas | 3 | 5% |
| Total | 60 | 100% |

Fuente: Plan de desarrollo Turístico del Huila, Unión Temporal Turismo HUITONAVA

Según los resultados de la encuesta, de 60 personas que contestaron, 28 de ellas (el 47%) desearían encontrar en su destino actividades de deporte extremo y de aventura; le siguen en orden de preferencia, actividades de esparcimiento con un 27%, y actividades deportivas y recreativas, un 15%.

Datos reales según se informó en la edición del 14 de abril de 2014 en el Diario local La Nación, indicaron que en el puente de Semana Santa de ese año, se movilizaron visitantes especialmente hacia el sur y municipios aledaños a Neiva. En efecto, los municipios con mayor demanda fueron Pitalito, San Agustín, Rivera y Villavieja. En cuanto a la ocupación hotelera, los municipios de San Agustín y Rivera reportaron lleno total. Fanny Consuelo Ariza, miembro de la Junta Directiva de COTELCO (Asociación Hotelera y Turística de Colombia) para el Huila, manifestó al diario local:

Nuevamente quedó ratificado que los destinos preferidos son San Agustín en primera instancia, seguido del desierto de La Tatacoa y Rivera. En estos puntos hubo lleno completo y definitivamente la gente viene buscando y preguntando estas posibilidades para vacacionar. Neiva tuvo un comportamiento interesante, mejor que en años anteriores en temporada de Semana Santa, pero, lo que nos queda de lección es que debemos seguir trabajando en la organización de nosotros como destino, porque a veces nos vemos desarticulados, los destinos se saturan y no podemos responder bien, por lo cual debemos incrementar la oferta⁶⁶.

⁶⁶ ARIZA, F. Diario La Nación del 14 de abril de 2014.

Más recientemente, la misma Corporación, COTELCO, confirmó que para la navidad y fin del año 2014, San Agustín y Villavieja fueron los destinos más frecuentados por los turistas. La Directora Ejecutiva de COTELCO Huila, Liliana Serrano, reportó un excelente resultado turístico en el departamento, con ocupación hotelera al 100% en San Agustín, al punto que en el municipio de Pitalito pernoctaron turistas cuyo destino fue el Parque Arqueológico. Por su parte, Villavieja presentó una importante ocupación en las posadas turísticas y “camping” en el Desierto de La Tatacoa, y en Rivera se confirmó una alta tasa de ocupación de las fincas turísticas que fueron tomadas por grupos familiares para pasar las festividades de fin de año⁶⁷.

6.1.3 Análisis de la oferta. La apuesta del sector turismo busca: “convertir al Huila en el primer destino colombiano de turismo ecológico y cultural para el mercado doméstico e internacional con una oferta de productos innovadores, diferentes, especializados y de calidad” (*fuentes: Agenda interna del Huila para la productividad y la competitividad, primera edición 2007*).

En desarrollo del enfoque territorial, se crearon cuatro clúster turísticos: Eco arqueológico; Desierto de la Tatacoa y su área de influencia; Neiva Ciudad Región, y Yaguará - Betania. Se ha fijado como meta para el 2020 captar 1,5 millones de turistas para lo cual se han formulado seis proyectos estratégicos: la red de parques y museos del Alto Magdalena con influencia en los municipios de Pitalito, San Agustín, Isnos, Saladoblanco, Oporapa, La Argentina, La Plata, Garzón y Timaná; Parque Temático Desierto de La Tatacoa; Parque Isla Aventura; Recinto Ferial de Neiva; SPA Termales de Rivera y Parque Regional de Yaguará. (Tomado del Plan de Desarrollo Turístico del Huila).

La cultura Agustiniense patrimonio de la humanidad, el Macizo Colombiano reserva de la biósfera y reserva hídrica del país, el Desierto de la Tatacoa y su riqueza natural paleontológica y astronómica, son los puntales que le brindan la importancia de articular los proyectos en la categoría de eje estratégico⁶⁸.

En esta iniciativa de convertir al departamento del Huila en el primer destino turístico ecológico y cultural de Colombia, se ha planteado el diseño e implementación de un plan marketing turístico; la promoción de Neiva como el epicentro de eventos y convenciones; impulsar el proyecto de promoción turística “Vive la Aventura Yuma” que integre los clúster Eco Arqueológicos, Neiva Ciudad Región y Desierto de La Tatacoa; el desarrollo de otros proyectos de infraestructura turística como el Parque de Música Jorge Villamil Cordovez, Teatro recinto Ferial en Neiva y parque ecoturístico del Macizo Colombiano, y finalmente, el anillo vial turístico del sur del Huila (San Agustín - Obando - Isnos - Bordonos - Guacacayo), el cual quedó incluido en el Plan Nacional de Desarrollo. Y entre las estrategias previstas en el Plan de desarrollo del Huila, es que

⁶⁷ Diario La Nación del 08 de enero de 2015. En línea: <http://www.lanacion.com.co/index.php/economica/item/246498-baja-ocupacion-en-neiva-informo-cotelco-huila>

⁶⁸ Op. Cit. PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL DEL HUILA. p. 195

para finalizar el 2015, “el 3% de los establecimientos educativos oficiales estén formando estudiantes con vocación en turismo”⁶⁹.

A continuación se presenta un resumen de las principales iniciativas municipales frente al Plan de Desarrollo Turístico para el Huila:

Plan Sectorial de Desarrollo Turístico de Neiva: La meta es captar 270.000 turistas al año (proyección al 2020). Los proyectos que contribuirán a esta meta son: El parque Isla Aventura, el Recinto Ferial, Parque de La Achira, Parque de La Música y Paseo del Bambuco.” El Casco urbano de Neiva y los núcleos rurales de El Caguán, y La Ulloa y el circuito Neiva-Fortalecillas, ofrecen servicios para el soporte del desarrollo rural del municipio”⁷⁰.

Plan Sectorial de Desarrollo Turístico de Garzón: La oferta turística de Garzón se destacará con el nuevo embalse de El Quimbo, escenario propicio para las actividades de deporte náutico. Esto unido a la tradicional oferta que brindan sus fincas cafeteras, las tradiciones orales de brujas de La Jagua y el Reinado Departamental de la Alegría.

Plan Sectorial de Desarrollo Turístico de Paicol: El objetivo turístico de esta región para el año 2020 es convertir al municipio en el primer destino del Huila en turismo rural especializado en actividades de contacto con la naturaleza, aprovechando su ya reconocida Caja de Agua, la Cueva de la Cumbre, el cerro de Jacinto, la Motilona y Las Delicias.

Plan Sectorial de Desarrollo Turístico de Tesalia: La visión turística de este municipio está encaminada también al turismo rural incorporando actividades de contacto con la naturaleza, aventura, historia y cultura, eventos, ferias y fiestas.

Plan Sectorial de Desarrollo Turístico de Pitalito: El municipio de Pitalito se orienta al diseño e implementación de productos especializados en ecoturismo, agroturismo, turismo rural, turismo de aventura, arqueología, ferias y fiestas, y turismo cultural. El municipio es llamado a ser “la puerta arqueológica del macizo colombiano”.

Siendo Pitalito *la puerta arqueológica del Macizo Colombiano*, es innegable ver al municipio como

el punto de partida para visitar atractivos turísticos como San Agustín e Isnos, PNN Cueva de los Guacharos, PNN Puracé, reservas de la sociedad civil, serranía de Peñas Blancas, laguna de La Magdalena, Parques Arqueológicos, laguna de Guaitipan, Salto de Mortiño, Bordones, entre otros, como complemento de su oferta turística y de la que se prospecta

⁶⁹ Ibíd. p. 153

⁷⁰ Ibíd. p. 126

construir al año 2028, con el propósito de consolidar un producto competitivo para el mercado nacional e internacional⁷¹.

Pero en esto aún no se ha avanzado; aunque los planes de desarrollo hayan fijado estrategias, estas no se han materializado, aunque los esfuerzos en torno a ello, por parte del Estado y de las entidades privadas, seguirán dándose. De ahí que Pitalito puede convertirse en la sede para una nueva operadora de ecoturismo, como la que se convierte en unidad de análisis en estas páginas.

La Mesa Sectorial de Turismo de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad⁷² es una institución conformada por el gremio empresarial del sector turístico, entidades públicas y privadas como el SENA, la Cámara de Comercio de Neiva, la Secretaría departamental de Cultura y Turismo, la CAM, la policía de turismo, universidades y otros gremios, que se dedica a liderar el desarrollo turístico en el departamento. Esta Organización busca articular gestiones con todos los actores del sector, logrando que se estructuren mejores productos turísticos; que los destinos sean sostenibles, y que se obtengan recursos financieros. Producto de este esfuerzo, la meta es que en el 2015, el Huila sea reconocido como un destino turístico competitivo con una oferta de productos históricos y culturales en arqueología, astronomía y ferias y fiestas; de naturaleza en ecoturismo, agroturismo, aventura y eventos.⁷³

Por lo que se observa, los esfuerzos encaminados al desarrollo turístico en el departamento del Huila, se han venido enfocando desde hace unos años, al ecoturismo y turismo de aventura por encima del turismo convencional y tradicional, obviamente, considerando el potencial de la región en este tipo de productos. Se ratifica con esto, que el departamento cuenta con dos destinos turísticos que prácticamente concentran la actividad turística en cuanto al ecoturismo:

San Agustín y circuito arqueológico: El Parque Arqueológico de San Agustín es, sin duda, el destino turístico por excelencia tanto para los locales, como para turistas del resto del país y a nivel internacional. El importante componente cultural de visitar los vestigios de la cultura agustiniana, se mezcla perfectamente con una experiencia ecológica, al entrar en contacto con la naturaleza, disfrutar de un ambiente sano lejos de toda contaminación citadina, que evoca al turista a la protección y deleite del medio ambiente. Un operador local ofrece un circuito arqueológico que ofrece además del Parque Arqueológico, la visita al Salto de Bordonos, el estrecho del Magdalena y la Cueva de los Guácharos.

Desierto de la Tatacoa: En el otro extremo del departamento, al norte, se encuentra el segundo sitio en el TOP de los principales destinos turísticos del Huila: el desierto de la Tatacoa. Aunque tiene en común con el Parque Arqueológico de San Agustín un ligero componente cultural, más paleontológico que arqueológico, el fuerte de este destino es la aventura y la observación astronómica. A diferencia del Parque Arqueológico, que

⁷¹ Op. Cit. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA, p. 57

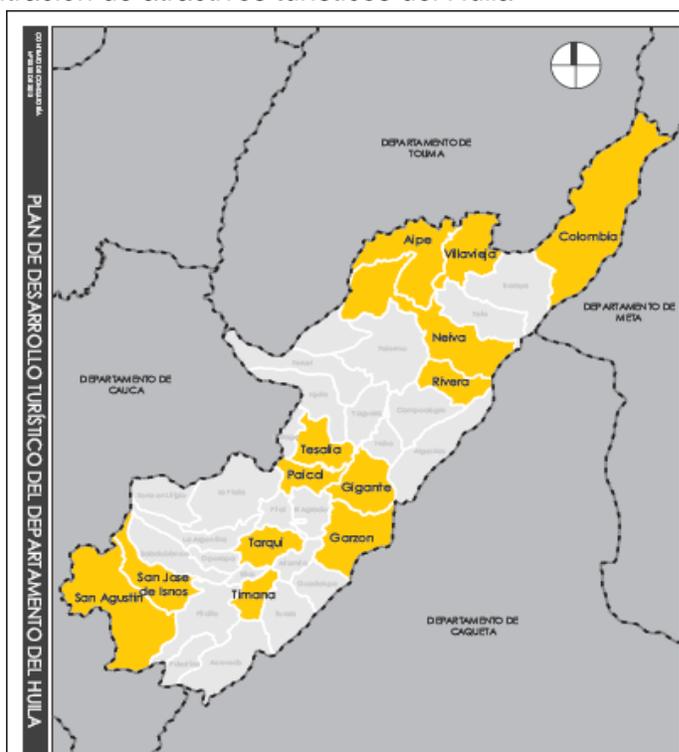
⁷² Propuesta de valor sector Turismo Huila enero de 2013, p. 2

⁷³ Ibíd. P. 2

ofrece un plan más “relajado”, el desierto de la Tatacoa es lugar propicio para la práctica de deportes extremos y actividades como el “campin”. Los operadores locales incluyen paquetes en donde se puede ampliar esta experiencia de aventura del desierto, con la espeleología y el torrentismo en la Cueva del Tigre y los deportes acuáticos en la represa de Betania.

Los destinos mencionados, determinan geográficamente las zonas de mayor afluencia turística, ubicados al sur y norte del departamento. Otros de menor escala, se ubican en la zona centro. La siguiente figura, muestra resaltado en amarillo los municipios de mayor concentración de atractivos turísticos:

Figura 4: Concentración de atractivos turísticos del Huila



Fuente: Propuesta de Valor Huila, Oportunidades en Turismo.

Se destacan principalmente, de norte a sur:

- **Villavieja:** Desierto de la Tatacoa, Museo Paleontológico y Observatorio astronómico. En proyecto la construcción de un hotel en el desierto.
- **Aipe:** Arte rupestre, petroglifos, Piedra Pintada, fósiles, Piedras del Callejón y Patá.
- **Neiva:** Capital del departamento; anfitrión del Reinado Nacional del Bambuco y principal centro de eventos.
- **Rivera:** Termales de Rivera.
- **Tesalia:** Haciendas reconocidas como patrimonio arquitectónico, Camino Real de Guanacas.
- **Paicol:** Caja de agua, Templo Santa Rosa de Lima.

- **Gigante y Garzón:** Zona cafetera, La Jagua, es una localidad famosa por sus historias de brujas.
- **Timaná:** Una de las poblaciones más antiguas de Colombia. Su templo es un patrimonio arquitectónico nacional. Es también uno de los mayores expositores de la caficultura del departamento y del país.
- **San José de Isnos:** Parque arqueológico Alto de Los Ídolos, Alto de las Piedras y Salto de Bordonos.
- **San Agustín:** Parque arqueológico, estrecho del Magdalena, macizo colombiano.

6.1.4 Análisis de la competencia. En cuanto a la oferta de prestadores de servicios turísticos en el Huila, constituidos como empresas debidamente formalizadas y registradas en el RNT (Registro Nacional de Turismo), se reportan para el año 2011 las siguientes empresas prestadoras de servicios (Cuadro 5):

Cuadro 5. Prestadores de servicios turísticos en el Huila a diciembre de 2012 según RNT

| Empresas prestadoras de servicios turísticos con RNT | Cant. |
|---|--------------|
| Agencias de viajes operadora | 35 |
| Agencias de viajes y turismo | 54 |
| Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional | 1 |
| Empresas captadoras de ahorro para viajes y empresas de servicios turísticos prepagados | 1 |
| Empresas comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad | 1 |
| Empresas de transporte terretre automotor | 30 |
| Establecimientos de alojamiento y hospedaje | 252 |
| Establecimientos de gastronomía, bares y negocios similares de interés turístico | 6 |
| Guías de turismo | 84 |
| Oficinas de representación turística | 2 |
| Operador profesional de congresos, ferias y convenciones | 5 |
| TOTAL | 471 |

Fuente: Registro Nacional de Turismo (RNT). Plan de desarrollo Turístico del Huila

La planta de agencias de viajes está conformada por un total de 94 establecimientos entre oficinas de Viajes y Turismo (54), operadores de turismo (35), y operadores profesionales de congresos (5). De las 54 agencias de viajes y turismo (68% del total de las registradas en el Huila), 37 tienen sede en la capital, Neiva; otras 6 se ubican en San Agustín; 4 en Pitalito; 4 en La Plata, y uno en cada uno de los municipios de Isnos, Timaná y Villavieja.

En cuanto a las 35 operadoras de turismo local, Neiva alberga 18 (54% del total de las registradas en el Huila); en Villavieja operan otras 5 al igual que en San Agustín; Pitalito y Garzón tienen 3 cada uno, y uno en Rivera. Los 5 operadores profesionales de congresos están ubicados todos en Neiva.

El cuerpo de 84 guías para el departamento del Huila, es un indicador pobre frente a la gran cantidad de destinos turísticos, lo que supone que muchos de ellos operan informalmente (no están matriculados antes el Registro Nacional de Turismo), como se evidencia en Villavieja, donde se encuentran personas con bastante conocimiento sobre el desierto de La Tatacoa pero no poseen el registro profesional. De los 84 guías profesionales, 58 (el 69%) está en San Agustín, para atender los parques Arqueológicos; 20 más en Neiva; 3 en Pitalito, 2 en Aipe y 1 en Isnos.

Validando la información suministrada por la base de datos del Registro Nacional de Turismo, la información que fue solicitada a la Cámara de Comercio de Neiva, arroja la siguiente información (Cuadro 6), sobre las empresas cuya actividad comercial y de servicios de acuerdo al código CIIU, más se relaciona con el sector turístico:

Cuadro 6. Establecimientos de turismo matriculados en la CCN

| Tipo de establecimiento | Cant |
|--------------------------------|------------|
| Agencia de viajes y operadores | 37 |
| Hoteles y alojamiento | 250 |
| Residencias por hora | 15 |
| Restaurantes | 2 |
| Centros recreacionales | 6 |
| Transporte de turismo | 2 |
| TOTAL | 312 |

Fuente: Cámara de Comercio de Neiva

La distribución hotelera de 250 establecimientos según datos de la Cámara de Comercio de Neiva (CCN), es similar a la cantidad y distribución reportada por el Registro Nacional de Turismo (RNT), con algunas variaciones mínimas como se podrá observar en el Cuadro 7 comparativo:

Cuadro 7. Comparativo de hoteles y alojamientos RNT – CCN

| MUNICIPIO | RNT | CCN |
|--------------|------------|------------|
| Neiva | 91 | 94 |
| San Agustín | 42 | 32 |
| Pitalito | 31 | 32 |
| La Plata | 19 | 12 |
| Garzón | 11 | 20 |
| Otros | 58 | 60 |
| TOTAL | 252 | 250 |

Fuente: Cámara de Comercio de Neiva y RTN

6.1.5 Análisis del mercado meta. Los servicios de ecoturismo por el Huila, tienen como mercado inicial las familias de los estratos III, IV y V que residen en la capital huilense, residentes y visitantes del departamento. Se reconoce en estudios como el de Cerón, que el principal factor que delimita estos estratos, “es la capacidad económica, reconociendo que se trata de servicio de entretenimiento y diversión, que no figura como básico, motivo por el que las familias con menor ingreso monetario darán prioridad a las necesidades básicas y por ende escasa disponibilidad para servicios de entretenimiento y diversión”⁷⁴ que son precisamente la actividad económica a brindar en una operadora de ecoturismo.

6.1.6 Proveedores. Teniendo en cuenta que la empresa operadora de turismo no cuenta con su propia red hotelera, de transporte y alimentación, deberá recurrir a empresas especializadas que hacen parte del complejo turístico que se analizó en el punto 6.1.6 – Análisis de la competencia. Esta intermediación en la prestación del servicio turístico, obliga a que los costos para una empresa operadora de turismo sea su red de abastecimiento, donde el margen de negociación resulta siendo un factor decisivo en la rentabilidad del negocio. Las alianzas comerciales a través de convenios, deberá ser sin duda una herramienta que la Gerencia deberá considerar si desea mantener a flote financieramente su empresa. La red de proveedores está conformada especialmente por los siguientes prestadores de servicios en el sector del turismo:

- **Alojamiento y hospedaje:** De los 250 establecimientos reportados por la Cámara de Comercio de Neiva (252 según el RNT), solo 17, aparecen afiliados a COTELCO, la Asociación Hotelera y Turística del Colombia, capítulo Huila, lo que equivale al 7% de todo el sector hotelero, y un total de 19 establecimientos adscritos a COTELCO en el departamento (Tabla 2)⁷⁵.

⁷⁴ Op. Cit. CERÓN, O., & MASISTER, E. p. 39

⁷⁵ Cfr. Página virtual de COTELCO. En línea: <http://huila.cotelco.org/hoteles/>

Tabla 2. Directorio establecimientos adscritos a COTELCO en el Huila

| |
|--|
| AKAWANKA LOUGE |
| Vereda El Tablón, municipio de San Agustín |
| HOTEL BOUTIQUE LA CABRERA |
| Calle 15 No. 5-61, Neiva |
| HOTEL METROPOLITANO |
| Calle 7 No. 5-45, Neiva |
| CENTRO RECREACIONAL PLAYA JUNCAL |
| Km 15 vía Yaguará |
| HOTEL CÁLAMO PLAZA |
| Carrera 5 No. 5-45, municipio de Pitalito |
| HOTEL MILAN BOUTIQUE |
| Calle 5A No. 14-A-09, Neiva |
| CENTRO TURÍSTICO LAS TERMALES |
| KM 3 El Salado, municipio de Rivera |
| HOTEL CASA OLIVEROS |
| Calle 7 No. 2-41, municipio de Rivera |
| HOTEL NEIVA PLAZA |
| Calle 7 No. 4-62, Neiva |
| FINCA CAMPRESTRE VILLA ZUN |
| Km 1 vía municipio de Rivera |
| HOTEL CASA PLABLO |
| Calle 15 No. 12-45 Altico, Neiva |
| HOTEL ROSALES DE NEIVA |
| Calle 6 No. 6-24 |
| HOSTERÍA LOS DUJOS |
| Avenida Pastrana No. 1-106, Neiva |
| HOTEL GHL STYLE NEIVA |
| Carrera 16 No. 42-195 |
| HOTEL TIMANCO |
| Diagonal 3 sur No. 4-45, municipio de Pitalito |
| HOSTERÍA MATAMUNDO |
| Carrera 5 No. 3 sur – 51, Neiva |
| HOTEL KAHVE |
| Carrera 10 No. 2-36, municipio de Garzón |
| HOTEL BOUTIQUE EL POBLADO |
| Carrera 1G No. 9-58, Neiva |
| HOTEL MARAZUL DE NEIVA |
| Carrera 10 No. 7-17 Sur, Neiva |

Fuente: COTELCO, 2014

- **Transporte:** 30 empresas de transporte terrestre automotor se inscribieron en el Registro Nacional de Turismo, los que les permite ofertar el servicio de transporte para excursiones y para el desarrollo de los paquetes turísticos. De ellas, 10 empresas tienen como sede la ciudad de Neiva; 4 el municipio de Tello, y 2 el municipio de Pitalito. Las restantes 14 empresas de transporte turístico están distribuidas una en cada una de las 14 municipalidades restantes. Finalmente, en el Registro Nacional de Turismo se ha inscrito una empresa para prestar el servicio de arrendamiento de vehículos para actividades de turismo en la ciudad de Neiva⁷⁶. En Neiva se encuentra la única empresa especializada en alquiler de vehículos para turismo en el departamento: ANT RENT A CAR (Avenida 26 5-12); está registrada en Cámara de Comercio y posee Registro Nacional de Turismo (RNT 25443).

6.1.7 Comercialización. Junto a la planificación y la conservación, surge la comercialización. Aquí se prevén acciones que permitan la elaboración de productos turísticos competitivos favoreciendo la comercialización y la promoción que garantice la sostenibilidad, hasta llevar a la operadora, al desarrollo socioeconómico de las áreas naturales para el ecoturismo.

Para emprender la empresa, se requiere la capacidad financiera necesaria, con la cual se soporten “las necesidades y sostenimiento como es el local en arriendo, compra de equipos de cómputo, comunicación, equipos para el desarrollo de las actividades de deporte, promoción y publicidad”⁷⁷.

Dentro de la comercialización, se debe recordar que los términos relacionados con el turismo, exigen a la empresa en estudio una propuesta publicitaria educativa, enfocada a familiarizar a los potenciales consumidores, con esta reciente tendencia del turismo comercial, como lo es el ecoturismo.

⁷⁶ Op. Cit. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA. p. 250

⁷⁷ Op. Cit. CERÓN, O., & MASISTER, E. p. 37

7. ESTUDIO TÉCNICO

7.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Existe un ente privado, denominado FEDEC (Federación colombiana de Ecoparques, Ecoturismo y Turismo de Aventura), el cual pretende “agremiar y consolidar a los actores de la cadena productiva del turismo de naturaleza del país, fortaleciendo a través de procesos participativos e incluyentes, la asociatividad, competitividad y sostenibilidad de las regiones”⁷⁸; pues bien, este estudio técnico, contempla la posibilidad estratégica de operar a través de ella.

A su vez, la Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena -CAM, ha logrado realizar “la feria Bioexpo (para promover el ecoturismo en el Huila)”⁷⁹, contemplándose también como un actor estratégico.

Con el propósito de delimitar el proyecto, se consigue priorizar las áreas de tratamiento y desarrollo ecoturístico existentes en el departamento, hallándose especial sentido en el sur del Huila:

Áreas que se definen y reconocen por sus contenidos de bellezas naturales y ecológicas susceptibles de desarrollar programas y proyectos de infraestructura científica y turística, dentro del marco del equilibrio ambiental. (...) integran estas áreas específicamente el sistema de cañones, el Estrecho del Magdalena, el Parque Arqueológico de Obando, el Parque-Bosque de los Petroglifos, El Monumento Diosa de la Chaquira, las estatuarias del Cerro de la Pelota y sus respectivos entornos inmediatos señalados como Áreas de Reserva Arqueológica -ARA⁸⁰.

7.2 ESTRUCTURA GENERAL DEL PROYECTO

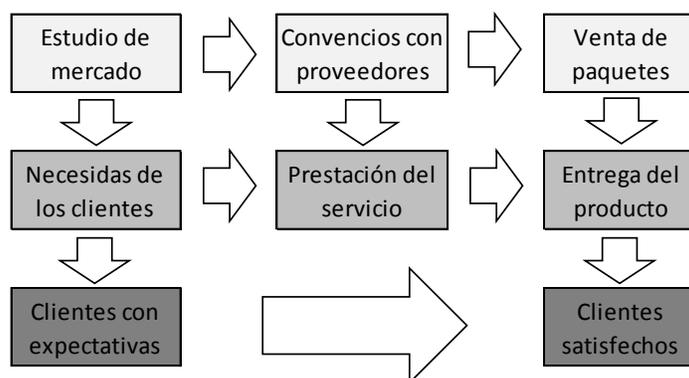
El estudio de mercado determina los clientes potenciales a través de la identificación de sus necesidades no satisfechas, lo que despierta la expectativa por los clientes interesados. Cuando se conoce la demanda potencial, se establecen los contactos con los proveedores para suministrar el servicio que sus clientes requieren; de esta forma se arman y venden los paquetes turísticos aportando un plus de calidad en el servicio, y de esta forma lograr la satisfacción de los clientes (Figura 4). Un cliente satisfecho seguramente será un cliente recurrente, pero también un referente de nuevos clientes y uno de los canales de comercialización informal que más aporten a la empresa.

⁷⁸ Op. Cit. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA, p. 335

⁷⁹ Ibíd. p. 343

⁸⁰ Ibíd. p. 154

Figura 5. Estructura general del proyecto



Fuente: Elaboración propia

7.3 LOCALIZACIÓN

Las dos principales opciones para establecer una empresa operadora de turismo en el Huila, son Neiva, no solo por ser la ciudad capital, sino también por contar con la mayor infraestructura logística, desarrollo urbano, canales de comunicación, proveedores y mayor población. La otra opción es el municipio de Pitalito, por ser la segunda ciudad en importancia en el departamento, por considerarse a nivel regional, nacional e internacional como el más importante epicentro cultural y turístico del Huila y uno de los nacionales, y por encontrarse en la zona más frecuentada por turistas locales, nacionales y extranjeros, convirtiéndose en el paso obligado para quienes frecuentan sitios como el parque arqueológico, estrecho del Magdalena, Cueva de Los Guácharos, Salto de Bordonos, Macizo Colombiano.

Cuadro 8. Comparativo infraestructura turística Neiva – Pitalito

| INFRAESTRUCTURA TURISTICA | Neiva | Pitalito |
|-------------------------------------|-------|----------|
| Hotelería | 91 | 31 |
| Agencias de viajes y turismo | 37 | 4 |
| Operadores profesionales de turismo | 18 | 3 |
| Empresas de transporte con RNT | 10 | 2 |
| Guías turísticos con RNT | 20 | 3 |

Fuente: Elaboración propia

Al observar el comparativo de las dos opciones (Cuadro 8), Neiva implica mayor competencia, a pesar de los beneficios que ofrece en su calidad de ciudad capital. Pitalito puede ser una buena alternativa si se piensa en ella como una fuente laboral menos explotada; además, su calidad de ser epicentro turístico de la zona sur, en donde se ha previsto manejar dos paquetes turísticos que representan más del 50% de los ingresos, lo ubica como la primera opción a escoger.

8. ESTUDIO FINANCIERO

8.1. INVERSIONES

En el cuadro 9 se recogen las partidas más importantes requeridas para la puesta en marcha de la empresa, y dados los escasos recursos económicos y las dificultades de acceso a financiación, se ha contemplado adicionalmente una alternativa más económica para reducir los costos de la inversión inicial, como la siguiente:

Cuadro 9. Inversiones apertura oficina

| INVERSIÓN | VALOR EN \$ |
|------------------------|----------------------|
| EQUIPOS DE OFICINA | \$ 5.000.000 |
| PUBLICIDAD | \$ 3.000.000 |
| GASTOS DE CONSTITUCIÓN | \$ 200.000 |
| IMAGEN CORPORATIVA | \$ 1.000.000 |
| VARIOS | \$ 1.800.000 |
| TOTAL | \$ 11.000.000 |

Fuente: Elaboración propia

Los equipos de oficina contemplan sillas, escritorios, equipos de cómputo, teléfonos e impresoras; dentro de los gastos de puesta en marcha se incluye lo relacionado con el trámite de inscripción en la Cámara de Comercio y pequeños gastos de papelería (fotocopias de documentos, etc.); acondicionamiento del local, iluminación, aire acondicionado, pintura, entre otros.

La inversión en publicidad y en equipos de oficina son dos de los aspectos más representativos para las empresas de operadores de servicios turísticos, ya que la imagen que se proyecte de la empresa y de sus servicios, determinaran en buena medida su posicionamiento en el mercado. Los gastos de constitución no representan un porcentaje elevado sobre la inversión inicial requerida, ya que los trámites legales en la cámara de comercio ascienden aproximadamente a unos \$200.000 y los requeridos para obtener el Registro Nacional de Turismo, no tienen costo alguno. Es necesario decir, que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo trasladó a las Cámaras de Comercio el trámite de inscripción y actualización del Registro Nacional de Turismo, de conformidad con los artículos 164 y 166 del Decreto Ley 019 del 10 de enero de 2012 y que ésta no tiene ningún costo, no obstante, pagar el impuesto de registro (art. 226 de la Ley 223 de 1.995).

8.2. COSTOS VARIABLE Y GASTOS FIJOS

Los costos variables lo componen los guías turísticos, los cuales dependen de la cantidad de paquetes que produzca la empresa operadora de turismo y el número de

excursiones o recorridos que se realicen en el mes (Cuadro 10). En donde la proyección se realizó de la siguiente manera:

Cuadro 10. Costos variables

| COSTO VARIABLE | Asignación individuo | Total al mes | Total al año |
|-----------------------|-----------------------------|---------------------|---------------------|
| Guías turísticas (4) | \$ 500.000 | \$ 2.000.000 | \$ 24.000.000 |

Fuente: Elaboración propia.

Los gastos variables anuales mostrados en la tabla anterior contemplan guías turísticas bilingües, que ofrecen sus servicios con transporte incluido.

El valor de este servicio es de \$ 250.000 /guía. Los cuales cada guía realizara solo 2 acompañamientos durante el mes para un total individual de \$ 5000 c/u.

Hay que tener en cuenta que en la medida en que se vaya incrementando la demanda de sus productos y servicios, se evaluara el número de guías turísticas necesarios para dar cobertura a los servicios es suficiente.

Los gastos fijos serán los cargos que indistintamente de la operación y la generación de resultados, deberán sufragarse para sostener la actividad del servicio de la operadora de turismo. Estos se detallan en el cuadro 11:

Cuadro 11. Gastos fijos anuales estimados

| DESCRIPCIÓN | VALOR EN \$ |
|------------------------|-----------------------|
| Salarios | \$ 129.558.000 |
| Arrendamientos | \$ 18.000.000 |
| Servicios Públicos | \$ 3.600.000 |
| Publicidad | \$ 12.000.000 |
| Gastos financieros | \$ 4.552.000 |
| Implementos de oficina | \$ 1.200.000 |
| Depreciación | \$ 500.000 |
| Impuestos | \$ 150.000 |
| TOTAL | \$ 169.560.000 |

Fuente: Elaboración propia.

En donde:

- El arriendo está estimado con un valor de \$ 1.500.000 mensual
- Los servicios públicos están comprendidos con un valor de \$ 300.000 mes
- La publicidad implica el gasto por la inclusión de anuncios en directorios, revistas especializadas, folletos, Internet, entre otros. Esto con el fin de darse a conocer en el mercado. Publicidad \$ 1.000.000 mes.
- El Gasto Financiero corresponde al interés del 2% mensual (valor ajustado a un año) para un préstamo de \$ 20.000.000 valor que será pagado en un plazo máximo de pago de 60 meses.
- La depreciación es una ponderación de los activos a 10 años de vida útil

Los salarios están proyectados en el Cuadro 12.

Cuadro 12. Salarios planta de personal

| CARGO | SUELDO | TOTAL MES | PRESTAC. MES | TOTAL AÑO |
|--------------------------|--------------|---------------------|---------------------|-----------------------|
| Gerente General | \$ 2.000.000 | \$ 2.000.000 | \$ 1.020.000 | \$ 36.240.000 |
| Director Comercial | \$ 1.500.000 | \$ 1.500.000 | \$ 765.000 | \$ 27.180.000 |
| Contador | \$ 1.500.000 | \$ 1.500.000 | \$ 765.000 | \$ 27.180.000 |
| Asesores comerciales (2) | \$ 750.000 | \$ 1.500.000 | \$ 765.000 | \$ 27.180.000 |
| Auxiliar administrativo | \$ 650.000 | \$ 650.000 | \$ 331.500 | \$ 11.778.000 |
| TOTAL | | \$ 7.150.000 | \$ 3.646.500 | \$ 129.558.000 |

Fuente: Elaboración propia.

8.3 COSTOS DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Los costos están conformados por los insumos que directamente no puede proveer la empresa operadora de turismo que se analiza crear, siendo necesario recurrir a terceros para obtener éstos. Se está hablando del alojamiento y hospedaje de los turistas; el servicio de transporte; el seguro de viaje y la alimentación. Estos costos normalmente pueden conseguirse con un descuento, dependiendo de la cantidad de clientes, la frecuencia, y de los convenios comerciales que la Gerencia tendrá que gestionar, siendo éste su principal rol.

8.4. PREVISIÓN DE INGRESOS

Los servicios constan de cuatro paquetes turísticos vinculados en la proyección, con un costo estimado y teniendo en cuenta el número mínimo de recorridos que se deben realizar mensualmente para llegar a punto de equilibrio.

El ajuste de la rotación de los paquetes turísticos dependerá del tipo de producto que oferte y del porcentaje de participación que tenga sobre el total de las ventas del negocio. Con esta sencilla operación se podrá realizar una estimación de cada cuándo se debe vender un producto o servicio para alcanzar las ventas mínimas mensuales requeridas para cubrir los costos y gastos fijos y variables de la empresa.

Los datos suministrados en el cuadro 13, han sido calculados con un precio promedio estándar del mercado por recorrido y un número medio de 30 personas en cada uno de ellos (lo que equivale al cupo promedio de un bus de transporte turístico). El precio de los productos ofrecidos fue ajustado según el valor agregado que posee cada uno de ellos, según la investigación.

Los paquetes turísticos variarán de acuerdo a las exigencias del cliente y al posicionamiento de la empresa (Cuadro 13):

Cuadro 13. Estimación de ingresos por actividad

| ACTIVIDAD | Recorridos mínimos mes | Total recorridos anuales | Personas por recorrido | Total personas año | Precios | |
|---------------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------|-------------------|-----------------------|
| | | | | | Unitario | Total |
| Tour 1 - Desierto de La Tatacoa | 2 | 24 | 30 | 720 | \$ 80.000 | \$ 57.600.000 |
| Tour 2 - Cueva de Los Guácharos | 2 | 24 | 30 | 720 | \$ 90.000 | \$ 64.800.000 |
| Tour 3 - Cueva del Tigre | 2 | 24 | 30 | 720 | \$ 80.000 | \$ 57.600.000 |
| Tour 4 - San Agustín | 2 | 24 | 30 | 720 | \$ 150.000 | \$ 108.000.000 |
| TOTALES | 8 | 96 | 120 | 2.880 | \$ 400.000 | \$ 288.000.000 |

Fuente: Elaboración propia.

Así mismo, el Cuadro 14 ha sido calculado con base a establecer **el punto de equilibrio**; esto es, para puntualizar el mínimo de actividades que se deben realizar para que la empresa, aunque no genere utilidades, tampoco incurra en pérdidas. Sin embargo, teniendo en cuenta que la empresa debe ganar reconocimiento con el tiempo y sobreponerse a la competencia, el primer y segundo año puede estimarse en pérdida; y a partir del tercer año, ver utilidades, prácticamente partiendo de un punto de equilibrio.

El punto de equilibrio se muestra en el siguiente, de acuerdo a los servicios definidos y la estimación de los costos fijos y variables que fueron evaluados anteriormente:

Cuadro 14. Estado de resultados proyectado para punto de equilibrio

| CONCEPTO | VALOR EN \$ | Incremento año | SEGUNDO AÑO | Incremento año | TERCERO AÑO |
|-------------------------------|------------------------|-------------------|------------------------|-------------------|-----------------------|
| INGRESOS POR VENTAS | \$ 288.000.000 | 57,06% | \$ 452.332.800 | 30,00% | \$ 588.032.640 |
| COSTOS POR SERVICIOS (65%) | \$ 187.200.000 | | \$ 294.045.473 | | \$ 382.221.216 |
| COSTO VARIABLE | \$ 24.000.000 | 3,50% | \$ 24.840.000 | 3,50% | \$ 25.709.400 |
| Guías turísticos | \$ 24.000.000 | 3,50% | \$ 24.840.000 | 3,50% | \$ 25.709.400 |
| SUBTOTAL | \$ 76.800.000 | 3,50% | \$ 133.447.327 | 3,50% | \$ 180.102.024 |
| GASTOS FIJOS | \$ 169.560.000 | 3,50% | \$ 174.687.270 | 3,50% | \$ 179.846.454 |
| Salarios | \$ 129.558.000 | 3,50% | \$ 134.092.530 | 3,50% | \$ 138.785.769 |
| Arrendamientos | \$ 18.000.000 | 3,50% | \$ 18.630.000 | 3,50% | \$ 19.282.050 |
| Servicios Públicos | \$ 3.600.000 | 3,50% | \$ 3.726.000 | 3,50% | \$ 3.856.410 |
| Publicidad | \$ 12.000.000 | 3,50% | \$ 12.420.000 | 3,50% | \$ 12.854.700 |
| Gastos financieros | \$ 4.552.000 | N/A | \$ 3.921.490 | N/A | \$ 3.121.372 |
| Implementos de oficina | \$ 1.200.000 | 3,50% | \$ 1.242.000 | 3,50% | \$ 1.285.470 |
| Depreciación | \$ 500.000 | N/A | \$ 500.000 | N/A | \$ 500.000 |
| Impuestos | \$ 150.000 | 3,50% | \$ 155.250 | 3,50% | \$ 160.684 |
| TOTAL | \$ (92.760.000) | | \$ (41.239.943) | | \$ 255.570 |
| MERGEN DE RENTABILIDAD | 0,0% | | -9,1% | | 0,0% |

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo al cuadro 14, el negocio de operador turístico no daría utilidades en el primer año de operación, dado que aunque con un buen margen del 27% de rentabilidad bruta (total costos/ingresos = 73%), mantener los gastos fijos le significaría una pérdida operativa de \$92.7 millones. Con expectativas de darse a conocer en el primer año, se estima un crecimiento hacia el segundo año del 57.06% pero aún así, todavía no se logra el punto de equilibrio aunque disminuye la pérdida en más de un 50% en relación al primer año. Con un 30% de incremento en las ventas en el tercer año, (que implica que los ingresos han de duplicarse 2.04 veces frente a las ventas del primer año) se lograría un punto de equilibrio.

El costo por servicios que se traduce en el costo de los paquetes (suministros de transporte, hospedaje, alimentación y seguro hotelero) mantendría un margen del 65% sobre el precio de venta; se ha considerado que los gastos tengan un incremento anual del 3,5% promediando el índice inflacionario; los gastos financieros están calculados con base en una tabla de amortización de un préstamo ordinario de \$20 millones a una tasa del 2% y un plazo de 60 meses; finalmente la depreciación se calcula respecto a la inversión inicial de equipos a una vida útil de 10 años depreciados en línea recta.

En cuanto al manejo del flujo de efectivo, necesario para conocer con qué recursos se debe disponer para poder funcionar, considerando los resultados estimados del negocio a una escala general se tendría el resultado expuesto en el Cuadro 15, si en habido caso, el aporte inicial de los socios que constituirán la empresa operadora realizan un aporte de capital conjunto de \$150.00.000:

Cuadro 15. Flujo de efectivo anual proyectado

| CONCEPTO | PRIMER AÑO | SEGUNDO AÑO | TERCER AÑO |
|------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| SALDO INICIAL | 170.000.000 | 62.835.688 | 15.191.434 |
| Aportes de capital | 150.000.000 | 0 | 0 |
| Crédito | 20.000.000 | 0 | 0 |
| Ventas | 288.000.000 | 452.332.800 | 588.032.640 |
| TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO | 458.000.000 | 515.168.488 | 603.224.074 |
| Costos y gastos (sin depreciac.) | 377.260.000 | 493.072.743 | 587.277.070 |
| Inversiones | 11.000.000 | 0 | 0 |
| Pago de obligaciones financieras | 6.904.312 | 6.904.312 | 6.904.312 |
| TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO | 395.164.312 | 499.977.054 | 594.181.382 |
| SALDO NETO AL FINAL DEL AÑO | 62.835.688 | 15.191.434 | 9.042.692 |

Fuente: Elaboración propia.

Con la proyección de los ingresos, costos y gastos durante los tres primeros años, y teniendo en cuenta que la naturaleza del negocio es casi de estricto contado, conviene tener un colchón financiero lo suficientemente amplio como para mantener la liquidez, pues como se puede observar, el margen de liquidez que brinda el aporte inicial de los socios y el crédito financiero, empieza a menguar año a año, por lo que se prevé que el negocio debe ser auto sostenible financieramente después del cuarto año, logrando que el margen operacional, sea suficiente como para terminar de cubrir la cuota del crédito dos años más.

CONCLUSIONES

Queda demostrado que en el Huila, la mayoría de turistas se acercan al departamento con el plan de visitar las áreas de tipo arqueológico, con este proyecto se da la posibilidad de alternar esta tipología turística, con una tendencia que va cogiendo fuerza, y es el ecoturismo; la humanidad entera aboga por un planeta donde el aire que se respire sea más puro, y en el cual existan opciones de alejarse de toda forma de contaminación.

Este departamento es definitivamente una fuente de recursos que favorece la actividad turística siendo la modalidad del ecoturismo una opción completamente viable, tanto por las alternativas que ofrece la geografía en las regiones norte y centro (Villavieja y Yaguará), y la zona sur sobre el contorno del río Magdalena, como por las preferencias del turista que gusta de este tipo de turismo.

El ecoturismo, junto al turismo de aventura, a pesar de los potenciales que se lograron identificar, no están siendo explotados y desarrollados al 100%, convirtiéndose esta opción en una ventaja competitiva a la hora de crear una empresa operadora de turismo dirigida a este tipo de actividades.

El Huila cuenta con limitaciones de tipo organizacional, al no existir la suficiente sincronización de las entidades privadas y gubernamentales, que faciliten el auge de la actividad turística, lo que hace que la participación de las empresas operadoras de ecoturismo, no logren un mayor crecimiento.

El estudio de mercado, el análisis técnico y financiero, demuestran que el negocio de operador turístico puede ser viable; sin embargo los costos de intermediación en lo que respecta al servicio de hospedaje, transporte y alimentación cuando no son propios, pueden afectar su viabilidad si no se cuenta con la suficiente producción de paquetes turísticos y con estrategias comerciales adecuadas.

RECOMENDACIONES

Las fuentes documentales brindan un buen respaldo a estudios de prefactibilidad como el contemplado en este documento; sin embargo, una ideal opción de contar con información relevante, puede ser la obtenida a través de las encuestas. Un estudio que desee continuar perfilando el objetivo aquí propuesto, puede recibir esta sugerencia.

Se destaca que con la participación comunitaria, es viable perfilar una operadora de ecoturismo y consolidar los paquetes turísticos; con jóvenes de cada localidad, se puede aprovechar las oportunidades que ofrece todo el potencial ecoturístico del departamento. Los niños y jóvenes del Huila están en mora de recibir formación académica transversalizada de cátedras frente al turismo.

De seguirse proyectando superar en la geografía nacional y regional, los inconvenientes de orden público y las limitantes de infraestructura que impiden actualmente el desarrollo del ecoturismo, sumado a la regulación en los precios del combustible, el ecoturismo y el turismo en general, se incrementará.

BIBLIOGRAFÍA

AGENDA AMBIENTAL DEL HUILA. Aspectos Generales del municipio de Neiva. Neiva: 2008

ALCALDÍA DE NEIVA. Neiva, Ciudad Región. Mapa turístico. (Folleto). Neiva: 2015. 10 p.

ÁLVAREZ, Gabriel; RODRÍGUEZ, Nelson y VÁSQUEZ, Gerardo. DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE EN LA ZONA SIERRA DE BAHÍA DE BANDERAS. *Estudios Organizacionales*. Red nacional de Administración de Negocios. México: 2012

ARIZA, Fanny. En Diario La Nación del 14 de abril de 2014

BARRERA, Ernesto. *Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. Oficina Internacional del Trabajo, 2006. CINTERFOR/OIT.

BLANCO, Mario y RIVEROS, Hernán. El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. *Desarrollo de los agros negocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe: conceptos, instrumentos y casos de cooperación técnica*. San José, Costa Rica, 2010: IICA.

CASTILLO, Magaly. Plan de negocio Eco-Turismo del Huila EU. Neiva, Universidad EAN, 2013. p. 14

CERÓN, O., & MASISTER, E. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que desarrolle el turismo alternativo y el deporte de aventura en la ciudad de Bucaramanga. Bucaramanga: 2012.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Código de Comercio. Santafé de Bogotá: El Pensador, 2000. p. 16

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 80 de 1993. Bogotá D.C.: pdf, 2010. p. 3.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Código Tributario. Bogotá D.C.: pdf, 2012. p. 1.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA, 2002. Bogotá D.C., Colombia: ed. Lito Imperio

CUELLAR, Adelaida. Formulación de Plan Estratégico Prospectivo de la oferta ecoturística del clúster ecoarqueológico del sur del Huila. UNAD–FLORIDA. Ibagué, 2011.

CUESTA, J. L. G. El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria. Estudios turísticos, (132). 1996

DANE año 2005, citadas por Vieda, J. C. Q., López, H. C., Andrade, Y. B. R., de la Torre, J. R., & González, M. L. S. Diagnóstico situacional de las condiciones más importantes y necesarias para la implementación de Redes Integradas de Servicios de Salud (RISS) basadas en Atención Primaria en Salud (APS) en el departamento del Huila. 2015. Revista Entornos, 27(1)

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CAFAM. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA, UNIÓN TEMPORAL TURISMO HUITONAVA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012

GOBERNACIÓN DEL HUILA. PROYECTO PLAN DE DESARROLLO DEL HUILA, Neiva, 2014

GOBERNACIÓN DEL HUILA. Plan de desarrollo del Huila. Neiva. 2012.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, *et al.* Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill, 2003. 656 p.

HERRERA, S. I., NAJAR RUIZ, P. J., LEDESMA, E., & ROCABADO, S. Sistema de Información Móvil para Turismo Receptivo. 2012. Brasil: Revista *Gestao e Conhecimento*, Edición Especial, Anales del, 8.

MÉNDEZ LOZANO, Rafael. Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores. Sexta Edición. ICONTEC, c2006.

MOLINA, S. (2007). Fundamentos del nuevo turismo de la fase industrial a la de innovación. México, D.F.: Trillas

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL HUILA. Neiva: 2012

ROBLEDA, M., KEB, R., GUTIERRÉZ, I., MUT, S., & CAAMAL, M. Desarrollo del proyecto Ecoturístico Kaan Aktun en una comunidad rural de Maxcanú Yucatán. In *Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook T-IV: Congreso Interdisciplinario de Cuerpos Académicos* (pp. 152-160). ECORFAN, 2014.

SERRANO, R., PÉREZ, C.; MANJARREZ, É. y GONZÁLEZ, L. (2010). Turismo armónico como alternativa sustentable: Para una comunidad en el estado de México. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19(6), 970-993.

WEBGRAFÍA

ALCALDÍA DE NEIVA. Plan Integral único de la ciudad de Neiva. Julio de 2011. [en línea] http://www.alcaldianeiva.gov.co/cms/files/gobierno/PIU_NEIVA.pdf [consultada el 2 de junio de 2014]

Blog de C.B. (4 de febrero de 2012). Blog *Turismo: un fenómeno social*. Obtenido de <http://turismounfenomenosocial.blogspot.com/2012/02/la-teoria-de-plog.html>

CÁMARA DE COMERCIO HUILA. Informe de Coyuntura regional. 2013. Neiva. [en línea] https://www.ccneiva.org/imagenes/Image/informe_coyuntura_regional_2013.pdf. [Consultada el 12 de junio de 2014]

COTELCO. Página Virtual: <http://huila.cotelco.org/hoteles/>

Convenio No. 188. Ministerio del Trabajo. FUPAD, 2013. En línea: http://mintrabajo.gov.co/component/docman/doc_download/2672-plan-de-empleo-de-huilacompressed.html.

DIARIO LA NACIÓN del 08 de enero de 2015. En línea: <http://www.lanacion.com.co/index.php/economica/item/246498-baja-ocupacion-en-neiva-informo-cotelco-huila>

GOBERNACIÓN DEL HUILA. Información general del departamento del Huila. Conoce el Huila. (s.f.) Recuperado el 15 de enero de 2014, en línea: http://www.huila.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=6989&Itemid=13

MOLINA, Saúl. (2007). Fundamentos del nuevo turismo de la fase industrial a la de innovación. México, D.F.: Trillas

PÉREZ, Juan Carlos, DE LA O BURROLA, Verónica. Crisis económica internacional y turismo en México: impacto y alternativas para los destinos turísticos de playa. The International Crisis of the Economy and Tourism in Mexico: Impacts and Alternatives for the Beach Touristic Destinations. En línea: <http://xivrem.ujaen.es/wp-content/uploads/2012/05/67-R-044M204.pdf>

http://www.larepublica.co/negocio/los-cinco-destinos-que-no-se-puede-perder-si-visita-huila_91931

http://www.oas.org/dsd/fida/laws/legislation/colombia/colombia_codigo.pdf

<http://centrodeconvencionesneiva.com/index.php?id=6>

ANEXOS

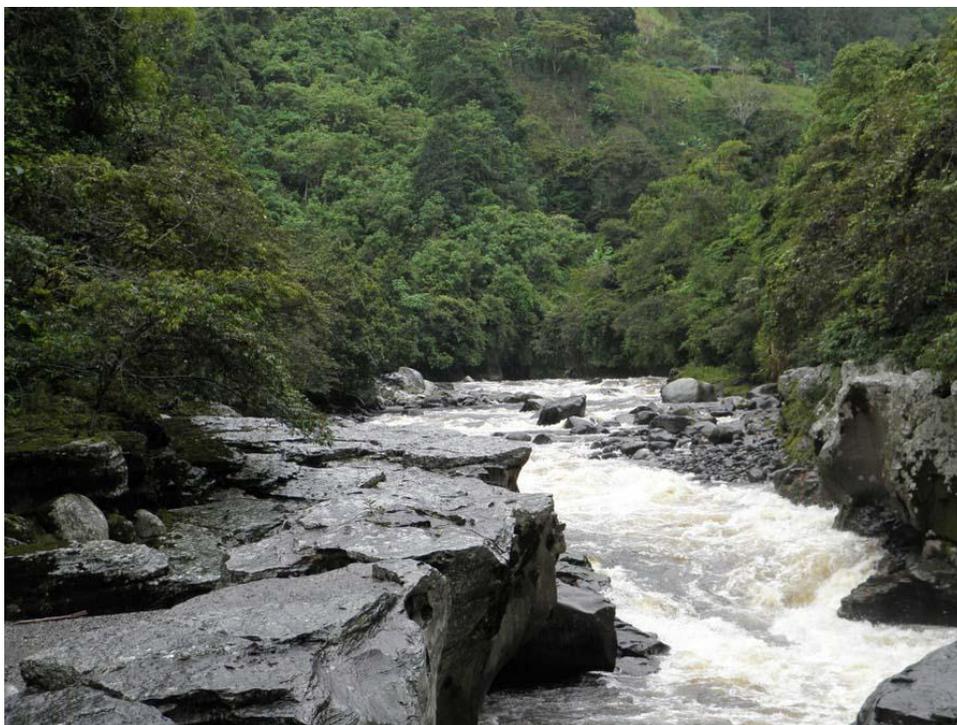
Anexo A. Muestra fotográfica – Áreas para practicar ecoturismo en el Huila



Cascada Los tres chorros (San Agustín)



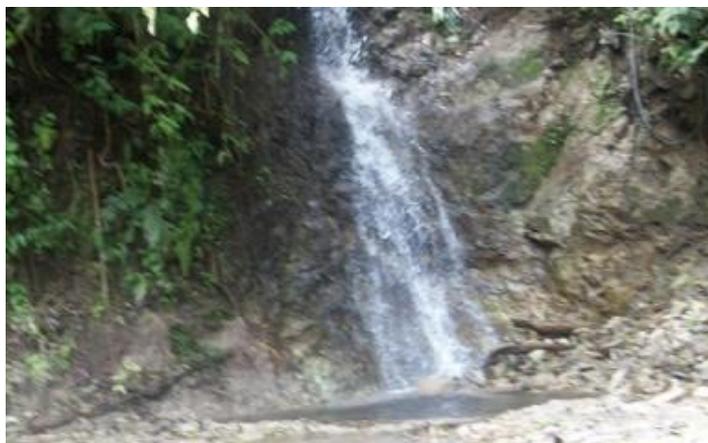
Sendero ecológico en el Parque Arqueológico de San Agustín



Estrecho del Magdalena (San Agustín)



Aula ambiental en Pitalito Huila



Sendero ecológico, vereda Guadual (Rivera)



Aguas termales (Rivera)



Salto de Bordonos (San José de Isnos - Saladoblanco)



Parques Alto de Los ídolos y Alto de Las Piedras (San Agustín)



Cascada El Duende (Isnos)



Alto de Las Jarras (San José de Isnos)



Salto del Mortiño



Quebrada La Motilona (Paicol)



Cascada La Gaitana (La Argentina)



La caja de Agua (Paicol)



Desierto de La Tatacoa



Parque Natural Cueva de los Guácharos