



UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
GESTIÓN DE BIBLIOTECAS

CARTA DE AUTORIZACIÓN



CÓDIGO

AP-BIB-FO-06

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

1 de 2

Neiva, 08-11-2024

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

Franklin Alarcón Torres, con C.C. No. 1004209478

Autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado o _____

Titulado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ETNOECOTURÍSTICA PARA EL MUNICIPIO DE PITALITO – HUILA

presentado y aprobado en el año 2024 como requisito para optar al título de

Administrador Turístico y Hotelero;

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.

Vigilada Mineducación

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.



**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
GESTIÓN DE BIBLIOTECAS**



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CÓDIGO

AP-BIB-FO-06

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

2 de 2

EL AUTOR/ESTUDIANTE: Franklin Alarcón Torres

Franklin Alarcón T.

Firma: _____

Vigilada Mineducación

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.

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS					   	
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 3

TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ETNOECOTURÍSTICA PARA EL MUNICIPIO DE PITALITO – HUILA
AUTOR O AUTORES:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
ALARCÓN TORRES	FRANKLIN

DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
SANTOS SANCHEZ	SERGIO ALEXANDER

ASESOR (ES):

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: ADMINISTRADOR TURÍSTICO Y HOTELERO

FACULTAD: ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA O POSGRADO: ADMINISTRACIÓN TURISTICA Y HOTELERA

CIUDAD: PITALITO-HUILA **AÑO DE PRESENTACIÓN: 2024** **NÚMERO DE PÁGINAS: 100**
TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):

Diagramas___ Fotografías X Grabaciones en discos___ Ilustraciones en general X Grabados___

Vigilada Mineducación

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.



UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS



DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO

CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	2 de 3
---------------	---------------------	----------------	----------	-----------------	-------------	---------------	---------------

Láminas___ Litografías___ Mapas_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.	<u>TURISMO</u>	<u>TOURISM</u>	6.	_____	_____
2.	<u>ETNOTURISMO</u>	<u>ETHNOTOURISM</u>	7.	_____	_____
3.	<u>ECOTURISMO</u>	<u>ECOTOURISM</u>	8.	_____	_____
4.	<u>FACTIBILIDAD</u>	<u>FEASIBILITY</u>	9.	_____	_____
5.	<u>EMPRESA TURISTICA</u>	<u>TOURISM COMPANY</u>	10.	_____	_____

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

Esta investigación pretende la formulación de un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios etnoecoturísticos mediante el diagnóstico situacional del municipio de Pitalito a través un análisis y el planteamiento de una serie de objetivos y estrategias fundamentales para el diagnóstico de la creación de la empresa lográndose fomentar el desarrollo socio económico de las comunidades involucradas en la actividad turística con los atractivos existentes en materia étnica, cultural y medio ambiental. Buscando la constante mejora de estos con finalidad de incrementar la afluencia de visitantes y lograr la sostenibilidad de la actividad etnoecoturística en el municipio.

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA					   	
	GESTIÓN DE BIBLIOTECAS						
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	3 de 3

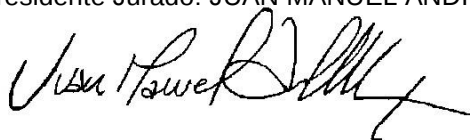
ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

This research aims to formulate a feasibility study for the creation of an ethno-ecotourism services company by conducting a situational diagnosis of the municipality of Pitalito. This will involve analysis and the establishment of a series of fundamental objectives and strategies for assessing the creation of the company. The goal is to promote the socio-economic development of the communities involved in tourism activities, leveraging the existing ethnic, cultural, and environmental attractions. The constant improvement of these elements seeks to increase visitor influx and achieve the sustainability of ethno-ecotourism activities in the municipality.

APROBACION DE LA TESIS

Nombre presidente Jurado: JUAN MANUEL ANDRADE

Firma:



Nombre Jurado: DERLY CIBELLY LARA FIGUEROA

Firma:



Nombre Jurado: DIEGO ARMANDO BERMEO CASTRO

Firma:



Vigilada Mineducación

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.

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
ETNOECOTURÍSTICA PARA EL MUNICIPIO DE PITALITO – HUILA**

Presentado Por:

FRANKLIN ALARCON TORRES

Docente Tutor:

SERGIO ALEXANDER SANTOS SÁNCHEZ

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

PITALITO-HUILA

2024

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todos aquellos que de una forma u otra, hicieron posible la realización de este escrito. En primer lugar, a Dios por permitirme tener vida durante este proceso, a mi docente tutor Sergio Alexander Santos y docentes evaluadores, quienes con su guía, paciencia y conocimientos me brindaron el apoyo necesario para llevar a cabo este proyecto.

A mi madre, Diana Torres por su amor incondicional, y por darme las herramientas necesarias para convertirme en el hombre que soy hoy en día, por creer en mí y por ser mi mayor fuente de inspiración. Su apoyo emocional y económico fue fundamental en cada paso de este camino.

A mis amigos, compañeros, amores, y a quienes estuvieron presentes en los momentos difíciles y en los momentos de celebración, ofreciéndome ánimo y palabras de aliento cuando más lo necesitaba.

Finalmente, agradezco a todas las instituciones y personas que colaboraron directamente en la obtención de la información y el desarrollo de este trabajo. Sin su apoyo y disposición, este proyecto no habría sido posible.

A todos ustedes, gracias.

TABLA DE CONTENIDO

RESÚMEN	5
1. ANTECEDENTES	6
2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
3. OBJETIVOS.....	11
3.1 Objetivo General:	11
3.2 Objetivos Específicos	11
4. JUSTIFICACIÓN.....	12
5. MARCO REFERENCIAL	13
5.1 Estudios Desarrollados.....	13
5.2 Estado del arte.....	14
5.3 Marco Teórico	16
5.4 Marco Normativo	21
6. DISEÑO METODOLOGICO.....	24
6.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	26
7. ESTUDIO DE MERCADO	27
7.4.1 Áreas geográficas de interés:.....	30
Turistas de aventura y naturaleza:	30
Ecoturistas:	30
Turistas culturales y etnográficos:	30
Grupos de turismo educativo:	31
Viajeros de bienestar y turismo regenerativo:	31
Turistas corporativos con responsabilidad social:.....	31
Familias:	31
7.6 DEMANDA A CUBRIR	32
7.7 MATRIZ DE COSTO.	33
7.8 PRÁCTICAS DE COMERCIALIZACIÓN	34
7.9 ENCUESTA GENERAL DE MERCADEO	37
8. RESULTADOS	38
8.1 ENCUESTA FOCUS GROUP	45
8.2 CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES	50
9. ASPECTOS ORGANIZACIONALES, LEGALES Y ADMINISTRATIVOS	
50	
9.1 ANÁLISIS DE LA DISPONIBILIDAD Y EL COSTO DE LOS INSUMOS.	50
9.1.1 Insumos y tecnología en el proceso administrativo	50
9.1.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	54
9.2 DEFINICIÓN DE CARGOS.....	55
9.3 DETERMINACIÓN JURIDICA DE LA EMPRESA	60

9.3.1	Tramites en cámara de comercio	60
10	ESTUDIO TÉCNICO	60
10.1	OBJETIVOS	60
10.2	Macro Localización.....	61
10.3	MICRO LOCALIZACIÓN	61
10.4.1	Insumos y tecnología en el proceso administrativo	62
11	ESTUDIO FINANCIERO	63
11.1	OBJETIVOS	63
11.3	COSTOS DE IMPUESTOS Y CONTRIBUCIÓN.....	66
11.5	COSTO DE NÓMINA	67
11.5.1	Nómina del personal operativo	67
11.6	Costos Y Gastos Fijos.....	70
11.7	Gastos Generales De Operación	71
11.8	Amortización De Diferidos Y Depreciación.....	72
11.8.1	Amortización	72
11.8.2	Depreciación.....	73
11.9	Presupuesto De Ingreso	74
11.9.1	Presupuesto de Ingresos por ventas	74
11.10	Punto De Equilibrio	75
11.1	Financiación	76
11.1	Cuotas De Préstamo	76
11.2	ANÁLISIS FINANCIERO	77
11.13.	3 Flujos De Caja Y Rentabilidad Del Proyecto	81
11.3	PRESUPUESTO DE EFECTIVO Y RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN	86
12.	CONCLUSIONES.....	94
13.	RECOMENDACIONES.....	96
14.	BIBLIOGRAFÍA	97

RESÚMEN

Esta investigación pretende la formulación de un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios etno- ecoturísticos mediante el diagnóstico situacional del municipio de Pitalito a través un análisis y el planteamiento de una serie de objetivos y estrategias fundamentales para el diagnóstico de la creación de la empresa lográndose fomentar el desarrollo socio económico de las comunidades involucradas en la actividad turística con los atractivos existentes en materia étnica, cultural y medio ambiental. Buscando la constante mejora de estos con finalidad de incrementar la afluencia de visitantes y lograr la sostenibilidad de la actividad etnoecoturística en el municipio.

Palabras clave: Turismo, etnoturismo, ecoturismo, factibilidad, empresa turística.

1. ANTECEDENTES

Pitalito es un municipio colombiano ubicado al sur del departamento del Huila, a 180 km de la capital Neiva sobre el valle del río Grande de la Magdalena, Diario del Huila (2022) el municipio de Pitalito es considerado en Colombia como el mayor productor de café, siendo el número uno en toneladas producidas al contabilizar las 26.389. Pitalito A.d (2020)Ubicación geográfica (Pitalito a. m., s.f.). Pitalito es considerado la Estrella Vial del Surcolombiano por su localización estratégica, que permite la comunicación con departamentos vecinos como el Cauca, Caquetá y Putumayo.

Igualmente, es conocido como Salazar (2020) la puerta al ingreso del Macizo Colombiano. Pitalito goza de unas condiciones ideales para promover el desarrollo Etnoecoturístico del departamento del Huila, lo cual tiene fundamento en la praxis, en la medida en que, en este territorio se trabaja en pro de la conservación del oso Andino, la danta de montaña, y de otras especies endémicas. Pitalito es un pueblo de pintores, músicos, chalanes, artesanos, escritores, deportistas, cafeteros, bailarines y de gente amable y acogedora que le han dado la gloria y reconocimiento a Pitalito, el cual goza de lugares que invitan al reencuentro con las tradiciones ancestrales, el folclor, la gastronomía propia, el medio ambiente y la naturaleza, convirtiéndolo en una potencial fuente turística.

El etnoecoturismo, para Pilquiman & Skewes, (2009), se ha constituido en un mecanismo para el desarrollo económico y social de grupos y pueblos con gran potencial étnico, siendo las mismas comunidades autoras del fortalecimiento y salvaguarda de la identidad étnica propia, y de la sostenibilidad ambiental de su entorno. En este sentido El primer uso del término "turismo étnico" se atribuye Vanele Smith (1989) que lo definió como un turismo "comercializado público en términos de las "pintorescas" costumbres de los pueblos indígenas y a menudo exóticos indígenas. (P.4)

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Pitalito, conocida como el valle de Laboyos, es un municipio con una gran riqueza en historia y en cultura, circunstancias fundamentales para alcanzar el posicionamiento como ciudad turística con su identidad y valor cultural; Pitalito cuenta con atractivos tanto naturales como culturales, así como su rica diversidad gastronómica, fiestas y eventos tradicionales y actividades culturales compartido con otras actividades similares que puedan estimular la visita de un mayor número de turistas a estos sitios seleccionados.

No obstante, a nivel turístico, se ha desaprovechado todo el potencial ya mencionado, Pitalito no cuenta con una promoción estructurada a nivel etnoecoturístico, la falta de iniciativas, además de la lenta planificación en la realización de proyectos turísticos, acciones y convenios con instituciones gubernamentales, públicas, privadas o comunitarias, no se promueve un buen proceso de desarrollo dedicado exclusivamente a la actividad turística y a la generación de productos turísticos de calidad para contar con una amplia diversificación, además de un reconocimiento como destino turístico deseado y con estabilidad a largo plazo.

Estas circunstancias, sumadas a la poca inversión municipal, han generado que la ciudad continúe su desarrollo poco planificado, edificándose en nuevos espacios menos social y más privados, pasando de las casas tradicionales a los conjuntos, además, las memorias se pierden entre el bullicio y la modernidad, a su vez, se ha modificado el paisaje, los lugares de encuentro transitan hacia nuevos puntos incrementando la inseguridad, el deterioro de los atractivos turísticos, el poco interés de algunos laboyanos por cuidar e incentivar su ciudad, los pocos sitios de recreación y el servicio al turista. No hay elementos de identificación y reconocimiento regional, no existe marca de territorio, ni identidad artística, cultural, turística o empresarial, aunque desde 2021 se ha visto más participación cultural por parte de los jóvenes. El turismo ha seguido una senda inercial, originada en la tradición, el clima y el río; sin embargo, no hay una cultura de servicio al turista, ni actitud de atracción a mayores flujos. Es así, como estos factores entre otros hacen que la ciudad vaya perdiendo poco a poco el interés de visitarlo y saber su historia, pero al respecto de todo esto, si los laboyanos se unieran y aportaran ideas se podría rescatar, conservar y reconocer la identidad histórica y cultural. Según Cámara de comercio (2019) “el estudio de Plan de productividad y competitividad Pitalito 2029” en Pitalito la tipología turística se clasifica de la siguiente manera:

- Naturaleza: ecoturismo (avistamiento de aves, conservación de flora y fauna) y agroturismo (café y panela).
- Cultura: economía naranja en la categoría de arte y patrimonio. (P.59)

Con base en la información del Registro Nacional de Turismo –RNT 2019, suministrado por la Cámara de Comercio del Huila, se identificó el tejido empresarial debidamente formalizado en los tipos de prestadores de servicios turísticos como Alojamiento y hospedaje, Agencias de viajes, Transporte, Guías de turismo, entre otros. A continuación, se relacionan las empresas articuladas con el sector turismo del municipio de Pitalito, ver Tabla N° 01

Tabla N°01. Empresas Relacionadas con el Turismo del municipio de Pitalito

TIPOS DE EMPRESAS	CANTIDAD
Agencia de Viajes operadora.	7
Agencia de Viajes y Turismo	14
Apartamento Turístico	11
Arrendador de vehículos para turismo Nacional e Internacional	1
Casa Turística	1
Finca Turística (Campamento Rural)	21
Guía de Turismo	10
Hostal	2
Hotel	74
Oficina de representación Turística	1
Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones	1
Otros tipos de hospedaje turístico no permanentes	3
Parques Temáticos	1
Restaurante	1
Transporte Terrestre automotor especial	2
TOTAL	151

Fuente: Elaboración propia del autor a partir de información de la Cámara de Comercio del Huila – 21 de febrero de 2023.

De otra parte, el potencial de recursos naturales que posee el municipio de Pitalito permite un mayor interés de turistas; sumado a la acogida que ha tenido a nivel mundial el producto del café especial y las diferentes prácticas agrícolas, gastronómicas, étnicas y folclóricas, se constituyen en el pilar de esta investigación, la cual pretende demostrar, el turismo ecológico como estrategia de desarrollo sostenible, el cual se convierte en un potencial enorme en el municipio de Pitalito en el área de turismo y se puede convertir en un ejemplo para la oferta turística a nivel nacional e internacional.

Es importante resaltar el potencial etnoturístico de Pitalito, Huila G. d (2020) Los municipios que aportan la mayor cantidad de población indígena son La Plata (3.651 y 30%), Íquira (2.362 y 19,4%) y Pitalito (1.771 y 14,6%) que suman el 64% del total, advirtiéndose que en el municipio de Pitalito falta el pueblo Emberá que desde el año 2022 se trasladó a este municipio. a nivel departamental, este municipio es uno de los que aporta un número importante de población indígena en el departamento.

En este sentido, a nivel de la idiosincrasia y cosmovisión indígena en el municipio de Pitalito, Huila; es importante resaltarse la comunidad indígena Yanuakuna del resguardo de Rumiayako, la cual, según el Consejo Regional Indígena del Huila (2013), mediante comunicado a la opinión Pública, se declaró como territorio libre de transgénicos dentro de su propuesta de vida y soberanía alimentaria, aspecto que aporta riqueza y atracción etnoturística al municipio, constituyéndose este resguardo, un importante reservorio de semillas nativas de maíz y frijol, así mismo, bajo su autonomía como pueblo indígena, y su gobierno propio de acuerdo a su conocimiento y costumbre ancestral consideran sus semillas son seres integrales de la Madre Tierra que merecen todo el respeto y reconocimiento como parte fundamental de la vida en el universo; esta cosmovisión y tradición propia, ofrece al municipio de una atractiva cultura ancestral y un atrayente a nivel etnoecoturístico.

En cuanto al ecoturismo, igualmente, es de resaltar que Imbachi (2018) menciona que La región de sur del Huila se caracteriza por sus ecosistemas estratégicos en biodiversidad y riqueza en fuentes hídricas, como tener a su paso el río más importante del país, el río Magdalena, que atraviesa de norte a sur el departamento del Huila. En él convergen importantes afluentes como el río Guarapas, que está declarado por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad, y su cuenca tiene un recorrido de 71 kilómetros que nace en el municipio de Palestina y desemboca en Pitalito en la vereda Criollo. Es importante resaltar que en el año de 1979 la UNESCO declaró al macizo colombiano como una reserva de la biosfera.

Finalmente, Travel (2019), se mencionan dentro de este escrito ciertos atractivos turísticos que constituirían importante fuente ecoturística del municipio tales como: Petroglifos de las veredas Anserma, Guamal, Charguayaco y Guacacallo, Laguna de Guaitipán, Feria Artesanal de Pitalito, Feria Internacional Agroecológica, Tecnoparque agroecológico Yamboró, Artesanías en cerámica “Chiva de Pitalito”, Finca Marengo que contiene un espejo de agua en el cual habita (el Pato Colorado), Museo Costumbrista Huellas del Pasado, Parque Natural Municipal en la Vereda Porvenir, Parque Vaguará, Reserva natural de Pompeya, Cascada El Silencio, Reserva Natural los Ariscos en Bruselas – Avistamiento de Aves, atractivos culturales y naturales como diversos recursos hídricos que le rodean: los ríos Guarapas, Guachicos y Magdalena. Esta característica hace que la ciudad esté rodeada por un ecosistema endémico de riqueza incalculable. Al noroeste de Pitalito, se encuentran una zona pantanosa llamada **Humedal La Coneca**, y una reserva ecológica de gran importancia llamada la **Laguna de Guaitipán** que potencializan la riqueza etnoecoturística del municipio de Pitalito, Huila. Aspectos que fundamentan la presente investigación, la cual pretende analizar los elementos para el estudio de la factibilidad para la creación de una empresa etnoecoturística en el municipio de Pitalito (Huila).

Pregunta de Investigación

¿Qué factibilidad tiene la creación de una empresa de servicios etnoecoturísticos en el municipio de Pitalito – Huila?

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General:

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios etnoecoturísticos en el municipio de Pitalito – Huila

3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado analizando el sector para la creación de una empresa de servicios etnoecoturísticos en el municipio de Pitalito
- Determinar los aspectos organizacionales, legales y administrativos para la creación de una empresa de servicios etnoecoturísticos en el municipio de Pitalito.
- Desarrollar un estudio de los aspectos técnicos de los servicios a ofrecer para la creación de una empresa de servicios etnoecoturísticos en el municipio de Pitalito.
- Evaluar un estudio financiero que evidencie la viabilidad para la creación de una empresa de servicios etnoecoturísticos en el municipio de Pitalito.

4. JUSTIFICACIÓN

Según la Organización Mundial del Turismo -OMT y La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO (2015), "el turismo es la mayor fuente de exportaciones del mundo y un factor importante en la balanza de pagos de la mayoría de los países. El turismo promueve la conciencia de las diferencias culturales y las amistades personales". El turismo promueve fuertemente la comprensión mutua de las personas y contribuye a la paz entre todas las naciones de la tierra. Una actividad turística crea una estrecha interdependencia entre la actividad en sí y los agentes que permanecen en ella, lo que puede tener importantes impactos sociales, económicos, ambientales y culturales en la zona.

En la actualidad, el Ecoturismo en el Municipio se encuentra en un estado incipiente y a la vez en crecimiento, se reconoce que en Pitalito se cuenta con establecimientos que prestan servicios relacionados a esta actividad como Reserva los Ariscos, Eco finca El Recreo, Reserva Natural Pompeya, Reserva Natural El Cedro, entre otras, pero no se tiene información de empresas que realicen o presten servicios etnoecoturísticos.

Al mismo tiempo crece la competencia entre destinos turístico, en la búsqueda de identificar nuevas formas de atraer turistas a través de una ventaja competitiva que les permita diferenciarse unos de otros. El municipio de Pitalito cuenta con un potencial etnoecoturísticos, pudiéndose constituir, en un determinante para la competitividad turística lográndose consolidar en un atractivo turístico e incrementar sus visitas nacionales e internacionales, lográndose consolidar este renglón de la economía local.

Desde esta perspectiva, la explotación etnoecoturística sostenible se constituye en una herramienta de desarrollo, que sería un gran aporte a la conservación y preservación de la biodiversidad y los aspectos étnicos y culturales, propios de la población laboyana, a sabiendas que Pitalito posee importantes atractivos ecoturísticos como parques y reservas naturales, entre otros; y a nivel etnoturístico, el municipio cuenta con una representativa tasa porcentual de población indígena la cual, según estadísticas del Huila O. d (2023) los municipios que aportan la mayor cantidad de población indígena son La Plata (3.651 y 30%), Íquira (2.362 y 19,4%) y Pitalito (1.771 y 14,6%) que suman el 64% del total, advirtiendo que en el municipio de Pitalito falta el pueblo Emberá que desde el año 2022 se trasladó a este municipio. constituye aproximadamente el 21% de la población total del departamento, por lo tanto, a nivel turístico es importante tenerse en cuenta tanto el potencial ecológico como étnico del municipio, pues los dos son de igual trascendencia y representatividad.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1 Estudios Desarrollados

Según en la página web de la (OMT) Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

1. Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
3. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

En la página web (Tomi) refiere la planificación turística constituye un requerimiento fundamental en el desarrollo de la actividad turística puesto que garantiza, por una parte, la correcta integración del turismo en la economía, la sociedad, la cultura y el medio ambiente locales; y por otro lado, la adecuada satisfacción de la demanda turística, elemento indispensable para la viabilidad y posibilidad económica de los proyectos turísticos de la competencia creciente.

Otro aporte es el desarrollado por Castaño (2016) en su investigación visita a aldeas y hogares de minorías étnicas, parques temáticos, participación en eventos y festivales, así como la observación de bailes, ceremonias tradicionales además de la compra de artesanías y recuerdos étnicos. Este tipo de turismo es un reto para los desarrolladores turísticos. En el artículo se presenta la conceptualización de turismo étnico y se enuncian las potencialidades de un circuito turístico que permita resaltar las comunidades indígenas del sur de Colombia. (P.62)

Otro trabajo es el de Estrada (2016) propone en su trabajo de grado "eco-etnoturismo en el distrito de manejo integrado delta del río ranchería, la guajira: una opción de gestión ambiental sostenible" El desarrollo de la actividad eco-etnoturística sostenible se constituye en una herramienta de desarrollo, que sería un gran aporte a la conservación y preservación

de la biodiversidad y los aspectos culturales de los territorios indígenas y por consiguiente hacia una gestión ambiental en el distrito de manejo integrado del delta del río Ranchería. (P.24)

5.2 Estado del arte

Dado que el enfoque central de esta investigación estará enmarcado en el planteamiento de un estudio de factibilidad, es necesario establecer algunos parámetros que sirvan de fundamento conceptual y apoyen la lectura interpretativa del proyecto. Actualmente la economía requiere de múltiples factores para lograr el éxito de una empresa nueva; para ello se cuenta con diversas herramientas y una de las más utilizadas es el Plan de negocio definido por Meléndez (2005) “un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de cristalizar una idea de inversión, examina la viabilidad en cuanto al mercadeo del bien o servicio, parte técnica o financiera de la misma, desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad de negocio en un proyecto concreto”. Establece también que “un plan de negocios bien diseñado es la base sobre la que se levanten proyectos de crecimiento o diversificación de la actividad principal” (p.9). El plan de negocio busca responder adecuadamente y en un momento determinado diversos interrogantes de interés:

- ¿Qué es y en qué consiste la factibilidad de idea de creación de una empresa?
- ¿Quiénes dirigirán el proyecto de negocio?
- ¿Cuáles son los mecanismos y las estrategias a implementar para lograr el cumplimiento de los objetivos propuestos?
- ¿Qué recursos se requieren para llevar a cabo el montaje y la puesta en marcha del proyecto de negocio y cuál es el plan de acción que se establecerá para conseguirlos?

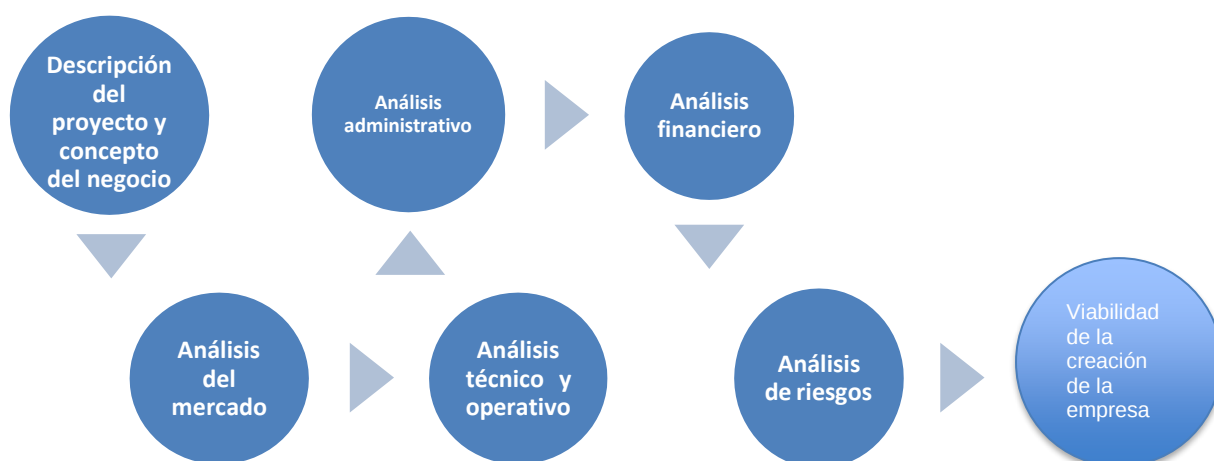


Figura 1. Elementos constitutivos del plan de negocios.

Fuente: Elaboración propia.

Como afirma, Borello (1994) “la primera, y más importante ventaja que ofrece la elaboración de un plan de negocios es que le da a la empresa una guía clara y precisa de cuál es el camino que debe seguir toda la organización, establece: un posicionamiento específico, objetivos precisos, metas cuantificadas y programas de acción bien definidos” (p.7).

Así mismo, es preciso aclarar la temática referente al sector de Turismo Especializado y de Naturaleza; el primero “surge como una contraposición al turismo convencional de masas [...], pues busca que los viajes se lleven a cabo en localidades con un gran capital ambiental, en espacios y lugares desconocidos”, según la Secretaría de Turismo (2007); el segundo comprende todo tipo de recorridos enfocados en la naturaleza, donde la principal motivación es la observación y apreciación de la biodiversidad acompañada de la cultura de poblaciones locales. Tal como lo muestran las clasificaciones internacionales, Colombia cuenta con una amplia riqueza natural cuyo adecuado aprovechamiento conduciría al posicionamiento del país como un destino turístico de talla mundial.

Según Bote Gómez (2001), “el fenómeno turístico constituye una actividad económica de considerable importancia, tanto por el papel que juega en la economía nacional como por las posibilidades que ofrece o puede ofrecer en el futuro desarrollo económico y sociocultural”. El fin principal de esta modalidad es enfocar el desarrollo del turismo de una forma sostenible e integral.

De acuerdo con el informe Turismo como motor del desarrollo regional del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se incluyó el turismo de naturaleza en el Programa de

Transformación Productiva, generando una dinámica de trabajo coordinado entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial en términos de aprovechamiento turístico sostenible de áreas protegidas.

Finalmente, para lograr entender la relación existente entre las temáticas planteadas, resulta fundamental dar cuenta de la definición de Desarrollo Sostenible, concepto descrito por primera vez en el Informe de la Comisión de Brundtland (1987) como un “desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”. Es de vital importancia destacar que el desarrollo sostenible no hace referencia a un estado inalterable de la naturaleza y los recursos naturales, por el contrario, permite integrar una perspectiva de largo plazo en el manejo de éstos, razón por la cual no se habla de una explotación sino de un manejo de los recursos. Del mismo modo, se hace especial énfasis en la necesidad de contemplar los requerimientos de las generaciones actuales y futuras, defendiendo la equidad intergeneracional y asegurando el desarrollo que conduce al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social.

5.3 Marco Teórico

➤ Turismo

El turismo es una actividad que puede incidir o convertirse en una oportunidad para las comunidades de una región o localidad. De acuerdo con lo anterior y a Espinoza et al. (2012) quienes plantean lo siguiente:

“Una alternativa para el desarrollo sustentable; un eslabón perdido y necesario en la era posmoderna cuyas economías de mercado son fuertes y frágiles a la vez, y cuyos rasgos sutiles y atractivos propician y fortalecen el crecimiento económico de un espacio dado”. (p.42)

Para complementar, Ibáñez & Cabrera (2011) definen a la actividad turística como:

Es el fenómeno que se presenta cuando uno o varios individuos se trasladan a uno o más sitios diferentes de los de su residencia habitual por un periodo mayor a 24 horas y menor de 180 días, sin participar en los mercados de trabajo y capital de los sitios visitados (p.32).

Así mismo, Fuentes (2016) define que el turismo es:

El turismo es la ciencia que estudia el espacio turístico en conjunto con el patrimonio natural y cultural, el escenario en donde se desenvuelven los grupos humanos y su interrelación con el paisaje; interpreta la organización económica, política, ambiental y cultural de la sociedad observada desde un punto de vista geométrico como un conjunto de localidades, infraestructuras de transporte, tecnologías y comunicación, uso sostenido de los recursos naturales, flujos migratorios, modelando el desarrollo y organización del destino turístico (p. 109)

A continuación, para la Organización Mundial del Turismo - OMT (2016) el turismo comprende “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 motivos” (p.51)

Por último, el turismo es un hecho social al integrar al humano, pero también es producto de unos efectos económicos y culturales, es decir, el turismo es un hecho integrador y, por lo tanto, el turismo debe ser visto como hecho sociocultural y económico, debido a que el hombre se manifiesta dentro de unos espacios determinados.

➤ **Ecoturismo**

De manera inicial se define al ecoturismo, artículo 26 a la Ley 300 del Congreso de la República (1996) como:

“(…) aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. El Ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos. Por lo tanto, el Ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza. El desarrollo de las actividades ecoturísticas debe generar ingresos destinados al apoyo y fomento de la conservación de las áreas naturales en las que se realiza y a las comunidades aledañas.

De acuerdo con lo definido con la Organización Mundial del turismo (2004), el ecoturismo debe ser desarrollado en espacios poco intervenidos por el hombre, debiendo coadyuvar a la protección de la naturaleza y al bienestar de las poblaciones locales, incluyendo aspectos pedagógicos y de interpretación de la naturaleza. Este debe realizarse minimizando los impactos negativos sobre el medio natural, así como sobre el socio cultural (p.36).

Otro planteamiento desarrollado por la OMT (2019) sobre el ecoturismo quien define como

“un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local. El ecoturismo incrementa la sensibilización con respecto a la conservación de la biodiversidad, el entorno natural y los bienes culturales, tanto entre la población local como entre los visitantes, y requiere procesos de gestión especiales para minimizar el impacto negativo en el ecosistema. (p. 33)

Para Kummitha (2020) el ecoturismo es un término que “A menudo se define como turismo sostenible basado en la naturaleza. Sin embargo, el ecoturismo también incorporó dimensiones sociales y culturales donde los visitantes interactúan con los residentes” (p. 637).

➤ **Etnoturismo**

También Barretto (2005) El etnoturismo o turismo étnico, es una forma particular del turismo cultural, donde el atractivo principal es la forma de vida de determinados grupos humanos, diferenciados por raza, religión, región de procedencia y otras características comunes. (P.2)

El etnoturismo posibilita la conservación y revitalización de recursos naturales y culturales mediante la puesta en marcha de procesos constructivos en los que se reviven tradiciones, lenguas y orgullo con demostraciones artísticas, espectáculos y festivales.

Según Yang, Wall y Smith (2008) citado por Yang (2011), en la actualidad, el turismo étnico en general se refiere al turismo motivado por una búsqueda del turista de experiencias culturales exóticas, entre ellas la visita de las aldeas étnicas, hogares de las minorías étnicas y los parques temáticos, participación en eventos étnicos y festivales, observación de bailes o ceremonias tradicionales, o simplemente la compra de artesanías y recuerdos étnicos. (P.8)

➤ **Estudio de factibilidad**

Es importante desde los diferentes procesos, lineamientos, autores, paso a paso tener en cuenta los modelos que se recomiendan a seguir y es por ello que tenemos los siguientes exponentes quienes nos dan modelos y guías para tener en cuenta:

Desde el punto de vista de Sapag et al (2006) uno de los primeros problemas que se observan al evaluar un proyecto es la gran diversidad de tipos que pueden encontrarse, dependiendo tanto del objetivo del estudio como de la finalidad de la inversión. Según el objetivo o la finalidad del estudio, es decir, de acuerdo con lo que se espera medir con la evaluación, es posible identificar tres tipos de proyectos que obligan a conocer tres formas de obtener los flujos de caja para lograr el resultado deseado. Estos son:

a) Estudios para medir la rentabilidad del proyecto, es decir, del total de la inversión, independientemente de dónde provengan los fondos.

b) Estudios para medir la rentabilidad de los recursos propios invertidos en el proyecto o rentabilidad del inversionista.

c) Estudios para medir la capacidad del propio proyecto, a fin de enfrentar los compromisos de pago asumidos en un eventual endeudamiento para su realización. (p.4)

Teniendo en cuenta que son seis son los pasos que deben seguirse para la preparación, formulación, ejecución y evaluación de un proyecto:

- **VIABILIDAD COMERCIAL**
- **VIABILIDAD TÉCNICA**
- **VIABILIDAD DE GESTION**
- **IMPACTO AMBIENTAL**
 - Estudio Legal
 - Estudio de Mercado
 - Estudio Institucional-organizacional
 - Estudio Técnico
 - Estudio Administrativo
 - Estudio Financiero
 - Estudio Socioeconómico
 - Estudio Ambiental
- **VIABILIDAD FINANCIERA**

Teniendo en cuenta Lozano R. M (2020) Los proyectos en el nivel de prefactibilidad o de factibilidad pueden ser elaborados mediante una distribución por temas, cada uno de los cuales aporta información complementaria para tomar una buena decisión. Así, por ejemplo, en cualquier proyecto hay aspectos relacionados con: oferta y demanda de un bien o servicio, tecnología que implica su desarrollo, tipo de organización bajo el cual va a operar, cuantificación de las inversiones necesarias, estudio de las alternativas de financiación, análisis de ingresos y costos cuando entre a operar, rendimientos que genera tanto en términos económicos como sociales e incluso impactos ambientales. Por esta razón, un proyecto también se puede definir como un estudio de carácter técnico y científico que mediante aproximaciones sucesivas permite sustentar la toma de decisiones de inversión. Después de elaborar un proyecto, la decisión puede ser que en el momento las condiciones existentes no lo hacen viable, lo cual no significa que no es un buen trabajo, pues recuerde que el estudio se hace para obtener mayores elementos de juicio antes de tomar una decisión, ya sea continuar con la siguiente etapa o aplazar, modificar o rechazar el proyecto. (p. 40)

- Consideraciones básicas.
- Análisis de oferta y demanda de un bien o servicio, estudio de mercado y comercialización.
- Aspectos técnicos del proyecto
 - Tamaño.
 - Localización.
 - Ingeniería del proyecto.
- Aspectos legales y Administrativos.
- Inversiones y financiamiento.
- Presupuesto de ingresos, costos y gastos.
- Evaluación del proyecto.

Poder desarrollar el estudio de factibilidad, siguiendo el modelo propuesto por Blanco (2004) debe desarrollarse un comprendido de tres análisis, que en orden de realización son los siguientes: estudio de mercado, estudio técnico y el estudio económico-financiero, que a su vez se divide en evaluación económica-financiera y evaluación de resultados. Finalmente, el estudio se complementa con el análisis de riesgos que se realizan a través de un análisis de sensibilidad. (P.78)

El Estudio de factibilidad está dentro de las principales herramientas utilizadas dentro de la gerencia de proyectos durante las fases de visualización y conceptualización. Estos pueden ser aplicados a proyectos tanto de inversión como de carácter social.

Para Blanco, Formulación y Evaluación de proyectos, (2008) a El objetivo principal de un Estudio de Factibilidad de un proyecto de inversión es determinar la factibilidad social, económica y financiera del FLUJO DE FONDOS de la empresa a través de herramientas contables y económicas pertinentes, tales como el Punto de equilibrio y el Valor Agregado, y de herramientas financieras como la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Presente Neto (VPN). (P.188)

Así mismo, Blanco (2008) expresa que el resultado integral de la evaluación no debe centrarse solo en los resultados que se obtengan de las herramientas financieras (valores del VPN y TIR) ya que esto dejaría de lado los aspectos económicos y sociales. Propone entonces que se de especial importancia al flujo de fondos que tenga la organización ya que de este análisis se podrá verificar el origen y su aplicación, así como el balance entre los ingresos líquidos y los egresos líquidos. (P.188)

- **ESTUDIO DE MERCADO**
 - Descripción del producto
 - Determinación y Cuantificación de la demanda.
 - Determinación y Cuantificación de la oferta.

- Definición del mercado Potencial.
- Análisis de precios.
- Estudio de comercialización.
- **ESTUDIO TECNICO**
 - Localización
 - Ingeniería
 - Tecnología utilizada
 - Capacidad instalada y Capacidad utilizada
- **ESTUDIO ECONOMICO – FINANCIERO**
 - Horizonte de Planificación
 - Inversión
 - Depreciación y amortización
 - Costos de nomina
 - Ingresos
 - Gastos
 - Estado de resultados
- **EVALUACIÓN DE RESULTADOS**
 - Valor agregado
 - Punto de Equilibrio
 - Capital de trabajo
 - Flujo de Fondos
 - Rentabilidad de la inversión

Tras analizar las distintas metodologías propuestas por diversos autores, he concluido que la más pertinente para la elaboración de este escrito es la de Adolfo Blanco. Su enfoque no solo se ajusta mejor a los objetivos del trabajo, sino que también proporciona un marco detallado y claro que facilita la implementación de los procesos necesarios. Además, ofrece una estructura sólida que permite abordar cada etapa de manera efectiva, lo que asegura una coherencia a lo largo del desarrollo del escrito. Por estas razones, considero que su metodología es la más apropiada para guiar este análisis.

5.4 Marco Normativo

Es necesario contemplar las normas bajo las cuales debe instruirse el proyecto en cuestión, que dentro de la Constitución Política de Colombia (CPC) estipulan:

- Artículo 72. El patrimonio cultural de la Nación está bajo la protección del Estado. El patrimonio arqueológico y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional, pertenecen a la Nación y son inalienables, inembargables e imprescriptibles. (colombia C. p., 1991)

- Derecho a un ambiente sano: en el Artículo 79 se consagra que: “Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La Ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines”. Esta norma constitucional puede interpretarse de manera solidaria con el principio fundamental del derecho a la vida, ya que éste sólo se podría garantizar bajo condiciones en las cuales la vida pueda disfrutarse con calidad. (colombia c. p., 1991)
- El medio ambiente como patrimonio común: la CPC incorpora este principio al imponer al Estado y a las personas la obligación de proteger las riquezas culturales y naturales (Art. 8), así como el deber de las personas y del ciudadano de proteger los recursos naturales y de velar por la conservación del ambiente (Constitucion politica de colombia) (Art. 95). Así, en el Artículo 58 se estipula que: “la propiedad es una función social que implica obligaciones y, como tal, le es inherente una función ecológica”; continúa su desarrollo al determinar en el Artículo 63 que: “Los bienes de uso público, los parques naturales, las tierras comunales de grupos étnicos, las tierras de resguardo, el patrimonio arqueológico de la Nación y los demás bienes que determine la Ley, son inalienables, imprescriptibles e inembargables”.
- El Artículo 80 establece que: “El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación o sustitución. Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados. Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en zonas fronterizas”. Lo anterior implica asegurar que la satisfacción de las necesidades actuales se realice de una manera tal que no comprometa la capacidad y el derecho de las futuras generaciones para satisfacer las propias. (colombia C. p., 1991)

De igual manera, es importante tener en cuenta las normativas existentes en el marco del turismo en Colombia:

- Ley 300 de 1996: por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones. En esta se considera la actividad turística como una industria esencial para el desarrollo del país, cumpliendo además una función social, y se manifiesta que, por lo anterior, el Estado dará una especial protección a razón de su importancia para el desarrollo nacional, en términos de las tasas aplicables a los prestadores de servicios turísticos.
- Decreto 504 de 1997: por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo, estableciendo que el Ministerio de Desarrollo Económico llevará un registro nacional

de turismo, en el cual deberán inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia, este será obligatorio para el funcionamiento de dichos prestadores turísticos y deberá actualizarse anualmente. (Colombia, Decreto)

- Decreto 1075 de 1997: por el cual se señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos, cuando incurran en cualquier conducta inadecuada mencionada en dicho artículo, dentro de estas se encuentra el uso de publicidad engañosa o que induzca a error al público sobre precios, calidad o cobertura del servicio turístico ofrecido, incumplimiento con los servicios ofrecidos, incumplimiento a las obligaciones frente a las autoridades de turismo. (colombia g. d.)
- Decreto 2646 de 2013: por el cual se reglamenta la exención del impuesto sobre las ventas para servicios turísticos. Se consideran servicios exentos del impuesto sobre las ventas los servicios turísticos vendidos bajo la modalidad de planes o paquetes turísticos por las agencias operadoras, así como los servicios hoteleros prestados por los hoteles inscritos en el Registro Nacional de Turismo, siempre y cuando dichos servicios sean prestados a residentes en el exterior y sean utilizados en el país, de acuerdo con las funciones y actividades autorizadas por la Ley 300 de 1996. (Colombia, Decreto)

6. DISEÑO METODOLOGICO

La investigación planteada corresponde a una investigación mixta (cuantitativa, cualitativa), de acuerdo con lo planteado por Hernández et al (2014), se emplea cuando se está buscando un conocimiento más profundo sobre un problema, pues tiene como propósito dar una visión exacta en un aspecto específico del ambiente del mercado, todo ello teniéndose en cuenta variables tanto cualitativas como cuantitativas, tales como: análisis del mercado, análisis administrativo, análisis financiero, análisis técnico – operativo y análisis de riesgos, para el establecimiento de un estudio de factibilidad enfocado en el desarrollo del etnoecoturismo en el municipio de Pitalito, Huila.

El alcance de la investigación es exploratorio, según con Hernández et al (2014). Es exploratoria, ya que lo analizado a la fecha no se han realizados estudios de factibilidad para la creación de una empresa de servicios etnoecoturismo en el municipio y tampoco a nivel departamental. Cabe mencionar que no realizo estudios etnográficos como parte de esta investigación.

Con el fin de analizar y desarrollar la propuesta de del plan de negocios se plantea trabajar con la siguiente estructura:

- **Estructura de la factibilidad:** Según Blanco (2007) el principal objetivo de factibilidad de un proyecto es determinar la viabilidad social, económica y financiera haciendo uso de determinantes contables y económicas como lo son el cálculo del punto de equilibrio y el valor agregado, así como también el uso de herramientas financieras. (P.188)
- **Estudio de mercado:** De acuerdo con Urbina (2010), los objetivos del estudio de mercado son:
 - Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
 - Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
 - Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
 - Como último objetivo, tal vez el más importante, pero por desgracia intangible, dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado. Una demanda insatisfecha clara y grande no siempre indica que pueda penetrarse con facilidad en ese mercado, ya que éste puede estar en manos de un monopolio u oligopolio.

Un mercado en apariencia saturado indicará que no es posible vender una cantidad adicional a la que normalmente se consume. (P.24)

➤ **Aspectos Organizacionales:** son los aspectos que dan forma y configuran el modelo de funcionamiento para la organización Sapag et al (2014), desde la “Guía para la elaboración de un plan de negocios en ecoturismo” Ochoa (2008) tienen en cuenta los siguientes aspectos para la empresa:

- a) Misión, este aspecto define la organización de forma estratégica con sus ventajas competitivas;
- b) Visión, se definen la búsqueda y expectativas en escenarios futuros;
- c) objetivos, los cuales se relacionan con la misión desde objetivos específicos que lleven a cumplir el objetivo general;
- d) Tipo de empresa, según las diferentes clasificaciones para organizaciones establecidas por la superintendencia de sociedades y según las características que se adapten mejor a la organización;
- e) Capacidad operativa, según los recursos y requerimientos necesarios para llevar a cabo los procesos; registros empresariales, dan soporte legal al funcionamiento del negocio, así como la estructura organizacional, en donde se establezcan las funciones, cargos y comunicación entre las fuerzas de la organización. (P.43)

Evolución Financiera: es la etapa final donde confluye toda la información de los diferentes componentes del proyecto desde un punto de vista financiero con la elaboración del presupuesto y los flujos de caja, los cuales permiten la evaluación financiera sapag et al. (2014). en la evaluación financiera se hacen uso de indicadores que representan el valor del dinero a través del tiempo, como valor presente neto (VPN), y la tasa interna de retorno (TIR), así como el periodo de recuperación de la inversión o payback y la razón costo beneficio (RCB) sapag et al. (2014).

6.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	MES							
	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Formulación ya aprobación de la propuesta								
Recolección de datos primarios, realización del diagnóstico.								
Planteamiento del plan de la creación de empresa								
Procesamiento de datos y Redacción de factibilidad.								
Presentación y revisión la viabilidad								
Redacción del documento de tesis								
Revisión								
Elaboración del Informe								
Presentación final y Sustentación								

7. ESTUDIO DE MERCADO

7.1 Objetivo General

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios etnoecoturísticos en el municipio de Pitalito-Huila

7.2 Objetivos Específicos

- Identificar características de los clientes y determinar la demanda.
- Evaluar la disposición económica y aceptación del producto o servicio.
- Analizar la competencia directa o indirecta existente.

7.3 Definición del Producto

El producto en este caso es un servicio de turismo con especificidad del etnoecoturismo dado por paquetes que incluye: Transporte alojamiento, alimentación basada en la gastronomía ancestral huilense, Póliza de seguro médico, Talleres de danza ancestral y rituales de armonización indígena, y combo de amasijos y dulces huilenses comida rápida; y bebidas ancestrales (zurumba, se villana, colada de cachaco, chicha de maíz, chicha de yuca, chicha de arroz y piña, etc.) todo esto se llevará a cabo en la zona rural del municipio de Pitalito (Huila).

ACTIVIDADES POR HACER



Caminatas: Descubre la belleza natural en senderos cercanos



Recorrer la ciudad: Disfruta de la gastronomía local y enamorate de sus artesanías.



EL PLAN INCLUYE

-  Transporte ida y vuelta desde Neiva.
-  Alojamiento en hotel con desayuno incluido
-  Excursion guiada a la laguna de Guatipán.
-  Recorrido en canoa por la laguna.
-  Visita a la reserva la pompeya.
-  Almuerzo y cena de bienvenida
-  Seguro de Viaje



DESCUBRE PITALITO CON NOSOTROS;



!Únete a nosotros en una aventura inolvidable;

Descubre la magia de la cultura local, la belleza natural y las emocionantes aventuras que este mágico destino tiene para ofrecer.

Elaboración propia, fotografías suministradas PitalitoNoticias.

- **Naturaleza y uso:** La naturaleza del producto es intangible, dado que es un servicio inmediato que se consume o se utiliza al instante, sin posibilidad de ser almacenado.
- **Modo de uso:** Se utiliza de manera presencial y puede ser transferido a otra persona si el comprador no puede hacer uso del servicio.
- **Ventajas:** Dentro de lo positivo de hacer uso del paquete turístico, están las siguientes:
- **Económico:** El servicio es accesible gracias a la conveniencia de los paquetes turísticos y el alojamiento proporcionado, ya sea en hoteles.
- **Facilidades de pago:** Es posible hacer un plan de pago a plazos mediante una cuenta bancaria, sin cargos adicionales, o acceder a un descuento si se paga en su totalidad.
 - El servicio es ecológico y promueve una imagen positiva del municipio.

7.3.1 Producto Sustituto o Complementario

Para esta investigación se definirá los productos sustitutos como aquellos paquetes o servicios turísticos, que tienen características parecidas que pueda sustituir a los que se

ofrecen en el mercado. Estos productos sustitutos y complementarios pueden cambiar según las preferencias y necesidades de los viajeros, así como el tipo de turismo que elijan.

7.3.1.1 Productos complementarios.

Los productos complementarios al turismo debido a que no se ofertan directamente por la agencia, pero si por parte de los comerciantes y otros colegas que colaboran con el desarrollo económico y turístico de la región y municipio y estos serían:

- ✓ **Alquiler de carros en el destino:** Un turista que ha viajado a un destino puede alquilar un carro como complemento a su viaje para moverse de manera más cómoda y flexible.
- ✓ **Bebidas típicas** bien sea mistela, cervezas artesanales como deleite tipo licor que en el municipio se puede conseguir.
- ✓ **Venta de artesanías** ya sean llaveros o elementos emblemáticos del municipio como puede ser una chiva. El turista tiene la autonomía de decidir comprar por ejemplo chivas, vasijas, llaveros, y elementos hechos a base de arcilla laboyana.
- ✓ **Venta de postres y dulces** propios del municipio como los son el bocadillo de guayaba laboyana, arequipes y cortados, que son una delicia y de fácil adquisición.

7.3.1.2 Disponibilidad de servicios y/o paquetes turísticos sustitutos: hace referencia a la existencia de paquetes o servicios turísticos que coinciden significativamente en las características a los que se ofrece actualmente en el mercado. Por ejemplo: hotelería tradicional está siendo reemplazada por las cabañas, apartamentos y camping.

- ✓ **Alojamiento en hoteles vs. alquiler de apartamentos o casas (Airbnb):** Un viajero puede elegir quedarse en un hotel o en un alojamiento ofrecido por plataformas como Airbnb. Ambos ofrecen un lugar donde hospedarse, pero de formas diferentes.
- ✓ **Viajes en avión vs buses transportes público:** Dependiendo de la distancia y el presupuesto, un viajero puede optar por volar o tomar un bus para llegar a su destino.
- ✓ **Turismo de aventura vs. ecoturismo:** Si el objetivo del viaje es una experiencia única, el viajero puede sustituir una excursión de ecoturismo por una experiencia de aventura (Turismo de aventura).
- ✓ **Restaurantes locales vs. comida rápida:** En lugar de disfrutar de un restaurante local de alta gama, el viajero puede optar por cadenas de comida rápida como una opción más económica y rápida.

7.4 ÁREA DE MERCADO

7.4.1 Áreas geográficas de interés:

-Mercado local/regional: Se Puede atraer a turistas nacionales o regionales que buscan escapadas de fin de semana o vacaciones más cortas.

-Mercado internacional: Personas que vienen de otros países, especialmente de aquellos con un fuerte enfoque en el ecoturismo y la sostenibilidad (Europa, Estados Unidos, Canadá).

No obstante, la empresa asesorara al turista la ruta hacia el destino o punto de encuentro en el municipio de Pitalito. En la creación de la empresa de servicios etnoecoturísticos, los **clientes potenciales** o **área de mercado** se centrarían en aquellos que buscan experiencias auténticas y sostenibles, así como en quienes tienen un interés especial en la naturaleza y las culturas locales. como:

Turistas de aventura y naturaleza:

- **Perfil:** Personas interesadas en actividades al aire libre, como senderismo, observación de fauna y flora, o deportes de aventura.
- **Intereses:** Contacto directo con la naturaleza, paisajes únicos, preservación del medio ambiente.
- **Edad:** Generalmente jóvenes y adultos entre 18 y 45 años.
- **Origen:** Nacional e internacional.

Ecoturistas:

- **Perfil:** Viajeros que buscan un turismo responsable y sostenible, interesados en minimizar su impacto ambiental.
- **Intereses:** Conservación de la biodiversidad, prácticas sostenibles, inmersión en el entorno natural sin dañar el ecosistema.
- **Origen:** Turistas concienciados con el medio ambiente, provenientes de ciudades con una fuerte cultura ecológica o países con políticas de sostenibilidad.

Turistas culturales y etnográficos:

- **Perfil:** Personas interesadas en aprender sobre las culturas y tradiciones locales.
- **Intereses:** Inmersión en las costumbres y formas de vida de las comunidades indígenas o locales, participación en actividades culturales (artesanías, música, gastronomía).
- **Edad:** Adultos de entre 25 y 60 años que valoran el turismo cultural y patrimonial.

- **Origen:** Nacionales e internacionales, especialmente de países con interés en culturas indígenas.

Grupos de turismo educativo:

- **Perfil:** Estudiantes, académicos o investigadores interesados en la biodiversidad, sostenibilidad, o estudios culturales.
- **Intereses:** Programas educativos, visitas organizadas a reservas naturales, interacción con comunidades locales para aprender sobre sus prácticas tradicionales.
- **Origen:** Universidades, institutos de investigación, o colegios interesados en programas de estudio o prácticas relacionadas con el medio ambiente o la antropología.

Viajeros de bienestar y turismo regenerativo:

- **Perfil:** Personas que buscan un turismo centrado en el bienestar personal y la regeneración ambiental.
- **Intereses:** Turismo basado en experiencias que promuevan la paz, el equilibrio con la naturaleza, y el respeto por las culturas locales.
- **Origen:** Nacional e internacional, principalmente de países con una fuerte cultura de bienestar y sostenibilidad.

Turistas corporativos con responsabilidad social:

- **Perfil:** Empresas que buscan organizar retiros o viajes de incentivo para sus empleados con un enfoque en la sostenibilidad y la cultura local.
- **Intereses:** Viajes de incentivos con un componente ético, inmersión en comunidades locales, y actividades que fomenten el trabajo en equipo en entornos naturales.
- **Origen:** Empresas que promueven la sostenibilidad y el bienestar de sus empleados, tanto nacionales como internacionales.

Familias:

- **Perfil:** Familias que desean ofrecer a sus hijos una experiencia única y educativa en la naturaleza y la cultura local.
- **Intereses:** Experiencias familiares seguras que ofrezcan actividades recreativas en entornos naturales, junto con interacciones culturales accesibles para niños.
- **Origen:** Nacional e internacional, especialmente de ciudades urbanas.

- 7.4.2 Población: La población objetivo de este estudio incluye tanto a la totalidad de la población colombiana como a los visitantes de nuestro municipio provenientes de diversos países.
- 7.4.3 Ingresos: En esta investigación se busca ofrecer paquetes turísticos a individuos y empresas cuyos ingresos sean iguales o superiores a un salario mínimo, y que dependen de la comercialización o de las diversas actividades que llevan a cabo.

7.5 CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN

Son las políticas y términos de uso del servicio tanto para el cliente como para los vendedores u oferentes. Entre las condiciones están:

- 7.5.1 Para el consumidor: tener en cuenta el límite de tiempo en el uso de los paquetes turísticos, seguir las normas y reglamentos que estipula la empresa, la póliza de seguro médico por parte de la empresa, solo cubre en zonas autorizadas, Cumplir los horarios de los paquetes turísticos establecidos por la empresa, los niños con edad igual o mayor de 5 años pagan un cupo en los diferentes paquetes turísticos.
- 7.5.2 Para el vendedor: Respetar las cláusulas y normatividad turística, dar a conocer la normatividad de la empresa y sitios en los que se realizaran las actividades, no hacer publicidad engañosa.

7.6 DEMANDA A CUBRIR

Pitalito es un municipio ubicado en el sur del departamento de Huila, conocido por su rica biodiversidad, cultura local y tradiciones ancestrales. La región presenta un gran potencial para el desarrollo de servicios etnoecoturísticos, aprovechando sus paisajes naturales y su patrimonio cultural.

✓ Identificación de la Demanda

El estudio de factibilidad tiene como objetivo identificar y analizar la demanda potencial para servicios etnoecoturísticos en Pitalito. Esto incluye:

- **Turistas Nacionales e Internacionales:** Identificar el interés de turistas que buscan experiencias auténticas que integren la naturaleza y la cultura local.
- **Viajeros de Aventura:** Determinar la cantidad de personas interesadas en actividades al aire libre, como senderismo, avistamiento de aves y visitas a comunidades indígenas.

- **Familias y Grupos:** Evaluar la demanda de paquetes turísticos adaptados para familias y grupos que deseen disfrutar de experiencias educativas y recreativas.
- **Ecoturistas y Viajeros Sostenibles:** Analizar el interés de aquellos que valoran el turismo responsable y sostenible, buscando experiencias que minimicen el impacto ambiental y promuevan la conservación.

Para evaluar la demanda a cubrir, se tendrán en cuenta los siguientes factores:

- **Perfil del Cliente:** Características demográficas, preferencias, intereses y comportamientos de los potenciales turistas.
- **Condiciones del Mercado:** Competencia existente en la región, tendencias del turismo sostenible y etnoecoturismo, y niveles de satisfacción de los turistas actuales.
- **Capacidad de Oferta:** Recursos naturales y culturales disponibles, infraestructura turística existente, y la posibilidad de colaborar con comunidades locales.
- **Estacionalidad:** Identificar las temporadas de mayor afluencia turística y cómo esto impactará en la demanda de servicios.

El estudio de factibilidad buscará no solo entender la demanda actual, sino también identificar oportunidades de crecimiento y áreas de mejora en el sector etnoecoturístico de Pitalito, Huila. Esto permitirá desarrollar un plan de negocio que responda efectivamente a las necesidades de los turistas y fomente el desarrollo sostenible de la región.

7.7 MATRIZ DE COSTO.

En la matriz de costos se harán las especificaciones detalladas de los costos incurridos en un paquete organizado teniendo en cuenta las comisiones por ventas en alimentación, transporte y alojamiento que serán de un total de 20% teniendo en cuenta la variación de costos e impuestos dentro de los paquetes turísticos.

Tabla 1. Matriz de costos

ITEM	CANTIDAD	COSTO U.	TOTAL
Hospedaje (asistencia de guías)	3 noches	\$ 65.000	\$ 195.000
Desayuno (asistencia de guías)	3	\$ 10.000	\$ 30.000
Almuerzo (asistencia de guías)	3	\$ 15.000	\$ 45.000
Cena (asistencia de guías)	3	\$ 15.000	\$ 45.000

Refrigerio (asistencia de guías)	3	\$ 5.000	\$ 15.000
Transporte chiva	3	\$ 10.000	\$ 30.000
Transporte moto	3	\$ 6.000	\$ 18.000
TOTAL			\$ 303.000
COMISIÓN POR VENTA (20%)			\$130.000
Servicio de guía			\$100.000

Fuente: Elaboración propia

Estos valores son corresponden a los precios que se están manejando actualmente en el mercado del Municipio de pitalito y teniendo en cuenta que pueden ser ajustados a las preferencias y gustos de los viajeros, esto con la finalidad de tener el precio más bajo y que brinda calidad a lo que se quiere ofrecer pero que estos también pueden cambiar dado la exigencia de los turistas dependiendo de los gustos y comodidades que estos quieran adquirir.

7.8 PRÁCTICAS DE COMERCIALIZACIÓN

Son las actividades directas o indirectas que se van a utilizar para llegar y medir la demanda.

Estrategias de Marketing

Marketing Digital:

- Se Desarrollará un sitio web atractivo con información sobre paquetes, reservas en línea y testimonios de clientes.
- Crear perfiles en redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok) para compartir contenido visual y educativo sobre la cultura local y la biodiversidad.
- Utilizar SEO para aumentar la visibilidad en búsquedas relacionadas con turismo sostenible y etnoecoturismo.

Publicidad:

- Realizar campañas de publicidad en línea dirigidas a turistas potenciales, utilizando plataformas como Google Ads y Facebook Ads.
- Participar en ferias y eventos de turismo para promocionar los servicios.

Relaciones Públicas:

- Colaborar con bloggers o los conocidos influencers de viaje y periodistas para que visiten y escriban sobre la experiencia.

- Establecer relaciones con agencias de viajes y operadores turísticos para ofrecer paquetes conjuntos.

Marketing de Contenido:

- Crear un blog con artículos sobre turismo sostenible, guías sobre la región y consejos para los viajeros.
- Desarrollar contenido audiovisual que destaque las experiencias ofrecidas, como videos de tours y entrevistas con guías locales.

Plan de Acción

- **Lanzamiento:** Organizar un evento de lanzamiento que incluya una presentación de los servicios y una experiencia gratuita o de descuento para los primeros clientes.
- **Cronograma:** Establecer un cronograma trimestral para evaluar el progreso de las estrategias de marketing y realizar ajustes según sea necesario.

Presupuesto

- Detallar los costos asociados a cada estrategia, incluyendo publicidad, desarrollo web, participación en eventos y creación de contenido.

Evaluación y Control

- **Indicadores de Éxito:**
 - Número de visitas al sitio web y engagement en redes sociales.
 - Tasa de conversión de reservas y ventas de paquetes turísticos.
 - Feedback y satisfacción del cliente mediante encuestas post-experiencia.
- **Revisiones:** Realizar revisiones semestrales del plan para ajustar estrategias según resultados y cambios en el mercado.

Tabla 2. Especificación de los costos de las prácticas de comercialización

PRACTICAS DE COMERCIALIZACION				
Pagos anuales	Descripción de la practica	Costo / cantidad	Costo Unitario	Costo total a 1 año
Mantenimiento de página web	Ajustes y optimización	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Volantes	Información relevante de gran atractivo visual	Un millar	\$ 300.000	\$ 300.000
Brochure	Estandarización de precios y demás	Medio millar	\$ 500.000	\$ 500.000
Correo electrónico	Creación de una cuenta Gmail	No tiene costo	\$ -	\$ -
Manillas de papel	Con variedad de colores para identificar los servicios adquiridos	11.100 manillas	\$ 95	\$ 1.054.500
Community Manager	Rebranding de la marca	\$ 300.000	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000
Cuña radial	2 cuñas día por medio de 30 segundos en los medios locales AM Y MD		\$ 540.000	\$ 6.480.000
TOTAL			\$ 5.140.095	\$ 12.134.500

Fuente: Elaboración propia

Calidad: La calidad del servicio se mantiene en un nivel estándar, dividido en categorías que incluyen alojamiento en hoteles y espacios cómodos de nivel intermedio. En cuanto a la alimentación, se establecerá una cadena logística que asegure la seguridad y calidad de los productos ofrecidos.

Precios: Los precios variarán según las fechas y temporadas del año. Durante la temporada alta, los costos aumentarán debido a los gastos asociados con el servicio hotelero, mientras que, en temporada baja, el paquete tendrá un precio reducido según las fechas establecidas.

Pago:

- De contado:** Para los paquetes turísticos el pago será de contado o a cuotas hasta cancelar su totalidad.
- Plan separe:** Se separa el cupo del paquete turístico sin devolución de dinero si el cliente no hace uso del mismo.
- Manera de pago:** los pagos pueden realizarse en efectivo o por medio de cuentas bancarias.

7.9 ENCUESTA GENERAL DE MERCADEO

El objetivo principal de la siguiente encuesta fue recolectar información sobre los intereses de los ciudadanos en relación con la existencia de una empresa que ofrezca servicios etnoecoturísticos en el municipio de Pitalito. Con base en los resultados obtenidos, hemos podido identificar algunas posturas y conocimientos que nos dan una idea más clara de cómo se encuentra el mismo con relación a la existencia de una empresa con esta visión lo cual aporta información importante para el estudio.

Además, se realizó un análisis exhaustivo de los datos, que permitió extraer conclusiones relevantes sobre la demanda que se quiere cubrir. Considero que estos resultados son valiosos para el desarrollo de mi proyecto, y estaré encantado de clarificar cualquier aspecto adicional si fuese necesario.

Técnica de muestreo: Se usó la técnica de muestreo de población finita con un margen de confianza y éxito del 95% para la población de Pitalito para el 2023 es de 134.110 habitantes, información suministrada por el DANE. sumado a esto se hará un muestreo estratificado, con personal conocido en redes sociales de diferentes lugares, para así garantizar diferentes interpretaciones acerca de la información sensible.

Figura 10. Formula técnica de muestreo

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{Z^2 * p * q * (N-1) * e^2}$$

Fuente: Elaboración propia

N= 134.110 habitantes de Pitalito

Z= 1,96 (nivel de confianza)

P= 95% de probabilidad de éxito

Q= 5% de probabilidad de fracaso

E= 8% de margen de error máximo tolerado Muestra= 156 pers. de Pitalito

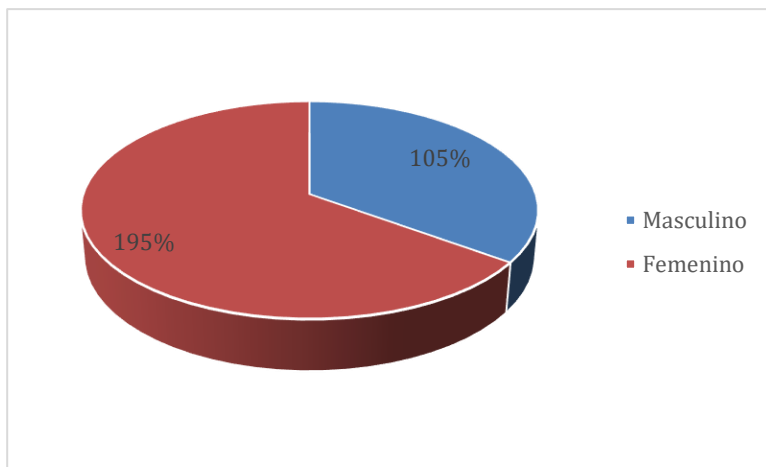
Muestreo estratificado por redes sociales= 144 personas, sumando un total de 300 personas

8. RESULTADOS

A partir de lo anterior información se aplica el instrumento a la población objetivo.

Figura 1. Género

Genero	Cantidad
Masculino	105
Femenino	195
Total	300

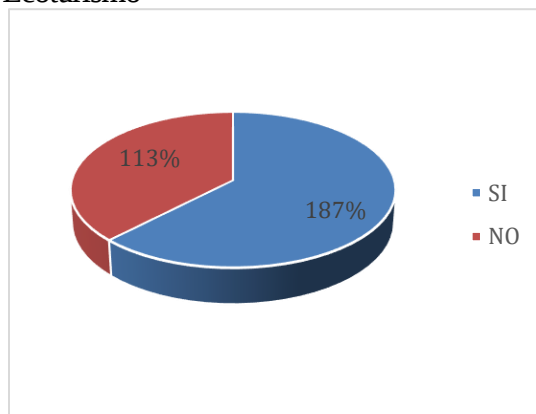


Fuente: Elaboración propia

De las 300 personas encuestadas, se observa que el género femenino representa una mayor proporción de respuestas, alcanzando un 195% de participación, frente al 105% del género masculino. Esto sugiere que las mujeres se sienten más confiadas al considerar la visita a sitios turísticos en comparación con los hombres.

Figura 2. Conocimiento De Ecoturismo

Concepto	Cantidad
SI	187
NO	113

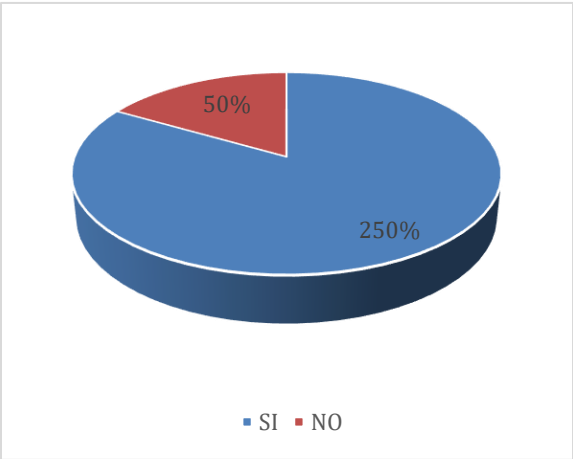


Fuente: Elaboración propia

Se identificó que 113 personas no estaban familiarizadas o no tenían una comprensión clara del concepto de etnoecoturismo. A estas personas se les proporcionó retroalimentación sobre el tema por parte de los encuestadores.

Figura 5. Visita De Sitios Turísticos

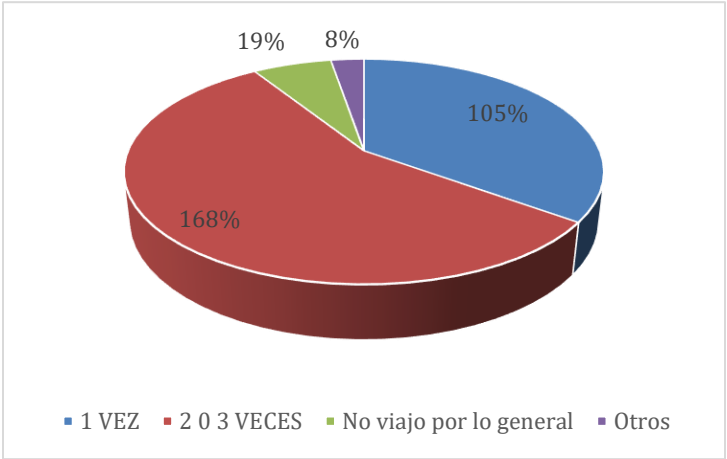
Visita	Cantidad
SI	250
NO	50



Fuente: Elaboración propia

En la figura anterior, se muestra que un total de 250 personas visitan sitios turísticos. Esto indica que participan en actividades distintas, y que solo 50 no participa o visita sitios turisticos.

Figura 3. Frecuencia Anual De Visita A Destinos Turístico

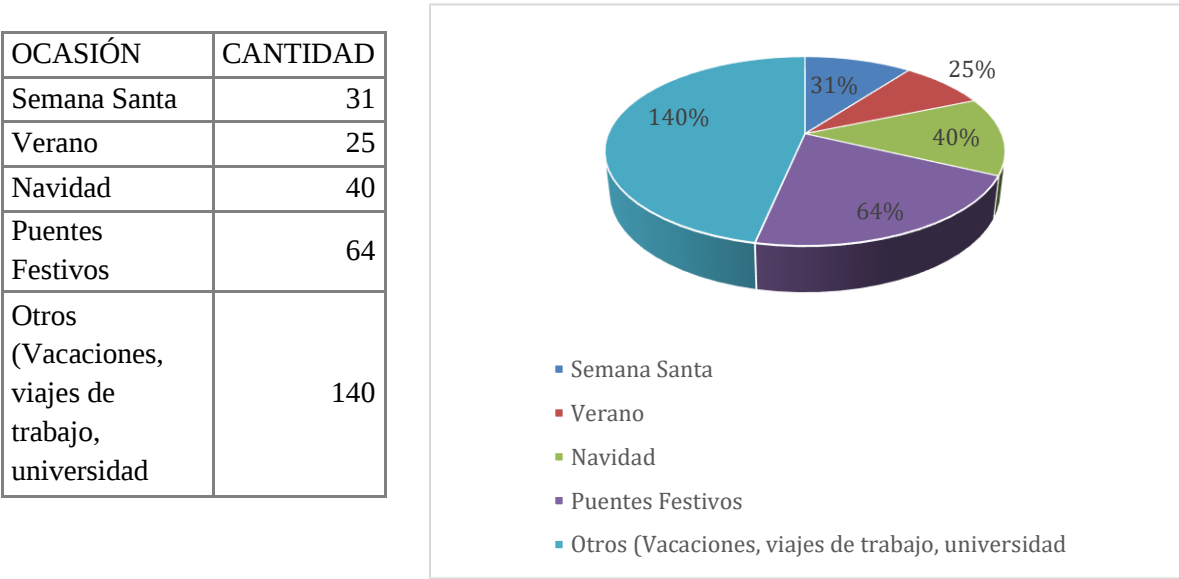


VISITA ANUAL	CANTIDAD
1 VEZ	105
2 0 3 VECES	168
No viaje por lo general	19
Otros	8

Fuente: Elaboración propia

En este punto la mayoría suele frecuentar 2 o 3 veces durante el año sitios turísticos en determinadas fechas o épocas del año que les permiten realizar sus actividades en las diferentes zonas.

Figura 4. Época Y Momentos Del Año Los Visita

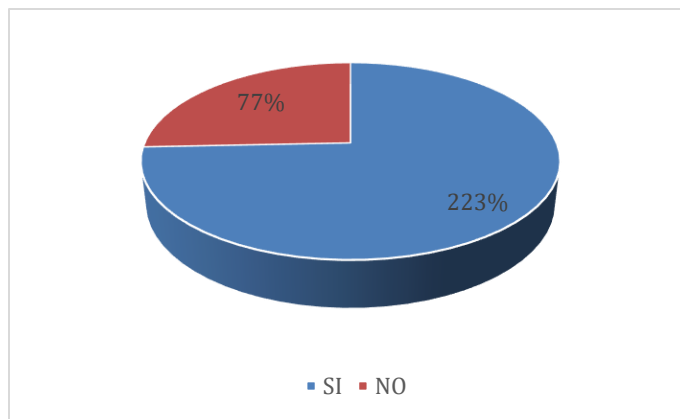


Fuente: Elaboración propia

Esta respuesta es muy interesante puesto que se viaja más en grupos universitarios, laborales, seguido de los puentes festivos que es una motivación para las personas que trabajan en horario de oficina de lunes a viernes, o lunes a sábado, tener una disponibilidad de 2 o 3 días libres para vacacionar son de gran interés.

Figura 5. Frecuencia De Visita A Espacios Y Reservas Naturales

VISTA	CANTIDAD
SI	223
NO	77

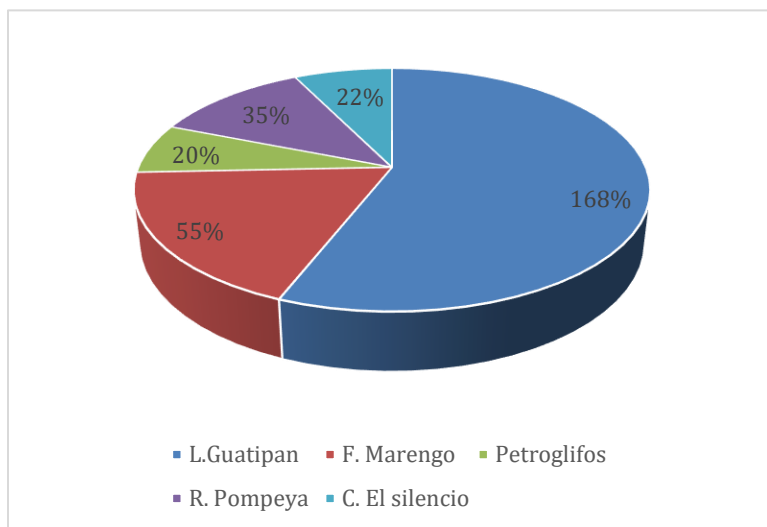


Fuente: Elaboración propia

Es un punto a favor, que el 223% responda con tendencia hacia espacios y reservas naturales, ya que son los destinos que se les va a ofertar, por ende, con esta respuesta se puede predisponer a una alta aceptación.

Figura 6. Visita De Sitios Turísticos De Pitalito y Alrededores

Destinos	Cantidad
L.Guatipan	168
F. Marengo	55
Petroglifos	20
R. Pompeya	35
C. El silencio	22

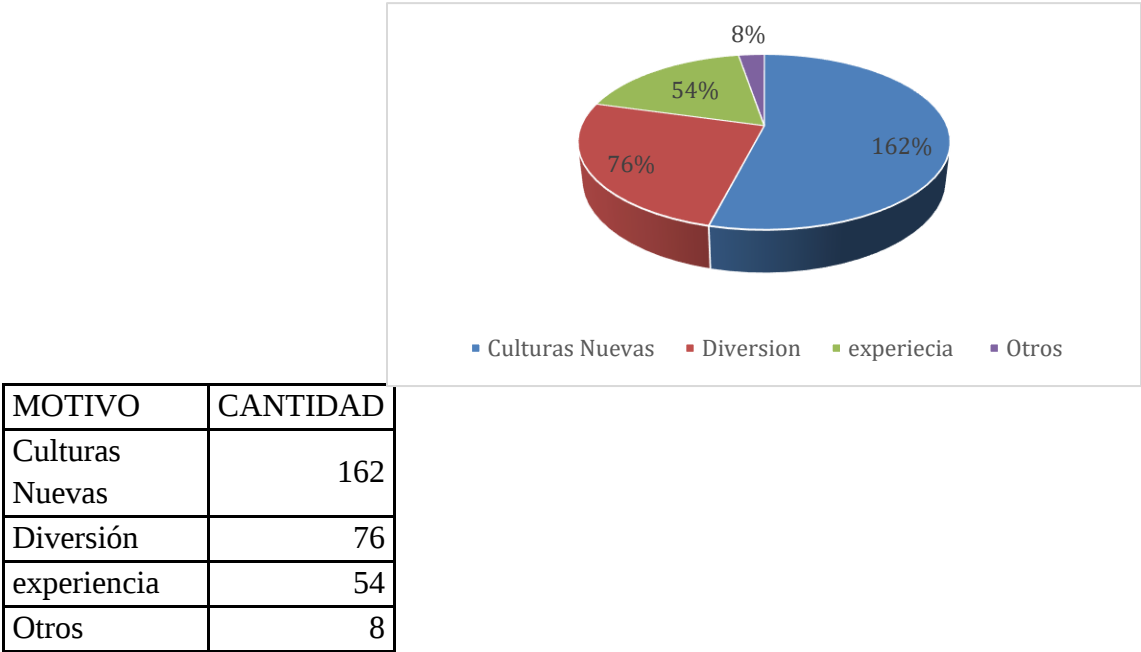


Fuente: Elaboración propia

En la realización de la encuesta, las personas tenían la opción de marcar una o varias respuestas, por tal motivo la suma excede el total de personas encuestadas.

Teniendo en cuenta lo anterior, el destino más visitado por los encuestados es la laguna de Guaitipán, seguido de la finca Marengo, esto indica que la tendencia a los destinos clásicos o más conocidos de Pitalito ya mencionados proponen otros destinos como petroglifos en las veredas de Guacacayo, cascada el silencio entre otros.

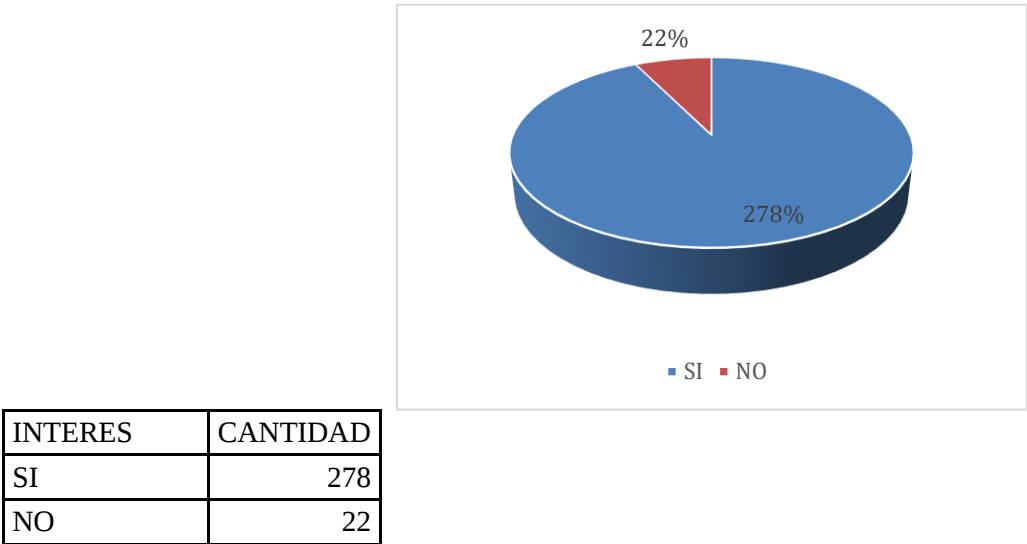
Figura 8. Motivación Para Realizar Turismo



Fuente: Elaboración propia

Le agrada al público en general, conocer culturas nuevas y tener experiencias nuevas.

Figura 9. Necesidad De Contar Con Un Guía Etnoecoturístico.

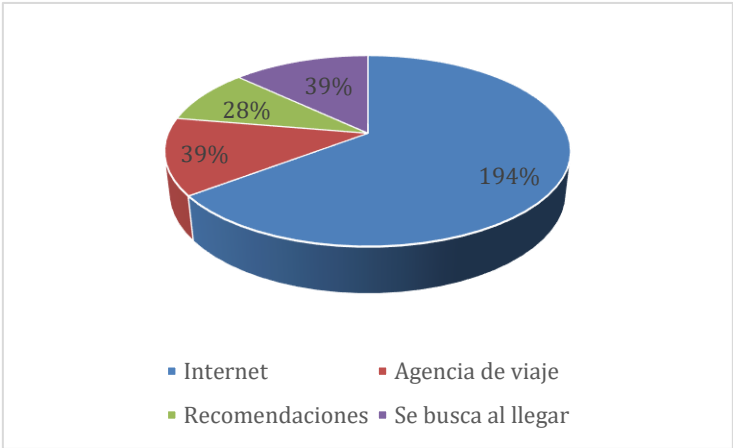


Fuente: Elaboración propia

Contar con un guía es una excelente referencia, ya que proporciona orientación a las personas, especialmente en aspectos como el cuidado al caminar, qué animales es seguro acercarse y dónde encontrar alimentos de buena calidad.

Figura 10. Búsqueda De Alojamiento

BUSQUEDA DE ALOJAMIENTO	CANTIDAD
Internet	194
Agencia de viaje	39
Recomendaciones	28
Se busca al llegar	39

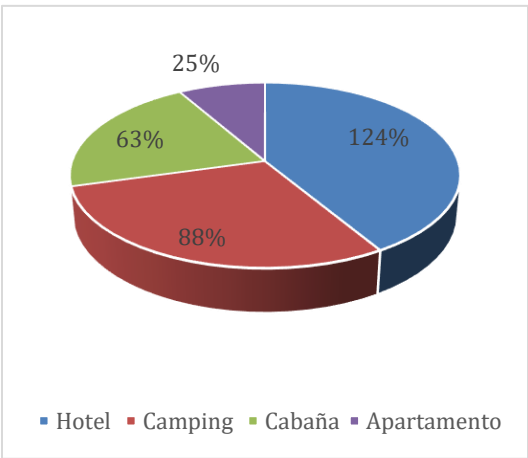


Fuente: Elaboración propia

El 194% indica que realiza su búsqueda a través de Internet, lo que resalta la influencia actual de las redes sociales y la búsqueda en línea. A continuación, un 39% prefiere contactar directamente a la agencia de viajes para que gestione todo. Una estrategia eficaz sería que las agencias exhiban la variedad de hoteles y cabañas con las que tienen alianzas.

Figura 11. Preferencia De Alojamiento

PREFERENCIA DE ALOJAMIENTO	CANTIDAD
Hotel	124
Camping	88
Cabaña	63
Apartamento	25

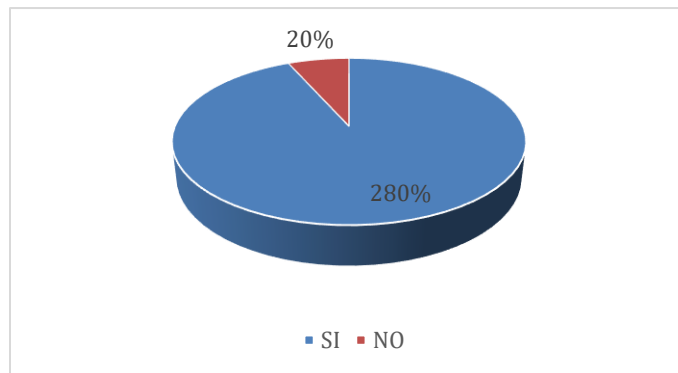


Fuente: Elaboración propia

La preferencia es alta en hoteles siendo 124%, pero también los glamping con un 88% pueden alternarse para ofrecerle al turista.

Figura 12. Disposición A Comprar Un Paquete Turístico Con Transporte y Alojamiento

DISPOSICION	CANTIDAD
SI	280
NO	20

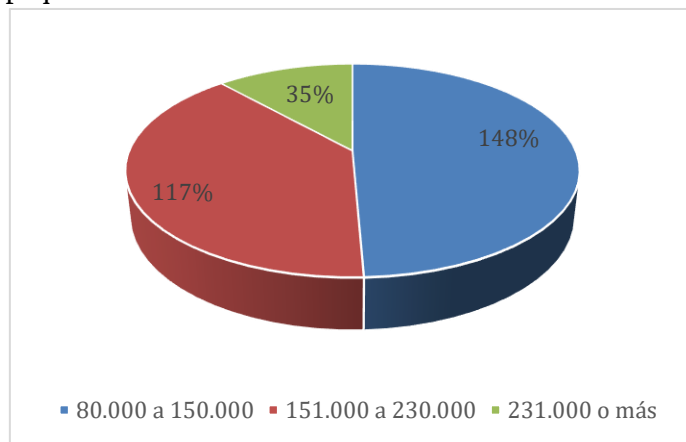


Fuente: Elaboración propia

La preferencia es prácticamente total, ya que muchos optan por paquetes todo incluido debido a que suelen ser más económicos. Además, incluso cuando no lo son, permiten ahorrar en la organización logística, ya que el turista busca disfrutar de la experiencia sin preocuparse por los detalles del viaje.

Figura 13. Disposición A Pagar por un paquete turístico

DISPOSICION A PAGAR	CANTIDAD
80.000 a 150.000	148
151.000 a 230.000	117
231.000 o más	35



Fuente: Elaboración propia

En este punto hay una gran cantidad de personas que estarían dispuesto a pagar entre \$80.000

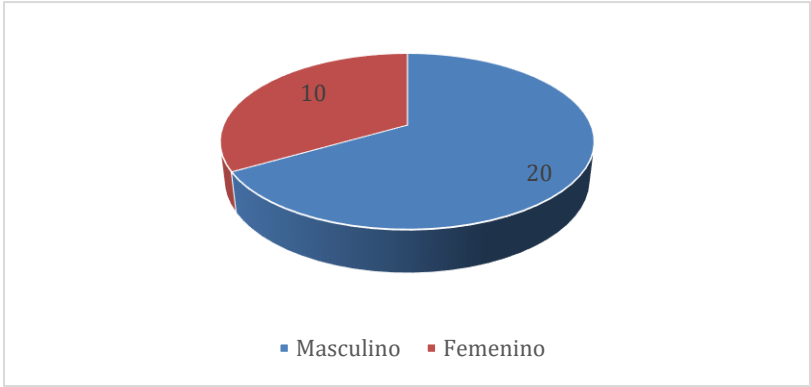
a \$230.000 por un paquete turístico que incluya transporte, alimentación y hospedaje de acuerdo a los paquetes que se puedan ofertar.

8.1 ENCUESTA FOCUS GROUP

Para la encuesta de focus group se utilizó un porcentaje del 10% de la muestra principal siendo una cantidad de 30 personas las encuestadas, divididas en dos sesiones, uno con el total de los encuestados y finalmente con un grupo más pequeño de 10 encuestados.

Figura 14. Genero

SEXO	CANTIDAD
Masculino	20
Femenino	10

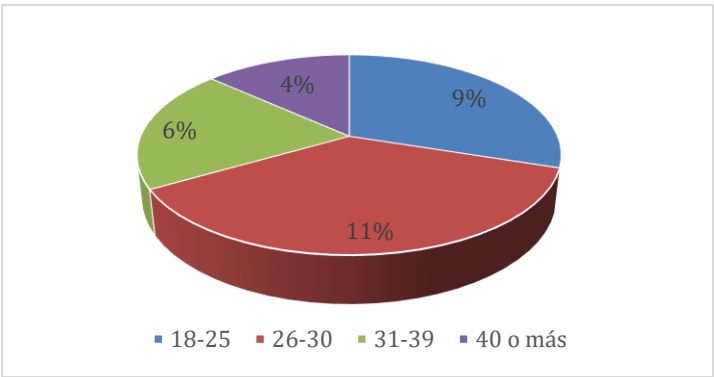


Fuente: Elaboración propia

Se evidencia de que la mayor participación de los resultados de la encuesta fueron las mujeres

Figura 15. Rango De Edad

SEXO	CANTIDAD
18-25	9
26-30	11
31-39	6
40 o más	4

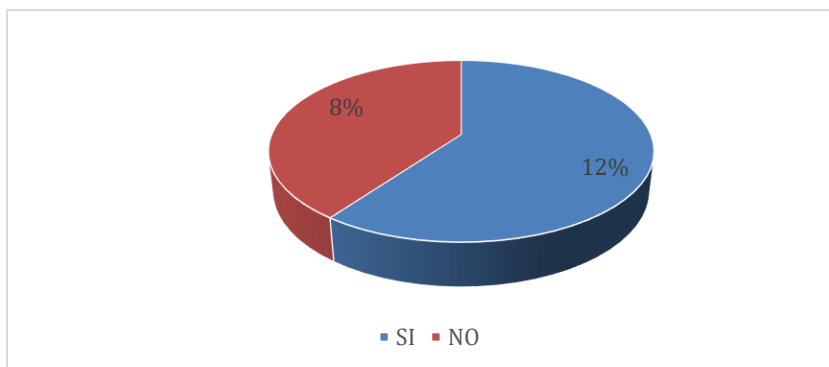


Fuente: Elaboración propia

El rango de edad principal en la participación para obtener los resultados fue entre los 18 a 30 años entre hombres y mujeres

Figura 16. Conocimientos De Empresas De Paquetes Turísticos

OPCION	CANTIDAD
SI	12
NO	8

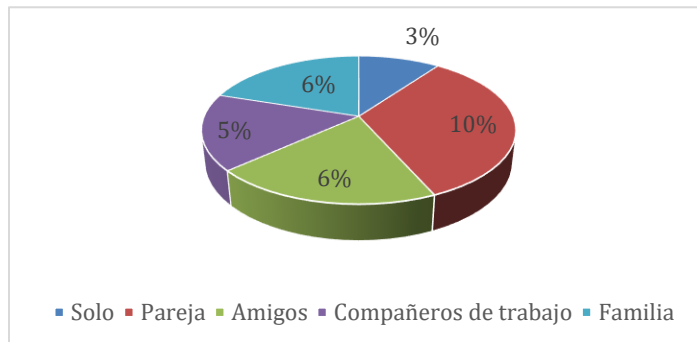


Fuente: Elaboración propia

Podemos observar que es mayor la cantidad de encuestados que tiene conocimientos en la existencia de empresas de este tipo

Figura 17. Viaja Regularmente A Sitios Turisticos Con Alguien.

Opción	Cantidad
Solo	3
Pareja	10
Amigos	6
Compañeros de trabajo	5
Familia	6



Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Calificación Al Momento De Comprar Un Paquete Turístico.

ITEM	PROMEDIO
Transporte	4,0
Alimentación	4,9
Hospedaje	4,0
Guía turístico	3,0

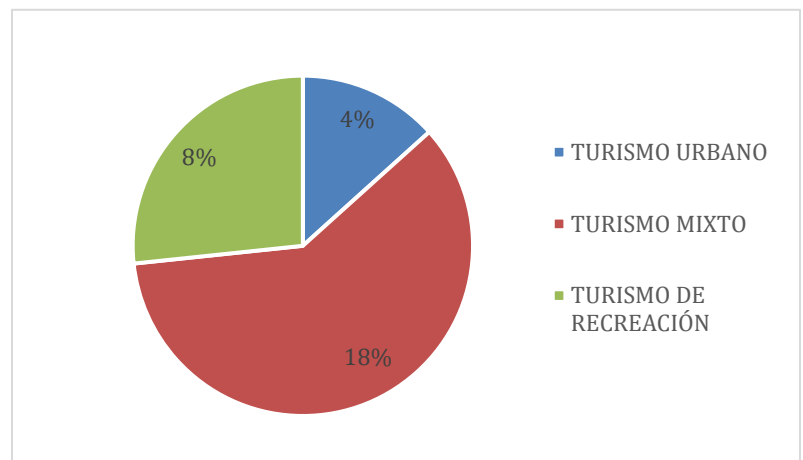
Seguro de Riesgo	3,0
Demostración Cultural	3,3
Degustación	4,0

Fuente: Elaboración propia

Los encuestados le dan extrema importancia a la calidad del transporte y la alimentación, seguido del hospedaje.

Figura 18. Percepción E Innovación En Turismo

TURISMO URBANO	4
TURISMO MIXTO	18
TURISMO DE RECREACIÓN	8

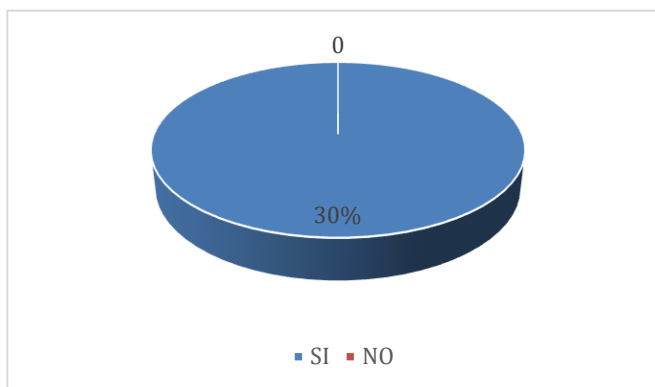


Fuente: Elaboración propia

Para las personas encuestadas según su percepción el turismo mixto resulta ser más atractivo o deseado por ser integral y que a su vez les permite vivir nuevas experiencias.

Figura 19. Deseos De Tener Una Empresa Que Ofrezca Turismo Ecológico, Urbano Y De Tradición

OPCIÓN	CANTIDAD
SI	30
NO	0

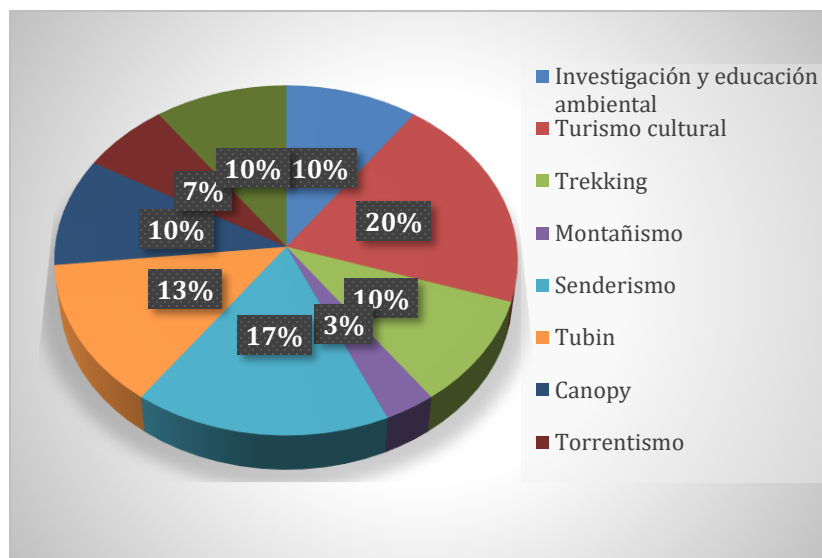


Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados comparten la idea que sería bueno una empresa dedicada a ser una agencia de esta índole, que le brinden otras opciones de realizar turismo en el municipio.

Figura 20. Activities Que Estaria Dispuesto a Realizar

Actividad	Personas que la realizarían
Investigación y educación ambiental	3
Turismo cultural	6
Trekking	3
Montañismo	1
Senderismo	5
Tubin	4
Canopy	3
Torrentismo	2
Rafting	3

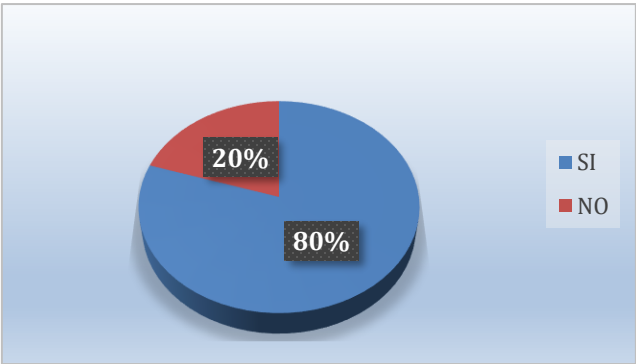


Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los encuestados prefieren senderismo y turismo cultural, seguidos de Canopy y rafting.

Figura 21. Cantidad De Personas Que Prefieren Una Agencia De Viajes Con Actividades Etnoecoturísticas.

Respuesta	Cantidad
SI	8
NO	2



Fuente: Elaboración propia

Una gran mayoría (8 de 10) está a favor de tener una agencia de viajes operadora en el municipio.

Figura 22. Personas Que La Realizarían Actividades De Etnoecoturismo.

Actividad	Personas que la realizarían
Integración con comunidades indígenas	5
Saberes ancestrales	5
Senderismo	4
Turismo gastronómico	6
Observación de fauna y flora	6
Observación e identificación de aves	4



Fuente: Elaboración propia

Las actividades más populares son la observación de fauna y flora, senderismo y la observación e identificación de aves.

8.2 CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES

Clientes locales

La referencia de los clientes locales a los que habitan en Pitalito, donde su principal motivación hacia destinos turísticos internos es por la relajación que genera estos sitios en medio de la jornada laboral, además de los estudiantes universitarios que ahorran en su grupo de amigos y realizan estas aventuras. Con esta información se evidencia que los puentes festivos y los fines de semana son los espacios utilizados por las personas del municipio y optan por hacerlas, debido a esto en temporada navideña o en temporada de semana santa no se hace tan interesante como los fines de semana el visitar estos sitios.

El mayor potencial está entre las personas de 18 a 30 años de edad, que tiene gran preferencia hacia el pasa día.

La disposición de compra se encuentra en un rango entre \$90.000 y \$100.000 de paquetes turísticos por pasa día, entre los \$170.000 a \$180.000 por una noche y entre \$240.000 y \$310.000 por persona.

Clientes externos

La cultura étnica siempre será un atractivo a nivel mundial y a nivel histórico, es por ello que los clientes externos encuentran interés sobre todo en sitios turísticos con toque ancestral, étnico e intercultural, la gastronomía y las bebidas típicas.

9. ASPECTOS ORGANIZACIONALES, LEGALES Y ADMINISTRATIVOS

9.1 ANÁLISIS DE LA DISPONIBILIDAD Y EL COSTO DE LOS INSUMOS.

Para llevar a cabo el desarrollo de las actividades administrativas y operativas en la prestación de servicio como operador turístico, se darán a conocer los insumos, vehículos y equipos tecnológicos necesarios para su funcionamiento, siendo estos los elementos esenciales para la actividad principal y la mejora en los procesos de prestación del servicio turístico.

9.1.1 Insumos y tecnología en el proceso administrativo

Para el desarrollo y la mejora de las actividades dentro de la oficina, es necesario contar con unos implementos que ayudan a contribuir un buen ambiente laboral. Se necesitará de herramientas, materiales y equipos, donde se detallarán las características y costos.

Computador

Se necesitarán 1 computadores de mesa, para el desarrollo de las actividades administrativas. El computador será de marca HP 260-P010 de 21,5", contarán con una memoria de 4GB, un sistema operativo de Windows Home 10, disco duro 1 TR, puerto USB y unidad de DVD con un costo de \$1.499.000.³¹

Vehículos

Se necesitará de un vehículo tipo vans de 25 pasajeros propiamente de la empresa para transportar a los turistas que estén en el punto de encuentro hasta el lugar correspondiente a la ruta turística con un valor de \$ 60.000.000 y una moto tipo Eco Deluxes para ser manejada por personal de la empresa para ayudar a los turistas en su rol de guía a llegar al punto de encuentro por un costo de \$ 3.499.000

Impresora

Se hará uso de una impresora EPSON Ecotank L3110 negro, la cual tiene funciones múltiples como impresión, copias y escáner, sistema Ecofit, fácil de llenar. Botellas con llenado automático, codificadas para llenado fácil y limpio de cada color además es de fácil uso debido a su pantalla táctil con conectividad USB, con un costo de \$ 449.000³²

Escritorio y silla

Se necesitará de 2 escritorios en forma de L, con una silla para oficina con antebrazos, de 5 ruedas giratorias, respaldo fijo, con un costo de \$ 353.429³³ para un costo total de \$706.858

Silletería para sala de espera

Para comodidad del personal que asiste a la oficina de Aventura Ecopacífica, se instalarán sillas institucionales que permitan a las personas descansar mientras esperan ser atendidas por el personal, el cual tendrá un costo de \$381.900

Teléfono, internet, televisión y plan de datos

Para brindar un mejor servicio y mantener la comunicación entre cliente y empresase necesitará de una línea telefónica, servicio de televisión e internet para el desarrollo de las actividades diarias con un costo de \$102.900 y un costo anual de \$1.234.800. y 7 planes de datos con minutos ilimitados por un costo de \$55.900 mensual para un costo total anual de \$670.800.

Archivador

Para las actividades administrativas se necesitará de un archivador metálico con cuatro entrepaños graduables en altura, 2 puertas de hoja con cerradura en hierro de seguridad para guardar objetos y documentos con medidas de 180 cm de alto, 90 cm X ancho 45 cm X fondo, que servirá para conservar en buen estado elementos de papelería de oficina, con un costo de \$ 741.900

Cámara de seguridad

Para la seguridad y monitoreo constante durante el desarrollo actividades, se instalará una cámara de seguridad dentro de la oficina, marca HIKVISION, con un costo de \$1.350.000.

Aire acondicionado

Para mantener un buen ambiente de trabajo se realizará la instalación de 1 aire acondicionado Minisplit On/Off 9000BTU 115V Blanco Recco dentro de la oficina con 19.4 cm de ancho, 28.5 cm de alto con voltaje de enfriamiento de 9000 BTU, su costo es de \$ 699.900

Dispensador de agua

Se pondrá a disposición un dispensador de agua (fría y caliente) con capacidad para garrafones de 11 y 19 litros sistema de placa de enfriamiento con un costo de \$268.800.

Botellón de agua

Para complementar el dispensador de agua se utilizará también un botellón de agua con capacidad de 20 litros, con un costo de \$ 20.000 y la recarga con un costo de \$12.000 con un costo anual de \$584.000, incluyendo el costo del botellón.

Basurero

Para el buen manejo de residuos, se necesitará 1 Punto Ecológico Tres Puestos 30Litros Base Metálica con un costo total de \$159.000.

Grapadoras, ganchos y saca ganchos

Se necesitará 2 grapadoras de escritorio y cajas de ganchos metálicos de 5.000 unidades, por un valor de \$7.500 y \$3.000 cada unidad respectivamente, 2 saca ganchos con un costo de \$1.800 para un costo total de \$54.600.

Perforadora

Se necesitará de 2 perforadoras de dos y 3 huecos con un costo de \$4.000 y \$12.000 respectivamente, para un costo total anual de \$16.000

Bolígrafos, borradores, tajalápiz, resaltadores y separadores

Se hará uso de bolígrafos por una caja de 12 unidades por costo de \$6.500, borradores por caja de 12 unidades con costo de \$3.000, tajalápiz metálico por cajade 12 unidades con costo de \$ 3.500, resaltadores por caja de 10 unidades con costo de \$14.000. 5 paquetes de separadores por 12 unidades de cartón con un costo total de \$5.000 Con un costo anual de \$32.000.

Resma de papel, sobres de manila

Se necesitará de 5 carpetas aro 1.5 con un costo total de \$47.500, resmas de papeltamaño carta y oficio una caja de 10 paquetes con 500 hojas cada una, teniendo uncosto de \$100.000 y \$ 120.000 respectivamente. 5 AZ tamaño carta con un costo total \$25.000. Con un costo total anual de \$292.500.

Implementos de aseo y cafetería

Para el aseo de los espacios se necesitará una escoba, un trapeador, un recogedor,papel higiénico, toallas absorbentes, limpiador de piso, bolsas para la basura, jabónlíquido, balde para trapeador, límpido, ambientador en aerosol, detergente todo por un costo de \$213.000 para implementos de cafetería se necesitará una cafetera, un termo, vasos desechables, pitillos, filtros para cafetera, aromáticas, con costo de \$158.400 para un total anual de \$4.456.800.

Implementos de seguridad y señalización

Para la protección de incendios y apagar el fuego se usará extintor de 10 libras dentro

de las instalaciones de la oficina con señalización para la seguridad de la misma con un costo de \$85.000 en total.

9.1.2 Gestión de Aliados

La gestión de los aliados debe ser muy amena, ya que contar con ellos en una calidad aceptable, en la cual se respeten sus políticas y que a la vez puedan cumplir con los servicios o productos que disponemos a comprar, los proveedores principales son los siguientes:

9.1.2.1 Aliados de transporte terrestre

Transporte en Chiva: Para transporte en chiva se cuenta con una persona que es la propietaria de 3 chivas no rumberas con capacidad de 40 personas y una pequeña para 25, con la variable de costo del alquiler por día de \$250.000.

Aliados Proveedores de Alimentación:

Los proveedores de alimentación no son los hoteles o cabañas donde se realiza el hospedaje, sino restaurantes de personal nacido en los diferentes cabildos indígenas del municipio.

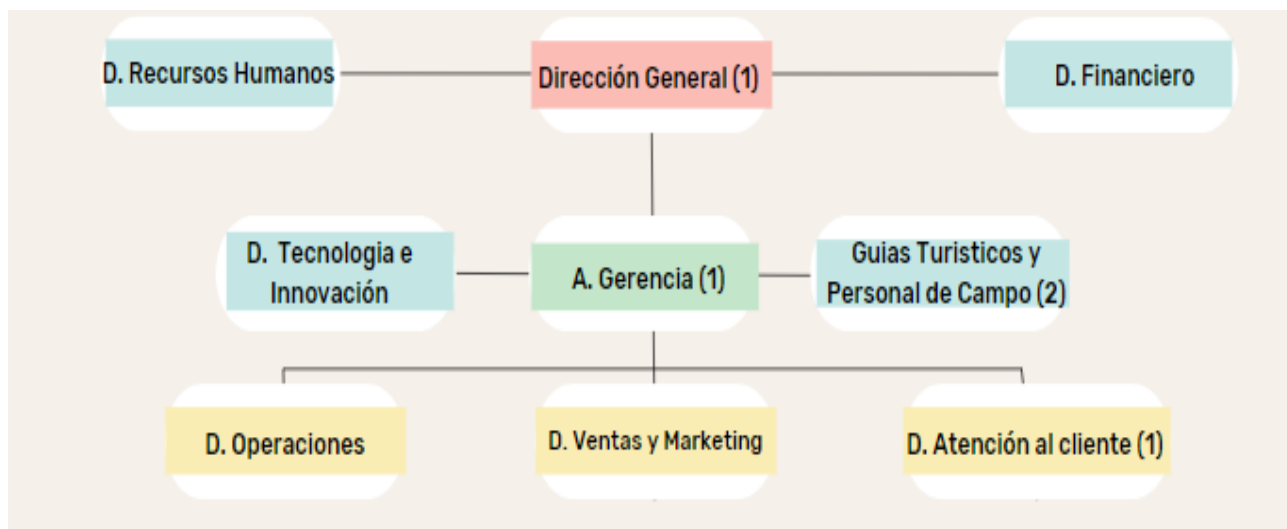
Bono de alimentación

El bono alimenticio para las personas que compren el paquete turístico será de \$18.000 para el almuerzo, para el desayuno y cena en temporada baja, en temporada alta será de \$20.000 para el almuerzo, desayuno y cena. Si el turista desea consumir algo diferente que exceda el monto tendrá que colocar la cantidad determinada que complete el costo de la alimentación deseada, en el caso de platos especiales.

9.1.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Organigrama

Figura 27. Esquema del organigrama empresarial



Fuente: Elaboración propia

9.2 DEFINICIÓN DE CARGOS

Cuadro 1. Definición del cargo de gerente general

ÁREA	Administrativa	CARGO: Gerente General	
FUNCIÓN: Encargado de realizar las estrategias comerciales de la empresa			
✓ Organizar y aprobar los presupuestos de cada actividad empresarial ✓ Ser el representante legal de la empresa ✓ Encargado de la contratación y registro de nómina.			
PERFIL PERSONAL			
EDAD	De 24 a 40 años	SEXO	Masculino
			Femenino
NIVEL ACADÉMICO	Profesional en áreas administrativas como: administración de empresa, administración turística y hotelera, administración financiera.		
CONOCIMIENTO BÁSICO	Manejo de Microsoft Excel, Manejo básico de Computación, tener buena redacción e interpretación textual, principios contables y/ofinancieros y nivel de inglés B2		
EXPERIENCIA	1 años		
SALARIO	\$1.700.000		
	Prestaciones sociales		

CONOCIMIENTO A ADQUIRIR: Mercadeo turístico, cultura interna del Huila y Pitalito, relaciones personales con extranjeros		
HORARIO LABORAL	7:30 a.m.	2:00 p.m.
	12:30 m	5:00 p.m.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 2. Definición del cargo de Auxiliar de gerencia

ÁREA	Administrativa	CARGO: Auxiliar de gerencia	
FUNCIÓN:			
✓ Reemplazar al gerente cuando sea necesario.			
✓ Ser la persona encargada del diseño e innovación de productos.			
✓ Responsable de la operación y apoyo de funciones de aseo.			
✓ Diseño de estrategias participativas.			
PERFIL PERSONAL			
EDAD	De 23 a 32 años	SEXO	Masculino
			Femenino
NIVEL ACADÉMICO	Técnico o Profesional en: Asistencia administrativa, mercadeo, hotelería y turismo, administración de empresa.		
CONOCIMIENTO BÁSICO	Manejo de Microsoft Excel, Manejo básico de Computación, tener buena redacción e interpretación textual, manejo en servicio al cliente, principios contables y/o financieros y nivel de inglés B1		
EXPERIENCIA	1 año		
SALARIO	\$1.300.000 + (Auxilio de Transporte \$162.000)		
	Prestaciones sociales		
CONOCIMIENTO A ADQUIRIR: Mercadeo turístico, cultura interna del Huila y Pitalito, relaciones personales con extranjeros			
HORARIO LABORAL	7:30 a.m.	2:00 p.m.	
	12:30 m	5:00 p.m.	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 3. Definición del cargo de jefe de guía turístico

ÁREA	Operativa		CARGO: jefe guía turístico	
FUNCIÓN: Estudiar las características urbanas de Pitalito. ✓ Apoyar a la gerencia en la elaboración de los planes de guía turística. ✓ Tomar registro fotográfico de los diferentes lugares que se visitan ✓ Ser guía turístico de modo integral, sin que esto sea otro pago.				
PERFIL PERSONAL				
EDAD	De 23 a 28 años en adelante sin problemas de motricidad (paraplejía, cuadriplejia, lesión de rodilla)		SEXO	Masculino Femenino
NIVEL ACADÉMICO		Profesional o técnico en: Hotelería y turismo, educación ambiental, con conocimiento en turismo, eco-turismo o ecoetno-turismo, guinza turística.		
CONOCIMIENTO BÁSICO		Manejo de Microsoft Excel, Manejo básico de Computación, buena expresión corporal y lenguaje fluido con preferencia en manejo del idioma inglés nivel B1		
EXPERIENCIA		1 año		
SALARIO		\$1.300.000+ (Auxilio de Transporte \$162.000) Prestaciones sociales		
CONOCIMIENTO A ADQUIRIR: Relaciones con personal del extranjero, negociación con restaurante y hoteles				
HORARIO LABORAL		7:00 a.m.		2:00 p.m.
Predisposición en fin de semana		12:30 a.m.		5:00 p.m.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4. Definición del cargo de Guía turístico

ÁREA	Operativa	CARGO: Guía turístico	
FUNCIÓN: Estudiar las características urbanas de Pitalito			
☐ Realizar el acompañamiento a los turistas y hacer registros fotográficos ☐ Seguir las directrices del director turísticos ☐ Aprender las especificaciones de sus funciones en cuanto a manejo de primeros auxilios, manejo de información al turista.			
PERFIL PERSONAL			
EDAD	De 24 a 30 años en adelante sin problemas de motricidad (paraplejía, cuadriplejía, lesión de rodilla)	SEXO	Masculino Femenino
NIVEL ACADÉMICO		Bachiller o técnico en: Asistencia turística, hotelería y turismo, conocimientos en primeros auxilios.	
CONOCIMIENTO BÁSICO		Manejo de Microsoft Excel, Manejo básico de Computación, buena expresión corporal y lenguaje fluido con preferencia en manejo del idioma inglés nivel B1	
EXPERIENCIA		1 año	
SALARIO		\$1.300.000+ (Auxilio de Transporte \$162.000) Prestaciones sociales	
CONOCIMIENTO A ADQUIRIR: Relaciones con personal del extranjero.			
HORARIO LABORAL		7:00 a.m.	Terminación de turno.
Predisposición en fin de semana			

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 5. Definición del cargo de personal de aseo

ÁREA	Administrativa	CARGO: Personal de Atención al cliente y apoyo de aseo locativo.	
FUNCIÓN:			
☐ Ser la imagen con respecto a la atención al cliente y lo relacionado a las ventas. ☐ Estar pendiente de los insumos de aseo y cafetería ☐ Seguir las directrices del personal administrativo ☐ Apoyar las funciones en cuanto al aseo de todo el espacio locativo			
PERFIL PERSONAL			
EDAD	De 25 a 40 años en adelante sin problemas de motricidad (paraplejía, cuadriplejía, lesión de rodilla)	SEXO	Femenino
NIVEL ACADÉMICO		Bachiller o técnico	
CONOCIMIENTO BÁSICO		Manejo de los insumos de seo y cafetería y buena expresión Corporal	
EXPERIENCIA		1 año	
SALARIO		\$1.300.000 + (Auxilio de Transporte \$162.000) Prestaciones sociales	
CONOCIMIENTO A ADQUIRIR: Relaciones con personal del extranjero.			
HORARIO LABORAL		7:00 a.m.	2:00 p.m.
Predisposición al fin de semana para la guía.		12:00 a.m.	5:00 p.m.

Fuente: Elaboración propia

9.3 DETERMINACIÓN JURIDICA DE LA EMPRESA

Para la constitución legalmente de la empresa como operador turístico en el municipio de Pitalito, se debe cumplir con requisitos sujetos a la ley en el código de comercio para funcionar de forma correcta y legal.

9.3.1 Tramites en cámara de comercio

En la Cámara de comercio para la constitución de la empresa como operador turístico, se debe comprobar que en su momento no exista una empresa ya registrada con el mismo nombre de la que se pretende crear con esta investigación.

Una vez se haya verificado que no exista una empresa ya registrada con el mismo nombre con el que se pretende realizar este proyecto, bajo la jurisdicción de la Cámara de comercio se realizarán las diligencias para llenar el formulario de la matrícula mercantil con los datos correspondientes

Por otro lado, se debe tramitar el NIT (Número de identificación tributaria) al igual que el pago de los derechos o tarifas de ley y del impuesto de registros, este último se paga en rentas.

9.3.2 Trámites ante la DIAN

Para completar el proceso de legalización de la empresa, se debe tramitar el RUT (registro único tributario) ante la DIAN (Dirección de impuestos y aduanas nacionales) como organización para la declaración de impuesto de renta, solicitando a su vez el número de identificación tributaria.

10 ESTUDIO TÉCNICO

10.1 OBJETIVOS

- Analizar la localización de la empresa, tanto físicamente como virtualmente.
- Determinar la magnitud y alcance que tiene en capacidad de formar la empresa.
- Diseñar los procesos de la empresa en ventas, compras, relación con el personal, seguimiento del crecimiento o no de la empresa
- Determinar muy explícitamente las necesidades del personal de la empresa, aliados claves.

10.2 Macro Localización

Figura 27. Ilustración de la cartografía de Pitalito (Huila)



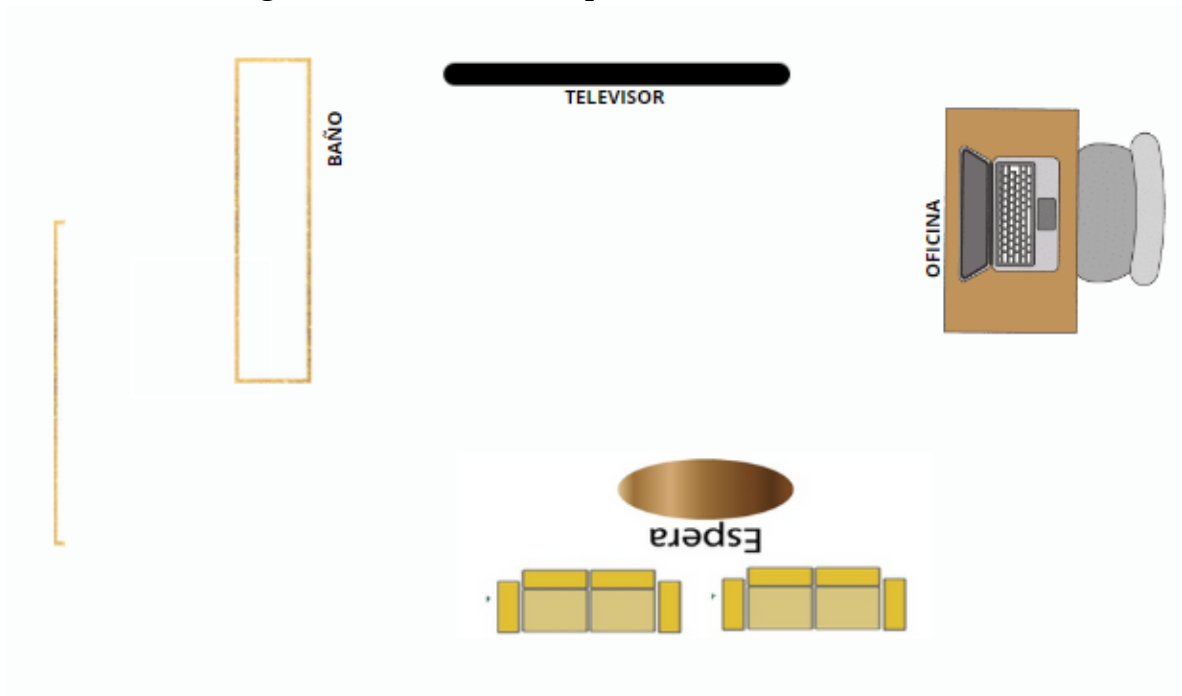
Fuente: (Maps, 2024)

10.3 MICRO LOCALIZACIÓN

El lugar idóneo para la instalación de la oficina será con cercanía a la zona céntrica del municipio, se presupuesta un coste promedio del arrendamiento de \$550,000 sin servicios públicos incluidos.

Al mismo tiempo en la figura 28 se visualiza la distribución interna de la oficina, la cual se utilizará para la atención d ellos clientes.

Figura 28. Ilustración del plano de la oficina



Fuente: Elaboración propia.

Para la adecuación de las instalaciones de acuerdo al plano de oficina, se presupuesta Un monto de 1.000.000 para posibles remodelaciones, adaptación de tomacorrientes e instalaciones de redes a requerir.

10.4 ANÁLISIS DE LA DISPONIBILIDAD Y EL COSTO DE LOS INSUMOS.

Para llevar a cabo el desarrollo de las actividades administrativas y operativas en la prestación de servicio como operador turístico, se darán a conocer los insumos, vehículos y equipos tecnológicos necesarios para su funcionamiento, siendo estos los elementos esenciales para la actividad principal y la mejora en los procesos de prestación del servicio turístico.

10.4.1 Insumos y tecnología en el proceso administrativo

Para el desarrollo y la mejora de las actividades dentro de la oficina, es necesario contar con unos implementos que ayudan a contribuir un buen ambiente laboral. Se necesitará de herramientas, materiales y equipos, donde se detallarán las características y costos.

Computador

Se necesitarán 1 computadores de mesa, para el desarrollo de las actividades administrativas. El computador será de marca HP 260-P010 de 21,5”, contarán con una memoria de 4GB, un sistema operativo de Windows Home 10, disco duro 1 TR, puerto USB y unidad de DVD con un costo de \$1.499.000.

Vehículos

Se necesitará de un vehículo tipo vans de 25 pasajeros propiamente de la empresa para transportar a los turistas que estén en el punto de encuentro hasta el lugar correspondiente a la ruta turística con un valor de \$ 60.000.000 y una moto tipo Eco Deluxes para ser manejada por personal de la empresa para ayudar a los turistas en su rol de guía a llegar al punto de encuentro por un costo de \$ 3.499.000

10.5 Proceso de servicio de la empresa

10.5.1 Proceso de Venta

A demás la empresa contara con vehículo tipo vans de 20 pasajeros y una motocicleta que estará en disposición para los turistas que llegan de diferentes ciudades poder transportarlos o guiarlos para quienes tengan su propio vehículo desde puntos específicos del municipio.

11 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio económico y financiero, es la condensación en cifras de dinero de todos los costos incurridos para la creación de la empresa, en los aspectos administrativos, técnicos y de impacto.

11.1 OBJETIVOS

Determinar la inversión inicial en maquinaria, mercadeo y capital de trabajo inicial.

- Analizar la financiación de la inversión con base a la procedencia del capital, la cantidad en préstamos bancarios y la cantidad en recursos propios.
- Realizar el esquema de estados financieros, como el balance general, estado de resultados, flujo de caja, con proyección de 5 años.
- Ejecutar indicadores financieros como el punto de equilibrio, tasa interna de retorno, valor presente neto, que sirvan como medida de viabilidad económica.
- Concluir con un resumen ejecutivo los resultados del estudio económico y financiero, que demuestren la realidad de la investigación.

11.2 PRESUPUESTO DE INVERSION

La inversión es indispensable es la rúbrica de costos, ya que permite dimensionar la inversión monetaria de todo lo incurrido para el montaje, requiere ser muy cuidadoso y contemplar muy específicamente los valores. Para este proyecto será estimada con un valor de \$103.729.600.

Teniendo en cuenta lo anterior, para el funcionamiento del operador etnoecoturístico, para la prestación del servicio turístico, incurre en una inversión inicial para el primer año la cual consta de: Equipo de oficina, equipo de cómputo y comunicación, flota y equipo de transporte, diferidos y capital de trabajo, determinados de la siguiente manera:

Tabla 1. Inversión total

ESPECIFICACIONES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL
INVERSIÓN TOTAL			\$ 108.859.500	
EQUIPO DE OFICINA			\$ 4.359.358	
Escritorios	2	\$ 212.057	\$ 424.114	10 años
Silletería para escritorio	2	\$ 141.372	\$ 282.744	10 años
Archivador	1	\$ 741.900	\$ 741.900	10 años
Silletería para sala de espera	4	\$ 95.475	\$ 381.900	10 años
Dispensador de agua	1	\$ 268.800	\$ 268.800	10 años
Cámara de seguridad	1	\$ 1.350.000	\$ 1.350.000	10 años
Basurero	1	\$ 150.000	\$ 150.000	10 años
Aire acondicionado	1	\$ 699.900	\$ 699.900	10 años
Calculadora	1	\$ 60.000	\$ 60.000	10 años
EQUIPO DE COMPUTAC. Y COMUNIC.			\$ 6.750.000	
Computador	1	1800000	\$ 1.800.000	5 años
Impresora multifuncional	1	400000	\$ 400.000	5 años
Televisor	1	\$ 900.000	\$ 900.000	5 años
Teléfono	1	\$ 50.000	\$ 50.000	5 años
Celular empresarial	8	\$ 450.000	\$ 3.600.000	5 años
FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE			\$ 63.499.000	
Vehículo tipo vans	1	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	5 años
Motocicleta	1	\$ 3.499.000	\$ 3.499.000	5 años

CARGOS DIFERIDOS			\$ 4.550.000	
Adecuación locativa		\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	5 años
Escritura pública		\$ 550.000	\$ 550.000	5 años
Pendón			\$ 500.000	5 años
Diseño de página web		\$ 500.000	\$ 500.000	5 años
CAPITAL DE TRABAJO			\$ 24.571.242	
Salario del personal administrativo	2 meses	\$ 3.596.616	\$ 7.193.232	
Guía turístico y jefe de guía	2 meses	\$ 6.312.405	\$ 12.624.810	
Arrendamiento	2 meses	\$ 550.000	\$ 1.100.000	
Servicios públicos	2 meses	\$ 180.000	\$ 360.000	
Internet, televisión, teléfono y plan de datos	2 meses	\$ 550.100	\$ 1.100.200	
Seguro a todo riesgo	2 meses	\$ 118.000	\$ 236.000	
Costo de constitución de la empresa		\$ 1.957.000	\$ 1.957.000	

Fuente: elaboración propia

11.3 COSTOS DE IMPUESTOS Y CONTRIBUCIÓN

La empresa, en funcionamiento como operador turístico, por prestación de servicios incurre en unos costos obligatorios de pagos a FONTUR (Fondo nacional de turismo) por contribución parafiscal del 2,5 por 1000 de los ingresos anuales, de la misma manera al ICA (Impuesto de industria y comercio) del 10 por mil. A demás en aras de mejorar el impacto cultural como se expresó en estudio de impacto ambiental se destinará el 1% de los ingresos brutos para ello expresados de la siguiente manera.

Tabla 2. Costos de impuesto y contribución

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos anuales	\$ 367.005.890	\$ 395.856.378	\$ 427.071.307	\$ 460.849.843	\$ 501.163.416
contribución fontur 2,5 x 1000	917.515	989.641	1.067.678	1.152.125	1.252.909
impuesto ICA 10 x 1000	3.670.059	3.958.564	4.270.713	4.608.498	5.011.634
Avisos y tableros 15%/ICA	550.509	593.785	640.607	691.275	751.745
Impacto cultural (1% de los ingresos)	3.670.059	3.958.564	4.270.713	4.608.498	5.011.634

Fuente: Elaboración propia

11.4 COSTO DE PÓLIZA DE SEGURO

Debido a que la empresa que prestará el servicio por paquetes turísticos en diferentes zonas rurales del municipio de Pitalito, teniendo en cuenta que, en los desplazamientos a cualquiera de los sitios, las persona podrán tener algún tipo riesgo de accidentalidad o muerte. Por tal motivo se contará con una póliza para la seguridad del cliente donde la empresa asumirá el costo como semuestra a continuación.

Tabla 3. Costo anual de póliza de seguro

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad de turistas	11.105	11.566	12.144	12.751	13.389
Costo seguro por turista	4.532	4.695	4.864	5.039	5.221
Costo anual seguro turista	50.327.860	54.304.128	59.070.571	64.255.960	69.899.982

Fuente: Elaboración propia

11.5 COSTO DE NÓMINA

11.5.1 Nómina del personal operativo

La nómina del personal operativo consta de 6 guías auxiliares y un jefe de guía, quienes serán los encargados de hacer el acompañamiento durante los recorridos, la nómina tendrá un aumento anual del 3,6% anual por inflación.

Tabla 4. Nómina de jefe de guías

CONCEPTOS	% Aplicable	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO4	AÑO 5
SUELDO		\$ 1.300.000	\$ 1.336.000	\$ 1.396.000	\$ 1.432.000	\$ 1.468.000
AUX. TRANSPORTE		\$ 162.000	\$ 165.000	\$ 168.000	\$ 171.000	\$ 174.000
TOTAL		\$ 1.462.000	\$ 1.501.000	\$ 1.564.000	\$ 1.603.000	\$ 1.642.000
APROPIACIONES		\$ 544.739	\$ 564.350	\$ 584.667	\$ 605.715	\$ 627.520
Cesantías	8,33%	\$ 91.383	\$ 94.673	\$ 98.081	\$ 101.612	\$ 105.270
Primas	8,33%	\$ 91.383	\$ 94.673	\$ 98.081	\$ 101.612	\$ 105.270
Vacaciones	4,17%	\$ 41.700	\$ 43.201	\$ 44.756	\$ 46.368	\$ 48.037
Intereses cesantías	1%	\$ 914	\$ 947	\$ 981	\$ 1.016	\$ 1.053
Aportes Sena	2%	\$ 20.000	\$ 20.720	\$ 21.466	\$ 22.239	\$ 23.039
Caja de compensación	4%	\$ 40.000	\$ 41.440	\$ 42.932	\$ 44.477	\$ 46.079
Icbf	3%	\$ 30.000	\$ 31.080	\$ 32.199	\$ 33.358	\$ 34.559
Salud	8,50%	\$ 85.000	\$ 88.060	\$ 91.230	\$ 94.514	\$ 97.917
Pensión	12,00%	\$ 120.000	\$ 124.320	\$ 128.796	\$ 133.432	\$ 138.236
ARL Tipo 3	2,44%	\$ 24.360	\$ 25.237	\$ 26.145	\$ 27.087	\$ 28.062
ARL Tipo 2	1,04%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MENSUAL	1	\$ 1.641.771	\$ 1.700.875	\$ 1.762.107	\$ 1.825.542	\$ 1.891.262
Sueldo anual	12	\$ 19.701.256	\$ 20.410.502	\$ 21.145.280	\$ 21.906.510	\$ 22.695.144

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Nómina de guías auxiliares

CONCEPTOS	% Aplicable	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO4	AÑO 5
SUELDO		\$ 1.300.000	\$ 136.000	\$ 1.396.000	\$ 1.432.000	\$ 1.468.000
AUX. TRANSPORTE		\$ 162.000	\$ 165.000	\$ 168.000	\$ 171.000	\$ 174.000
TOTAL		\$ 1.462.000	\$ 301.000	\$ 1.564.000	\$ 1.603.000	\$ 1.642.000
APROPIACIONES		\$ 453.900	\$ 470.240	\$ 487.169	\$ 504.707	\$ 522.876
Cesantías	8,33%	\$ 77.065	\$ 79.839	\$ 82.713	\$ 85.691	\$ 88.776
Primas	8,33%	\$ 77.065	\$ 79.839	\$ 82.713	\$ 85.691	\$ 88.776
Vacaciones	4,17%	\$ 34.532	\$ 35.776	\$ 37.064	\$ 38.398	\$ 39.780
Intereses cesantías	1%	\$ 771	\$ 798	\$ 827	\$ 857	\$ 888
Aportes Sena	2%	\$ 16.562	\$ 17.159	\$ 17.776	\$ 18.416	\$ 19.079
Caja de compensación	4%	\$ 33.125	\$ 34.317	\$ 35.553	\$ 36.832	\$ 38.158
Icbf	3%	\$ 24.843	\$ 25.738	\$ 26.664	\$ 27.624	\$ 28.619
Salud	8,50%	\$ 70.390	\$ 72.924	\$ 75.549	\$ 78.269	\$ 81.087
Pensión	12,00%	\$ 99.374	\$ 102.951	\$ 106.658	\$ 110.497	\$ 114.475
ARL Tipo 3	2,44%	\$ 20.173	\$ 20.899	\$ 21.651	\$ 22.431	\$ 23.238
ARL Tipo 2	1,04%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MENSUAL	1	\$ 1.379.048	\$ 1.428.694	\$ 1.480.127	\$ 1.533.411	\$ 1.588.614
Sueldo anual	12	\$ 16.548.574	\$ 17.144.323	\$ 17.761.519	\$ 18.400.933	\$ 19.063.367
Guías auxiliares (6)	6	\$ 99.291.446	\$ 102.865.939	\$ 106.569.112	\$ 110.405.600	\$ 114.380.202

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. Proyección de nómina personal operativo

PROYECCION RESUMEN NÓMINA OPERATIVA					
CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jefe de guías	\$ 19.701.256	\$ 20.410.502	\$ 21.145.280	\$ 21.906.510	\$ 22.695.144
Guías Auxiliares	\$ 99.291.446	\$ 102.865.939	\$ 106.569.112	\$ 110.405.600	\$ 114.380.202
TOTAL, NOMINA OPERATIVA	\$ 118.992.703	\$ 123.276.440	\$ 127.714.392	\$ 132.312.110	\$ 137.075.346

Fuente: Elaboración propia

11.5.2 Nómina del personal administrativo

La nómina del personal administrativo está conformada por la gerencia y auxiliar de gerencia que se encargan de realizar las estrategias comerciales, además del personal de aseo que tendrán un incremento del 3,6% anual por inflación.

Tabla 7. Nómina personal administrativo

CONCEPTOS	% Aplicable	Gerente Gral	Auxiliar Gerencia	Personal de aseo	TOTAL
SUELDO		\$ 1.700.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 4.300.000
AUX. TRANSPORTE		\$ 0	\$ 162.000	\$ 162.000	\$ 324.000
TOTAL		\$ 1.700.000	\$ 1.462.000	\$ 1.462.000	\$ 4.624.000
APROPIACIONES		\$ 865.900	\$ 438.050	\$ 438.050	\$ 1.742.000
Cesantías	8,33%	\$ 141.610	\$ 77.065	\$ 77.065	\$ 295.740
Primas	8,33%	\$ 141.610	\$ 77.065	\$ 77.065	\$ 295.740
Vacaciones	4,17%	\$ 70.890	\$ 34.532	\$ 34.532	\$ 139.955
Intereses cesantías	1%	\$ 1.416	\$ 771	\$ 771	\$ 2.957
Aportes Sena	2%	\$ 34.000	\$ 16.562	\$ 16.562	\$ 67.125
Caja de compensación	4%	\$ 68.000	\$ 33.125	\$ 33.125	\$ 134.249
Icbf	3%	\$ 51.000	\$ 24.843	\$ 24.843	\$ 100.687
Salud	8,50%	\$ 144.500	\$ 70.390	\$ 70.390	\$ 285.280
Pensión	12,00%	\$ 204.000	\$ 99.374	\$ 99.374	\$ 402.748
ARL Tipo 1	0,52%	\$ 8.874	\$ 4.323	\$ 4.323	\$ 17.520
ARL Tipo 2	1,04%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
MENSUAL	1	\$ 3.431.800	\$ 2.338.100	\$ 2.338.100	\$ 8.108.001

Sueldo anual	12	\$ 41.181.600	\$ 28.057.200	\$ 28.057.200	\$ 97.296.000
--------------	----	---------------	---------------	---------------	----------------------

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Proyección de nómina personal administrativo

CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDO	\$ 3.356.232	\$ 3.477.056	\$ 3.602.230	\$ 3.731.911	\$ 3.866.259
AUX. TRANSPORTE	\$ 194.064	\$ 201.050	\$ 208.288	\$ 215.786	\$ 223.555
TOTAL	\$ 3.550.296	\$ 3.678.107	\$ 3.810.518	\$ 3.947.697	\$ 4.089.814
APROPIACIONES	\$ 1.742.000	\$ 1.804.712	\$ 1.869.681	\$ 1.936.990	\$ 2.006.721
Cesantías	\$ 295.740	\$ 306.386	\$ 317.416	\$ 328.843	\$ 340.682
Primas	\$ 295.740	\$ 306.386	\$ 317.416	\$ 328.843	\$ 340.682
Vacaciones	\$ 139.955	\$ 144.993	\$ 150.213	\$ 155.621	\$ 161.223
Intereses cesantías	\$ 2.957	\$ 3.064	\$ 3.174	\$ 3.288	\$ 3.407
Aportes Sena	\$ 67.125	\$ 69.541	\$ 72.045	\$ 74.638	\$ 77.325
Caja de compensación	\$ 134.249	\$ 139.082	\$ 144.089	\$ 149.276	\$ 154.650
Icbf	\$ 100.687	\$ 104.312	\$ 108.067	\$ 111.957	\$ 115.988
Salud	\$ 285.280	\$ 295.550	\$ 306.190	\$ 317.212	\$ 328.632
Pensión	\$ 402.748	\$ 417.247	\$ 432.268	\$ 447.829	\$ 463.951
ARL Tipo 1	\$ 17.520	\$ 18.150	\$ 18.804	\$ 19.481	\$ 20.182
ARL Tipo 2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MENSUAL	\$ 5.292.296	\$ 5.482.818	\$ 5.680.200	\$ 5.884.687	\$ 6.096.536
SUELDO ANUAL	\$ 63.507.547	\$ 65.793.818	\$ 68.162.396	\$ 70.616.242	\$ 73.158.427

Fuente: Elaboración propia

11.6 Costos Y Gastos Fijos

Tabla 9. Costos fijos de prestación de servicios

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Nómina operativa	\$ 118.992.703	\$ 123.276.440	\$ 127.714.392	\$ 132.312.110	\$ 137.075.346
Dotación personal operativo	\$ 9.219.000	\$ 9.550.884	\$ 9.894.716	\$ 10.250.926	\$ 10.619.959
Publicidad y propaganda	\$ 23.080.000	\$ 23.910.880	\$ 24.771.672	\$ 25.663.452	\$ 26.587.336
Seguro de accidentes turistas	\$ 50.327.860	\$ 54.304.128	\$ 59.070.571	\$ 64.255.960	\$ 69.899.982

SOAT (Vans y Moto)	\$ 1.300.400	\$ 1.347.214	\$ 1.395.714	\$ 1.445.960	\$ 1.498.014
Registro nacional de turismo	\$ 80.000	\$ 82.880	\$ 85.864	\$ 88.955	\$ 92.157
Contribución FONTUR	\$ 917.515	\$ 989.641	\$ 1.067.678	\$ 1.152.125	\$ 1.252.909
Imppto de industria y comercio	\$ 3.670.059	\$ 3.958.564	\$ 4.270.713	\$ 4.608.498	\$ 5.011.634
imppto de vehículos	\$ 1.552.485	\$ 1.608.374	\$ 1.666.276	\$ 1.726.262	\$ 1.788.407
Impacto cultural (1% de los ingresos)	\$ 3.670.059	\$ 3.958.564	\$ 4.270.713	\$ 4.608.498	\$ 5.011.634
Depreciación flota y eq de transporte	\$ 12.699.800	\$ 12.699.800	\$ 12.699.800	\$ 12.699.800	\$ 12.699.800
Total, costos fijos	\$ 225.509.881	\$ 235.687.370	\$ 246.908.108	\$ 258.812.545	\$ 271.537.179

Fuente: Elaboración propia

11.7 Gastos Generales De Operación

Tabla 10. Gastos generales de operación

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Dotación personal administrativo	2.250.000	2.331.000	2.414.916	2.501.853	2.591.920
Seguro todo riesgo	1.415.000	1.465.940	1.518.714	1.573.388	1.630.029
Arrendamiento local	6.600.000	6.837.600	7.083.754	7.338.769	7.602.964
Honorarios asesoría financiera	1.000.000	1.036.000	1.073.296	1.111.935	1.151.964
Servicio energía eléctrica	1.560.000	1.616.160	1.674.342	1.734.618	1.797.064
Servicio acueducto y alcantarillado	600.000	621.600	643.978	667.161	691.179
Servicio teléfono, internet y televisión	1.234.800	1.279.253	1.325.306	1.373.017	1.422.446
Mantenimiento equipo de computo	200.000	207.200	214.659	222.387	230.393
Plan datos y minutos	670.800	694.949	719.967	745.886	772.738
Matricula mercantil	160.000	165.760	171.727	177.910	184.314
Certificado de fumigación	102.000	105.672	109.476	113.417	117.500
Patente de sanidad	100.000	103.600	107.330	111.193	115.196
Certificado bomberos	100.000	103.600	107.330	111.193	115.196
Avisos y tableros	550.509	593.785	640.607	691.275	751.745
Aseo y cafetería	4.456.800	4.617.245	4.783.466	4.955.670	5.134.075
Papelería y útiles escritorio	395.100	409.324	424.059	439.325	455.141
Implementos de seguridad y señalización.	85.000	88.060	91.230	94.514	97.917

Depreciación equipo de cómputo y c.	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000
Depreciación equipo de oficina	435.936	435.936	435.936	435.936	435.936
Amortización diferidos	910.000	910.000	910.000	910.000	910.000
Total, gastos de operación	\$ 24.175.945	\$ 24.972.683	\$ 25.800.092	\$ 26.659.447	\$ 27.557.718

Fuente: Elaboración propia

11.8 Amortización De Diferidos Y Depreciación

Es importante tener en cuenta para saber los valores invertidos en maquinaria y equipo, gastos diferidos, reconocer los que pierde valor y los que se recuperan en periodos de tiempos determinados. Por esta razón la depreciación o disminución del valor de un bien los cuales se amortizan a 5 años se muestra a continuación de la siguiente manera.

11.8.1 Amortización

Tabla 11. Especificación de amortización de diferidos

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS								
Activo	Costo Histórico	Vida útil						Valores en Libros
		(años)	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
Adecuación locativa	\$ 3.000.000	5	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ -
Escritura pública	\$ 550.000	5	\$ 110.000	\$ 110.000	\$ 110.000	\$ 110.000	\$ 110.000	\$ -
Pendón	\$ 500.000	5	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ -
Diseño de página web	\$ 500.000	5	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ -
TOTAL, AMORTIZACIÓN	\$ 4.550.000		\$ 910.000	\$ 910.000	\$ 910.000	\$ 910.000	\$ 910.000	\$ -
TOTAL, DEPRECIACIÓN ACOMULADA			\$ 910.000	\$ 1.820.000	\$ 2.730.000	\$ 3.640.000	\$ 4.550.000	

Fuente: elaboración propia

11.8.2 Depreciación

Tabla 12. Especificación de depreciación de equipo de oficina

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA								
Activo	Costo	Vida útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valores en
Escritorios (2)	\$ 424.115	10	\$ 42.411	\$ 42.411	\$ 42.411	\$ 42.411	\$ 42.411	\$ 212.057
Silla para escritorio (2)	\$ 282.743	10	\$ 28.274	\$ 28.274	\$ 28.274	\$ 28.274	\$ 28.274	\$ 141.372
Archivador (1)	\$ 741.900	10	\$ 74.190	\$ 74.190	\$ 74.190	\$ 74.190	\$ 74.190	\$ 370.950
Silletería para sala de espera (4)	\$ 381.900	10	\$ 38.190	\$ 38.190	\$ 38.190	\$ 38.190	\$ 38.190	\$ 190.950
Dispensador de agua (1)	\$ 268.800	10	\$ 26.880	\$ 26.880	\$ 26.880	\$ 26.880	\$ 26.880	\$ 134.400
Aire acondicionado (1)	\$ 699.900	10	\$ 69.990	\$ 69.990	\$ 69.990	\$ 69.990	\$ 69.990	\$ 349.950
Cámara de seguridad (1)	\$ 1.350.000	10	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 675.000
Calculadora (1)	\$ 60.000	10	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 30.000
Basurero (1)	\$ 150.000	10	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 75.000
TOTAL, DEPRECIACIÓN	\$ 4.359.358		\$ 435.936	\$ 435.936	\$ 435.936	\$ 435.936	\$ 435.936	\$ 2.038.307
TOTAL, DEPRECIACIÓN ACUMULADA			\$ 435.936	\$ 871.872	\$ 1.307.807	\$ 1.743.743	\$ 2.179.679	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13. Especificación de depreciación de equipo de cómputo

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN								
Activo	Costo	Vida útil	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	Valores en
Computador (1)	\$ 1.800.000	5	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ -
Impresora multifuncional (1)	\$ 400.000	5	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ -
Televisor (1)	\$ 900.000	5	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ -
Teléfono (1)	\$ 50.000	5	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ -
Celular empresarial (8)	\$ 3.600.000	5	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ -
TOTAL, DEPRECIACIÓN	\$ 6.750.000		\$ 1.350.000	\$ 1.350.000	\$ 1.350.000	\$ 1.350.000	\$ 1.350.000	\$ -

TOTAL, DEPRECIACIÓN ACOMULADA			\$ 1.350.000	\$ 2.700.000	\$ 4.050.000	\$ 5.400.000	\$ 6.750.000	
-------------------------------------	--	--	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. Especificación de depreciación de flota y equipo de transporte

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE								
Activo	Costo histórico	Vida útil						Valores en Libros
		(años)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Vehículo tipo vans (1)	\$ 60.000.000	5	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ -
Motocicleta (1)	\$ 3.499.000	5	\$ 699.800	\$ 699.800	\$ 699.800	\$ 699.800	\$ 699.800	\$ -
TOTAL, DEPRECIACIÓN	\$ 63.499.000		\$ 12.699.800	\$ 12.699.800	\$ 12.699.800	\$ 12.699.800	\$ 12.699.800	\$ -
TOTAL, DEPRECIACIÓN ACOMULADA			\$ 12.699.800	\$ 25.399.600	\$ 38.099.400	\$ 50.799.200	\$ 63.499.000	

Fuente: Elaboración propia

11.9 Presupuesto De Ingreso

11.9.1 Presupuesto de Ingresos por ventas

Teniendo en cuenta la clasificación que se realizó para determinar la cantidad o demanda a cubrir durante los 5 años para la venta de paquetes turísticos, los ingresos anuales por comisión y servicio de guía turístico fueron los siguientes:

Tabla 15. Ingresos por ventas anuales

INGRESOS POR COMISIÓN Y SERVICIO DE GUÍA					
ESPECIFICACIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por comisiones	\$ 277.782.890	\$ 302.172.228	\$ 328.702.949	\$ 357.563.068	\$ 392.712.302
Ingresos por servicio de guía	\$ 89.223.000	\$ 93.684.150	\$ 98.368.358	\$ 103.286.775	\$ 108.451.114
INGRESO TOTAL	\$ 367.005.890	\$ 395.856.378	\$ 427.071.307	\$ 460.849.843	\$ 501.163.416

Fuente: Elaboración propia

11.10 Punto De Equilibrio

El punto de equilibrio ayuda a medir las cantidades que se deben producir o vender, teniendo en cuenta los costos fijos y variables y el precio de venta de los paquetes turísticos

Tabla 16. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos totales	\$ 367.005.890	\$ 395.856.378	\$ 427.071.307	\$ 460.849.843	\$ 501.163.416
Costos variables totales	\$ 60.190.502	\$ 64.946.354	\$ 70.564.232	\$ 76.668.469	\$ 83.394.355
Margen de contribución	\$ 306.815.388	\$ 330.910.024	\$ 356.507.075	\$ 384.181.374	\$ 417.769.061
Margen de contribución porcentual	83,60%	83,59%	83,48%	83,36%	83,36%
Costos fijos totales	\$ 261.369.371	\$ 268.944.761	\$ 276.643.655	\$ 284.443.220	\$ 292.314.820

Fuente: Elaboración propia

Figura 17. Ilustración de formula punto de equilibrio

Punto de equilibrio en pesos	Costos fijos totales
	Margen de contribución %

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18. punto de equilibrio en pesos

Punto de equilibrio en pesos	\$ 312.644.353	\$ 321.729.447	\$ 331.400.344	\$ 341.207.623	\$ 350.666.211
Margen de seguridad en pesos	\$ 54.361.537	\$ 74.126.931	\$ 95.670.963	\$ 119.642.220	\$ 150.497.205
Margen de seguridad porcentual	14,81%	18,73%	22,40%	25,96%	30,03%

Fuente: Elaboración propia

11.1 Financiación

La financiación es el factor que demuestra la procedencia de capital económico para el montaje, si es prestado, capital propio y el costo financiero de cada uno, el valor del interés anual que se le pagará a cada uno, para el capital propio sería el costo de oportunidad y para el préstamo, el interés bancario.

Tabla 19. Financiación del proyecto

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL				
SECTOR	MONTO	Participación	Costo financiero después de impuestos	PROM. POND
Inversionistas	\$ 63.729.600	61,44%	30,00%	18,43%
Crédito bancario	\$ 40.000.000	38,56%	12,80%	4,94%
TOTAL	\$ 103.729.600			23,37%
Costo de la deuda después de Impuesto				
Tasa Efectiva Anual	18,28%			
Tasa Imporenta	30,00%			
Costo de la deuda	12,80%			

Fuente: elaboración propia

11.1 Cuotas De Préstamo

Calcular la cuota del préstamo bancario, sirve para saber el interés que se paga

mensual, el interés que se paga al final del período y el respectivo pago de las deudas de la empresa hasta quedar en cero.

Teniendo en cuenta que la inversión inicial para el proyecto es de \$103.729.600, la inversión de los socios que será de \$63.729.600 con una participación de 61,44% sobre la inversión y un préstamo bancario de \$40.000.000 con una participación del 38,56% sobre la inversión inicial del proyecto.

Figura 32. Ilustración de ecuación de anualidad

A: Cuota fija
i: Interés periódico
n: Número de cuotas anuales

$$A = P \left[\frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right]$$

P: Monto a prestar
i: mensual= 18,28% Efectivo anual
n: 5 Años

P: \$ 40.000.000,00 **A: \$ 12.872.330,42**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20. Pago de cuotas bancaria anuales

PAGO DE CUOTA BANCARIA ANUAL				
CUOTA	VALOR CUOTA	ABONO INTERÉS	ABONO CAPITAL	SALDO
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 40.000.000,00
1	\$ 12.872.330,42	\$ 7.312.000,00	\$ 5.560.330,42	\$ 34.439.669,58
2	\$ 12.872.330,42	\$ 6.295.571,60	\$ 6.576.758,82	\$ 27.862.910,76
3	\$ 12.872.330,42	\$ 5.093.340,09	\$ 7.778.990,33	\$ 20.083.920,43
4	\$ 12.872.330,42	\$ 3.671.340,65	\$ 9.200.989,77	\$ 10.882.930,66
5	\$ 12.872.330,42	\$ 1.989.399,72	\$ 10.882.930,70	-\$ 0,04

Fuente: elaboración propia

11.2 ANÁLISIS FINANCIERO

11.13.1 Estado de resultados. Es la consolidación de la operación de ingreso y costo en la empresa, se tiene en cuenta los rubros de ingresos por ventas, costo de venta, gastos de administración, impuestos y al final permite ver la utilidad neta en el período.

Tabla 21. Estado de resultado proyectado

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ingresos por comisión PKTs	\$ 277.782.890	\$ 302.172.228	\$ 328.702.949	\$ 357.563.068	\$ 392.712.302
Ingresos por servicio de guía	\$ 89.223.000	\$ 93.684.150	\$ 98.368.358	\$ 103.286.775	\$ 108.451.114
TOTAL, INGRESOS	\$ 367.005.890	\$ 395.856.378	\$ 427.071.307	\$ 460.849.843	\$ 501.163.416
COSTO PRESTACIÓN SERVICIO					
Nómina operativa	\$ 118.992.703	\$ 123.276.440	\$ 127.714.392	\$ 132.312.110	\$ 137.075.346
Dotación personal operativo	\$ 9.219.000	\$ 9.550.884	\$ 9.894.716	\$ 10.250.926	\$ 10.619.959
Publicidad y propaganda	\$ 23.080.000	\$ 23.910.880	\$ 24.771.672	\$ 25.663.452	\$ 26.587.336
Seguro de accidentes turistas	\$ 50.327.860	\$ 54.304.128	\$ 59.070.571	\$ 64.255.960	\$ 69.899.982
SOAT (Vans y Moto)	\$ 1.300.400	\$ 1.347.214	\$ 1.395.714	\$ 1.445.960	\$ 1.498.014
Manillas de identificación PKTs	\$ 1.054.500	\$ 1.141.672	\$ 1.243.950	\$ 1.352.113	\$ 1.466.451
Registro nacional de turismo	\$ 80.000	\$ 82.880	\$ 85.864	\$ 88.955	\$ 92.157
Contribución FONTUR	\$ 917.515	\$ 989.641	\$ 1.067.678	\$ 1.152.125	\$ 1.252.909
Impto de industria y comercio	\$ 3.670.059	\$ 3.958.564	\$ 4.270.713	\$ 4.608.498	\$ 5.011.634
impto de vehículos	\$ 1.552.485	\$ 1.608.374	\$ 1.666.276	\$ 1.726.262	\$ 1.788.407
Impacto cultural (1% de los ingresos)	\$ 3.670.059	\$ 3.958.564	\$ 4.270.713	\$ 4.608.498	\$ 5.011.634
Depreciación flota y equipo de transporte	\$ 12.699.800	\$ 12.699.800	\$ 12.699.800	\$ 12.699.800	\$ 12.699.800
TOTAL, COSTO PRESTACIÓN SERVICIO	\$ 226.564.381	\$ 236.829.042	\$ 248.152.058	\$ 260.164.658	\$ 273.003.630
UTILIDAD BRUTA	\$ 140.441.509	\$ 159.027.336	\$ 178.919.249	\$ 200.685.185	\$ 228.159.786
GASTOS DE OPERACIÓN					
Nómina administración	\$ 97.296.000	\$ 99.582.272	\$ 101.868.544	\$ 104.154.816	\$ 106.441.088
Dotación personal administrativo	\$ 2.250.000	\$ 2.331.000	\$ 2.414.916	\$ 2.501.853	\$ 2.591.920

Seguro todo riesgo	\$ 1.415.000	\$ 1.465.940	\$ 1.518.714	\$ 1.573.388	\$ 1.630.029
Arrendamiento local	\$ 6.600.000	\$ 6.837.600	\$ 7.083.754	\$ 7.338.769	\$ 7.602.964
Honorarios asesoría financiera	\$ 1.000.000	\$ 1.036.000	\$ 1.073.296	\$ 1.111.935	\$ 1.151.964
Servicio energía eléctrica	\$ 1.560.000	\$ 1.616.160	\$ 1.674.342	\$ 1.734.618	\$ 1.797.064
Servicio acueducto y alcantarillado	\$ 600.000	\$ 621.600	\$ 643.978	\$ 667.161	\$ 691.179
Servicio teléfono, internet y televisión	\$ 1.234.800	\$ 1.279.253	\$ 1.325.306	\$ 1.373.017	\$ 1.422.446
Mantenimiento equipo de computo	\$ 200.000	\$ 207.200	\$ 214.659	\$ 222.387	\$ 230.393
Plan datos y minutos	\$ 670.800	\$ 694.949	\$ 719.967	\$ 745.886	\$ 772.738
Matricula mercantil	\$ 160.000	\$ 165.760	\$ 171.727	\$ 177.910	\$ 184.314
Certificado de fumigación	\$ 102.000	\$ 105.672	\$ 109.476	\$ 113.417	\$ 117.500
Patente de sanidad	\$ 100.000	\$ 103.600	\$ 107.330	\$ 111.193	\$ 115.196
Certificado bomberos	\$ 100.000	\$ 103.600	\$ 107.330	\$ 111.193	\$ 115.196
Avisos y tableros	\$ 550.509	\$ 593.785	\$ 640.607	\$ 691.275	\$ 751.745
Aseo y cafetería	\$ 4.456.800	\$ 4.617.245	\$ 4.783.466	\$ 4.955.670	\$ 5.134.075
Papelería y útiles escritorio	\$ 395.100	\$ 409.324	\$ 424.059	\$ 439.325	\$ 455.141
Implementos de seguridad y señalización	\$ 85.000	\$ 88.060	\$ 91.230	\$ 94.514	\$ 97.917
Depreciación equipo de cómputo y c	\$ 1.350.000	\$ 1.350.000	\$ 1.350.000	\$ 1.350.000	\$ 1.350.000
Depreciación equipo de oficina	\$ 435.936	\$ 435.936	\$ 435.936	\$ 435.936	\$ 435.936
Amortización diferidos	\$ 910.000	\$ 910.000	\$ 910.000	\$ 910.000	\$ 910.000
TOTAL, GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 87.683.492	\$ 90.766.502	\$ 93.962.488	\$ 97.275.690	\$ 100.716.145
UTILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL	\$ 52.758.017	\$ 68.260.834	\$ 84.956.761	\$ 103.409.495	\$ 127.443.641
Gastos financieros – Intereses	\$ 7.312.000	\$ 6.295.572	\$ 5.093.340	\$ 3.671.341	\$ 1.989.400
UTILIDAD/PERDIDA ANTES IMPUESTOS	\$ 45.446.017	\$ 61.965.262	\$ 79.863.421	\$ 99.738.154	\$ 125.454.241
Provisión impuesta de renta (30%)	\$ 13.633.805	\$ 18.589.579	\$ 23.959.026	\$ 29.921.446	\$ 37.636.272
UTILIDAD LIQUIDA	\$ 31.812.212	\$ 43.375.683	\$ 55.904.395	\$ 69.816.708	\$ 87.817.969

Reserva legal		\$ 3.181.221	\$ 4.337.568	\$ 5.590.439	\$ 6.981.671	\$ 8.781.797
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 28.630.991	\$ 39.038.115	\$ 50.313.955	\$ 62.835.037	\$ 79.036.172

Fuente: Elaboración propia

11.13.2. Balance general. El estado de situación financiera (Balance general) muestra la situación de los activos corrientes y no corrientes, los pasivos y el patrimonio, a partir de este estado y el de resultados para ver de manera profunda la situación económica de la empresa.

Tabla 22. Balance general proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO					
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES					
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	\$ 79.852.665	\$ 137.003.099	\$ 205.893.724	\$ 287.867.598	\$ 387.913.199
Efectivo caja y bancos	\$ 79.852.665	\$ 137.003.099	\$ 205.893.724	\$ 287.867.598	\$ 387.913.199
TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES	\$ 79.852.665	\$ 137.003.099	\$ 205.893.724	\$ 287.867.598	\$ 387.913.199
ACTIVOS NO CORRIENTES					
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 74.608.358	\$ 74.608.358	\$ 74.608.358	\$ 74.608.358	\$ 74.608.358
Equipo de oficina	\$ 4.359.358	\$ 4.359.358	\$ 4.359.358	\$ 4.359.358	\$ 4.359.358
Equipo de cómputo y comunicación	\$ 6.750.000	\$ 6.750.000	\$ 6.750.000	\$ 6.750.000	\$ 6.750.000
Flota y equipo de transporte	\$ 63.499.000	\$ 63.499.000	\$ 63.499.000	\$ 63.499.000	\$ 63.499.000
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 14.485.736	\$ 28.971.472	\$ 43.457.207	\$ 57.942.943	\$ 72.428.679
Equipo de oficina	\$ 435.936	\$ 871.872	\$ 1.307.807	\$ 1.743.743	\$ 2.179.679
Equipo de cómputo y comunicación	\$ 1.350.000	\$ 2.700.000	\$ 4.050.000	\$ 5.400.000	\$ 6.750.000
Flota y equipo de transporte	\$ 12.699.800	\$ 25.399.600	\$ 38.099.400	\$ 50.799.200	\$ 63.499.000
NETO PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 60.122.622	\$ 45.636.886	\$ 31.151.151	\$ 16.665.415	\$ 2.179.679
OTROS ACTIVOS	\$ 3.640.000	\$ 2.730.000	\$ 1.820.000	\$ 910.000	\$ -
Cargos diferidos	\$ 3.640.000	\$ 2.730.000	\$ 1.820.000	\$ 910.000	\$ -

TOTAL, ACTIVO	\$ 143.615.287	\$ 185.369.985	\$ 238.864.875	\$ 305.443.013	\$ 390.092.878
PASIVOS					
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 34.439.670	\$ 27.862.911	\$ 20.083.920	\$ 10.882.930	\$ -
Préstamo bancario	\$ 34.439.670	\$ 27.862.911	\$ 20.083.920	\$ 10.882.930	\$ -
IMPUESTOS GRAVÁMENES Y TASAS	\$ 13.633.805	\$ 18.589.579	\$ 23.959.026	\$ 29.921.446	\$ 37.636.272
Impuesto de renta	\$ 13.633.805	\$ 18.589.579	\$ 23.959.026	\$ 29.921.446	\$ 37.636.272
TOTAL, PASIVOS CORRIENTES	\$ 48.073.475	\$ 46.452.490	\$ 44.042.946	\$ 40.804.376	\$ 37.636.272
PATRIMONIO	\$ 95.541.812	\$ 138.917.495	\$ 194.821.929	\$ 264.638.637	\$ 352.456.606
CAPITAL SOCIAL	\$ 63.729.600	\$ 63.729.600	\$ 63.729.600	\$ 63.729.600	\$ 63.729.600
Aportes sociales	\$ 63.729.600	\$ 63.729.600	\$ 63.729.600	\$ 63.729.600	\$ 63.729.600
RESERVAS	\$ 3.181.221	\$ 7.518.789	\$ 13.109.228	\$ 20.090.899	\$ 28.872.696
Reservas obligatorias	\$ 3.181.221	\$ 7.518.789	\$ 13.109.228	\$ 20.090.899	\$ 28.872.696
RESULTADOS DEL EJERCICIO	\$ 28.630.991	\$ 39.038.115	\$ 50.313.995	\$ 62.835.037	\$ 79.036.172
Utilidad del ejercicio	\$ 28.630.991	\$ 39.038.115	\$ 50.313.995	\$ 62.835.037	\$ 79.036.172
RESULTADOS DE EJERCICIOS ANTERIORES	0	\$ 28.630.991	\$ 67.669.106	\$ 117.983.101	\$ 180.818.138
Utilidades acumuladas	0	\$ 28.630.991	\$ 67.669.106	\$ 117.983.101	\$ 180.818.138
TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 143.615.287	\$ 185.369.985	\$ 238.864.875	\$ 305.443.013	\$ 390.092.878

Fuente: Elaboración propia

11.13.3 Flujos De Caja Y Rentabilidad Del Proyecto

El flujo de caja es un factor importante en visionar los movimientos de ingreso y salida de dinero en la empresa, además de permitir ver con claridad si el inversionista introduce su dinero, al igual de saber cómo serían los movimientos de dinero. Es una base para el valor presente neto.

Tabla 23. Flujo de caja del proyecto

FLUJO DE CAJA PROYECTO							
DETALLE	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO6
Ingreso por comisiones PKTs		277.782.890	302.172.228	328.702.949	357.563.068	392.712.302	
Ingreso por servicio de guía		89.223.000	93.684.150	98.368.358	103.286.775	108.451.114	
Costo prestación servicio		213.864.581	224.129.242	235.452.258	247.464.858	260.303.830	
Gastos operacionales		84.987.556	88.070.566	91.266.552	94.579.754	98.020.209	
Depreciación equipo de oficina		435.936	435.936	435.936	435.936	435.936	
Depreciación equipo cómputo y c		1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	
Depreciación flota y eq de transp		12.699.800	12.699.800	12.699.800	12.699.800	12.699.800	
Amortización diferidos		910.000	910.000	910.000	910.000	910.000	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		52.758.017	68.260.834	84.956.761	103.409.495	127.443.641	0
Impuesto causado		15.827.405	20.478.250	25.487.028	31.022.849	38.233.092	
Impuesto pagado		0	15.827.405	20.478.250	25.487.028	31.022.849	38.233.092
Depreciación equipo de oficina		435.936	435.936	435.936	435.936	435.936	
Depreciación equipo cómputo y c		1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	
Depreciación flota y eq de transp		12.699.800	12.699.800	12.699.800	12.699.800	12.699.800	
Amortización diferidos		910.000	910.000	910.000	910.000	910.000	

Valor de salvamento						2.179.679	
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-103.729.600	68.153.753	67.829.165	79.874.247	93.318.203	113.996.208	-38.233.092
VPN	80.642.819	del proyecto					
TIR	65,21%						
Tasa oportunidad inversionista	30,00%						

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24 Flujo de caja del inversionista

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA							
DETALLE	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO6
Ingreso por comisiones PKTs		277.782.890	302.172.228	328.702.949	357.563.068	392.712.302	
Ingreso por servicio de guía		89.223.000	93.684.150	98.368.358	103.286.775	108.451.114	
Costo prestación servicio		213.864.581	224.129.242	235.452.258	247.464.858	260.303.830	
Gastos operacionales		84.987.556	88.070.566	91.266.552	94.579.754	98.020.209	
Depreciación equipo de oficina		435.936	435.936	435.936	435.936	435.936	
Depreciación equipo cómputo y c		1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	
Depreciación flota y eq de transp		12.699.800	12.699.800	12.699.800	12.699.800	12.699.800	
Amortización diferidos		910.000	910.000	910.000	910.000	910.000	
Gastos financieros – intereses		7.312.000	6.295.572	5.093.340	3.671.341	1.989.400	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		45.446.017	61.965.262	79.863.421	99.738.154	125.454.241	0
Impuesto causado		13.633.805	18.589.579	23.959.026	29.921.446	37.636.272	
Impuesto pagado		0	13.633.805	18.589.579	23.959.026	29.921.446	37.636.272
Depreciación equipo de oficina		435.936	435.936	435.936	435.936	435.936	
Depreciación equipo cómputo y c		1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	
Depreciación flota y eq de transp		12.699.800	12.699.800	12.699.800	12.699.800	12.699.800	
Amortización diferidos		910.000	910.000	910.000	910.000	910.000	
Valor de salvamento						2.179.679	
Abono préstamo		5.560.330	6.576.759	7.778.990	9.200.990	10.882.931	
FLUJO NETO DE EFECTIVO	- 63.729.600	55.281.423	57.150.434	68.890.588	81.973.874	102.225.279	- 37.636.272
VPN	92.404.290	del proyecto					
TIR	91,25%						
Tasa oportunidad inversionista	30,00%						

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25. Flujo de caja con financiamiento

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO							
DETALLE	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO6
Ingreso por comisiones PKTs		277.782.890	302.172.228	328.702.949	357.563.068	392.712.302	
Ingreso por servicio de guía		89.223.000	93.684.150	98.368.358	103.286.775	108.451.114	
Costo prestación servicio		213.864.581	224.129.242	235.452.258	247.464.858	260.303.830	
Gastos operacionales		84.987.556	88.070.566	91.266.552	94.579.754	98.020.209	
Depreciación equipo de oficina		435.936	435.936	435.936	435.936	435.936	
Depreciación equipo cómputo y comunicación		1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	
Depreciación flota y eq de transp		12.699.800	12.699.800	12.699.800	12.699.800	12.699.800	
Amortización diferidos		910.000	910.000	910.000	910.000	910.000	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		52.758.017	68.260.834	84.956.761	103.409.495	127.443.641	0
Impuesto causado		15.827.405	20.478.250	25.487.028	31.022.849	38.233.092	
Impuesto pagado		0	15.827.405	20.478.250	25.487.028	31.022.849	38.233.092
Depreciación equipo de oficina		435.936	435.936	435.936	435.936	435.936	
Depreciación equipo cómputo y comunicación		1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	
Depreciación flota y eq de transp		12.699.800	12.699.800	12.699.800	12.699.800	12.699.800	
Amortización diferidos		910.000	910.000	910.000	910.000	910.000	
Valor de salvamento						2.179.679	
FLUJO NETO DE EFECTIVO	- 103.729.600	68.153.753	67.829.165	79.874.247	93.318.203	113.996.208	-38.233.092
VPN	107.945.028						
TIR	65,21%	del proyecto					

Costo capital promedio ponderado	23,37%
----------------------------------	--------

Fuente: Elaboración propia

Una vez visto los resultados de las proyecciones de los flujos de caja, partiendo desde una inversión inicial de \$103.729.600 con una tasa de oportunidad del 30% dio como resultado un VPN de \$80.642819 y una TIR de 65,21% anual, con lo que se puede decir que el proyecto es viable y rentable para efectuar una inversión, generando de esta manera utilidad para los inversionistas.

En cuanto al flujo de caja del inversionista, con una inversión de \$63.729.600 con una tasa de oportunidad del 30% se obtuvo un VPN de \$92.404.290 y una TIR de 91,25% obteniendo de esta forma un valor superior a lo esperado, teniendo en cuenta que las ganancias superan el valor invertido.

11.3 PRESUPUESTO DE EFECTIVO Y RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN

Tabla 26. Presupuesto de efectivo

PRESUPUESTO DE EFECTIVO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Entradas de efectivo	103.729.600	367.005.890	395.856.378	427.071.307	460.849.843	501.163.416
Ingreso comisión		277.782.890	302.172.228	328.702.949	357.563.068	392.712.302
Ingreso servicio guía		89.223.000	93.684.150	98.368.358	103.286.775	108.451.114
Aportes socios	63.729.600					
Crédito bancario	40.000.000					
Salidas de efectivo	79.158.358	311.724.467	338.705.943	358.180.719	378.875.968	401.117.815
Compra equipo de oficina	4.359.358					
Compra equipo cómputo y comunicación	6.750.000					
Compra flota y equipo de transporte	63.499.000					

Pago cargos diferidos	4.550.000					
Nómina administración		97.296.000	99.582.272	101.868.544	104.154.816	106.441.088
Nómina operativa		118.992.703	123.276.440	127.714.392	132.312.110	137.075.346
Publicidad y propaganda		23.080.000	23.910.880	24.771.672	25.663.452	26.587.336
Manillas de identificación PKTs		1.054.500	1.141.672	1.243.950	1.352.113	1.466.451
Matricula mercantil		160.000	165.760	171.727	177.910	184.314
Certificado de fumigación		102.000	105.672	109.476	113.417	117.500
Patente de sanidad		100.000	103.600	107.330	111.193	115.196
Certificado bomberos		100.000	103.600	107.330	111.193	115.196
Avisos y tableros		550.509	593.785	640.607	691.275	751.745
Seguro todo riesgo		1.415.000	1.465.940	1.518.714	1.573.388	1.630.029
Registro nacional de turismo		80.000	82.880	85.864	88.955	92.157
Dotación personal administr		2.250.000	2.331.000	2.414.916	2.501.853	2.591.920
Dotación personal operativo		9.219.000	9.550.884	9.894.716	10.250.926	10.619.959
Aseo y cafetería		4.456.800	4.617.245	4.783.466	4.955.670	5.134.075
Papelería y útiles de escritorio		395.100	409.324	424.059	439.325	455.141
Implementos seguridad y señal		85.000	88.060	91.230	94.514	97.917
Arrendamiento		6.600.000	6.837.600	7.083.754	7.338.769	7.602.964
Seguro accidente para turistas		50.327.860	54.304.128	59.070.571	64.255.960	69.899.982
Honorarios asesoría financiera		1.000.000	1.036.000	1.073.296	1.111.935	1.151.964
Contribución FONTUR		917.515	989.641	1.067.678	1.152.125	1.252.909
Impto de industria y comercio		3.670.059	3.958.564	4.270.713	4.608.498	5.011.634

Impto de vehículos		1.552.485	1.608.374	1.666.276	1.726.262	1.788.407
Servicio energía eléctrica		1.560.000	1.616.160	1.674.342	1.734.618	1.797.064
Servicio acueducto y alcantarilla		600.000	621.600	643.978	667.161	691.179
Servicio teléfono, internet y televisión		1.234.800	1.279.253	1.325.306	1.373.017	1.422.446
Mantenimiento equ de computo		200.000	207.200	214.659	222.387	230.393
SOAT (Vans y Moto)		1.300.400	1.347.214	1.395.714	1.445.960	1.498.014
Plan de datos y minutos		670.800	694.949	719.967	745.886	772.738
Impacto cultural		3.670.059	3.958.564	4.270.713	4.608.498	5.011.634
Impuesto de renta			13.633.805	18.589.579	23.959.026	29.921.446
Cuota préstamo		12.872.330	12.872.330	12.872.330	12.872.330	12.872.330
FLUJO NETO DE EFECTIVO	24.571.242	55.281.423	57.150.435	68.890.588	81.973.875	100.045.601
EFECTIVO INICIAL		24.571.242	79.852.665	137.003.100	205.893.688	287.867.563
EFECTIVO CAJA Y BANCOS	24.571.242	79.852.665	137.003.100	205.893.688	287.867.563	387.913.164

Ajuste por aproximación decimales

Efectivo caja y bancos ajustado

Fuente: Elaboración propia

En el presupuesto de efectivo, el proyecto es posible desde el punto de vista financiero porque genera efectivo suficiente de manera que la empresa pueda liquidar todas las obligaciones para su funcionamiento.

Tabla 27. Recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN					
PERIODOS	FLUJO ANUAL	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACION INVERSION	SALDO INVERSION	PERIODO RECUPERACION
Año 0				\$ 108.859.600	
Año 1	\$ 68.153.753	\$ 31.118.880	\$ 37.034.873	\$ 66.694.727	1 año
Año 2	\$ 67.829.165	\$ 20.008.418	\$ 47.820.747	\$ 18.873.980	2 años
Año 3	\$ 79.874.247	\$ 5.662.194	\$ 74.212.053	-\$ 55.338.073	2 años y 92 días
Año 4	\$ 93.318.203				
Año 5	\$ 113.996.208				

FRACION	\$ 18.873.980	25,43%
AÑO 2	\$ 74.212.053	
AÑO 360 DIAS X 25,43%		92 días

Fuente: Elaboración propia

11.15.Razones Financieras

Las razones financieras generan una comprensión de los movimientos de los valores de los activos, pasivos, utilidades netas, ventas netas en cuanto al impacto que tienen entre sí como se evidencia a continuación.

11.15.1Razón Corriente

La razón corriente indica que, por cada peso debido, la empresa tendrá 1,66 para el primer año hasta llegar al año 5 con 10,3 pesos para responder a la deuda.

Tabla 28. Razón corriente

Razón corriente	Activo corriente
	Pasivo corriente

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
Razón Corriente	\$ 79.852.665	1,66	\$ 137.003.099	2,95	\$ 205.893.724	4,67	\$ 287.867.598	7,05	\$ 387.913.199	10,3
	\$ 48.073.475		\$ 46.452.490		\$ 44.042.946		\$ 40.804.376		\$ 37.636.272	

Fuente: Elaboración propia

11.15.2 Indicador De Rotación

Rotación de activo total

Los activos rotan en un rango de 2,32 y 1,08 veces, es decir que por cada \$1,00 peso invertido en activos totales genera ventas de la manera en que rotan los activos

Tabla 29. Rotación de activo total

Rotación de activo total	Ventas	
	Activo total bruto	

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
Rotación de activo total	\$ 367.005.890	2,32	\$ 395.856.378	1,85	\$ 427.071.307	1,51	\$ 460.849.843	1,27	\$ 501.163.416	1,08
	\$ 158.101.023		\$ 214.341.457		\$ 282.322.082		\$ 363.385.956		\$ 462.521.557	

Fuente: Elaboración propia

11.15.3 INDICADORES DE RENTABILIDAD

📊 Margen bruto de utilidad

Tabla 30. Margen bruto de utilidad

Margen Bruto	Utilidad bruta	x100
	Ventas netas	

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
Margen Bruto	\$ 140.441.509	38,27	\$ 159.027.336	40,17	\$ 178.919.249	41,89	\$ 200.685.185	43,55	\$ 228.159.786	45,53
	\$ 367.005.890		\$ 395.856.378		\$ 427.071.307		\$ 460.849.843		\$ 501.163.416	

Fuente: Elaboración propia

Margen operacional de utilidad

Tabla 31. Margen operacional

Margen Operacional	Utilidad operacional	x100
	Ventas netas	

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
Margen Operacional	\$ 52.758.017	14,38	\$ 68.260.834	17,24	\$ 84.956.761	19,89	\$ 103.409.495	22,44	\$ 127.443.641	25,43
	\$ 367.005.890		\$ 395.856.378		\$ 427.071.307		\$ 460.849.843		\$ 501.163.416	

Fuente: Elaboración propia

Margen neto de utilidad

El margen neto indica que por cada 1,00 pesos vendidos aumenta la utilidad neta gradualmente por año después de sacar todos los costos operativos, producción, impuestos, no operacionales.

Tabla 32. Margen neto

Margen Neto	Utilidad neta	x100
	Ventas netas	

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
Margen Neto	\$ 31.812.212	8,67	\$ 43.375.683	10,96	\$ 55.904.395	13,09	\$ 69.816.708	15,15	\$ 87.817.969	17,52
	\$ 367.005.890		\$ 395.856.378		\$ 427.071.307		\$ 460.849.843		\$ 501.163.416	

Fuente: Elaboración propia

Rendimiento del patrimonio

En el rendimiento del patrimonio, la utilidad neta impacta en 49,92 pesos por cada 100 pesos, generando confianza patrimonial en el aumento por años.

Tabla 33. Rendimiento del patrimonio

Rendimiento del patrimonio	Utilidad neta	x100
	Patrimonio	

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
Rendimiento del patrimonio	\$ 31.812.212	49,92	\$ 43.375.683	45,4	\$ 55.904.395	40,24	\$ 69.816.708	35,84	\$ 87.817.969	33,18
	\$ 63.729.600		\$ 95.541.812		\$ 138.917.534		\$ 194.821.929		\$ 264.638.637	

Fuente: Elaboración propia

Rendimiento del activo total

Los activos tienen buen rendimiento, por cada 100 pesos del activo total se genera un rendimiento de 20,12 pesos que se aumentan cada año.

Tabla 34. Rendimiento del activo total

Rendimiento del activo total	Utilidad neta	x100
	Activo total bruto	

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
Rendimiento del activo total	\$ 31.812.212	20,12	\$ 43.375.683	20,24	\$ 55.904.395	19,8	\$ 69.816.708	19,21	\$ 87.817.969	18,99
	\$ 158.101.023		\$ 214.341.457		\$ 282.322.082		\$ 363.385.956		\$ 462.521.557	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro Resumen de Indicadores Financieros.

Tabla.35 Resumen indicadores financieros

Indicador	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen Bruto (%)	38.26%	40.17%	41.90%	43.55%	45.52%
Margen Operacional (%)	14.37%	17.24%	19.89%	22.44%	25.46%
Margen Neto (%)	8.67%	10.96%	13.09%	15.15%	17.52%

Gastos Operativos / Ingresos (%)	23.89%	22.93%	22.00%	21.11%	20.10%
Endeudamiento Financiero (%)	13.86%	9.22%	5.99%	3.55%	1.56%

Estos indicadores reflejan el control de gastos y la evolución del endeudamiento a lo largo del tiempo. A medida que la utilidad operativa crece y los gastos financieros disminuyen, el nivel de endeudamiento financiero también se reduce. Al mismo tiempo, los márgenes aumentan, lo que indica una mayor eficiencia en la operación y el control de costos.

12.CONCLUSIONES

El estudio de mercado revela una fuerte aceptación en los destinos mencionados, lo cual favorece considerablemente la propuesta. Además, los precios promedio que los clientes están dispuestos a pagar se alinean con la rentabilidad esperada para la operación turística. Sin embargo, la competencia es elevada, ya que se trata de un negocio con pocas barreras de entrada debido a que es un servicio sencillo y de bajo costo para su implementación.

Es crucial destacar la importancia de establecer una agencia de viajes en el municipio de Pitalito, capaz de satisfacer las necesidades de los futuros y potenciales turistas que visiten la zona. En el segmento analizado, no se ha desarrollado aún una oferta que cubra estas demandas.

La operación de la empresa es altamente flexible, con una estructura organizacional que combina empleados fijos con jornadas laborales de 8 horas y personal contratado por servicio, como los guías turísticos, quienes reciben un salario mensual. Este modelo ofrece a la empresa ventajas en la gestión de su equipo de trabajo.

En su fase inicial, la empresa operará como una agencia intermediaria, con un límite en la cantidad de grupos de turistas y recorridos, debido a cuestiones de organización y capacidad. Por esta razón, no se requiere un gran número de empleados. Sin embargo, tanto el gerente como el asistente de gerencia deben enfocarse en realizar labores de marketing relacional, especialmente en el entorno digital. El Community Manager desempeña un rol fundamental en la gestión del marketing a través de las redes sociales.

La empresa requiere una inversión económica relativamente baja, con cuotas accesibles para cumplir con las obligaciones bancarias. Los gastos diferidos tienen un impacto significativo en las ventas, y la recuperación del capital se estima en dos años y 29 días, ya que se ofrece un servicio sin costos adicionales de producción ni almacenamiento. Los indicadores financieros muestran que la empresa es viable en la gestión de sus activos y que su enfoque no es excesivamente ambicioso en términos de mercado, cubriendo aproximadamente el 7.653% de la demanda de pasajeros con destinos turísticos, alcanzando un promedio de 11.015 en el primer año.

Con base en los resultados de los indicadores financieros y la evolución de las utilidades, podemos afirmar que **el estudio de factibilidad muestra señales de viabilidad**. Mediante lo siguiente:

- **Crecimiento de Ingresos:** Los ingresos totales aumentan de forma sostenida año tras año, lo que refleja una proyección positiva de crecimiento del negocio.

➤ **Mejora de Márgenes:**

- **Margen Bruto:** Aumenta desde 38.26% en el primer año hasta 45.52% en el quinto, lo que indica que los costos directos del servicio están bien controlados en relación con los ingresos.
- **Margen Operacional:** Crece de 14.37% a 25.46% en cinco años, mostrando que la empresa es cada vez más eficiente en la operación, controlando tanto los costos como los gastos.
- **Margen Neto:** Mejora consistentemente de 8.67% a 17.52%, lo que significa que el negocio genera cada vez más ganancias después de impuestos.

➤ **Control de Gastos Operativos:** La relación de los gastos operativos con los ingresos disminuye año tras año, lo que significa que la empresa es cada vez más eficiente en sus operaciones y logra economías de escala.

➤ **Disminución del Endeudamiento Financiero:** El endeudamiento financiero baja significativamente (del 13.86% al 1.56%), lo que muestra una mejora en la salud financiera a medida que los gastos por intereses se reducen. Esto sugiere que la empresa está pagando sus deudas o que ha minimizado la necesidad de financiamiento externo.

➤ **Crecimiento de Utilidades:** Las utilidades netas crecen año a año, pasando de \$31.8 millones en el primer año a \$87.8 millones en el quinto. Esto es una clara señal de rentabilidad creciente, lo cual es un aspecto crucial para la viabilidad.

➤ **El proyecto es financieramente viable,** ya que muestra márgenes en crecimiento, control de costos, disminución del endeudamiento y una rentabilidad sostenida. Estos factores sugieren que la empresa está bien posicionada para lograr éxito en el mediano y largo plazo. Además, el aumento en la eficiencia operativa y el crecimiento de las utilidades líquidas refuerzan esta conclusión.

13. RECOMENDACIONES

- Se sugiere llevar a cabo investigaciones específicas sobre otras áreas del sector turístico, como empresas de transporte especial y alojamiento rural, para identificar oportunidades y áreas de mejora.
- Fomentar relaciones sólidas con aliados clave, como proveedores de transporte y alojamiento, para mejorar la oferta de servicios y la satisfacción del cliente.
- Mantener la flexibilidad en la estructura organizacional para adaptarse a cambios en el mercado y asegurar que el personal esté capacitado para ofrecer un servicio de calidad.
- Explorar nuevas ideas y servicios que se alineen con las tendencias actuales en el turismo, como experiencias personalizadas o sostenibles, para diferenciarse de la competencia.
- Implementar mecanismos para recoger la opinión de los turistas sobre los servicios ofrecidos, lo que ayudará a realizar ajustes y mejoras continuas.

14. BIBLIOGRAFÍA

1. Alcaldía de Pitalito. (2019). Alcaldía de Pitalito. Obtenido de www.pitalito-huila.gov.co
2. Alshamrani, A., Mathur, K. & Ballou, R. H. (2007, abril). Reverse logistics: simultaneous design of delivery routes and returns strategies. Computers & Operations Research.
3. Barretto, M. (2005). Turismo étnico y tradiciones inventadas. Universidad de Caxias do Sul, El encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación.
4. Borello, A. (1994). El Plan de Negocios. McGraw - Hill / Interamericana de Colombia.
5. Bote Gómez, V. (2001). Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local. Madrid: Popular S.A. Alcaldía de Pitalito. (2020). *Geografía de Pitalito*. Obtenido de <https://www.alcaldiapitalito.gov.co/index.php/informacion-general/item/1112-geografia>
6. Blanco, A. (2004). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Caracas. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAN9185.pdf
7. Blanco, A. (2007). *Formulación y evaluación de proyectos*. Caracas: Editorial Texto C.A.
8. Blanco, A. (2008). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Caracas: Editorial Texto C.A. Obtenido de
9. Blanco, A. (2008). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Caracas: Editorial Texto C.A. Obtenido de
10. Borrello, A. (1994). *El PLAN DE NEGOCIOS. De herramienta de evaluación de una inversión a elaboración de un plan estratégico y operativo*. McGraw-hill.
11. Cabrera Salazar, D. (Dirección). (2020). *Pitalito Nuestra Historia* [Película]. Obtenido de <https://youtu.be/aKPavcOGQLg?si=3R0zQTTqR6G062Dv>
12. Cámara de comercio de Neiva. (2019). *Plan de competitividad Pitalito 2029*. Pitalito. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.cchuila.org/wp-content/uploads/Plan-de-Productividad-y-Competitividad-Pitalito-2029.pdf
13. Castaño, E. (2016). *Las comunidades indígenas y los atractivos naturales del sur de Colombia*. San Luis Potosí, México: Intersección. Obtenido de <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/int/article/view/785/674>

14. colombia, c. p. (1991). *constitucion politica de colombia*. colombia. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf
15. colombia, C. p. (1991). *constitucion politica de colombia*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf
16. colombia, C. p. (1991). *Constitucion politica de colombia*. colombia. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf
17. colombia, g. d. (s.f.). *Decreto*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=14696>
18. Colombia, G. d. (s.f.). *Decreto*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=9246>
19. Colombia, G. d. (s.f.). *Decreto*. Obtenido de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=65256>
20. Concejo Municipal Pitalito. (2020). Plan de desarrollo municipal (2020-2023). Obtenido de <http://www.sempitalito.gov.co/PDM%202020-2023.pdf>
21. Consejo Regional Indígena del Huila. (2013). *Resguardo indígena del Huila se declara libre de transgénicos*. Obtenido de <https://www.crihu.org/2013/03/resguardo-indigena-del-huila-se-declara.html>
22. *Constitucion politica de colombia*. (s.f.). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf
23. Diario del Huila. (2022). *Producción de café aumentó en 4%, y Huila es el principal cosechador del grano*. Obtenido de <https://diariodelhuila.com/produccion-de-cafe-aumento-en-4-y-huila-es-el-principal-cosechador-del-grano/>
24. ESTRADA, M. R. (2016). *ECO-ETNOTURISMO EN EL DISTRITO DE MANEJO INTEGRADO DELTA DEL RÍO RANCHERÍA, LA GUAJIRA: UNA OPCIÓN DE GESTIÓN AMBIENTAL SOSTENIBLE*. Riohacha, la guajira. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/server/api/core/bitstreams/6b4221ea-6511-495b-8349-39c5326f675c/content
25. Huila TV. (2021). CAM y alcaldía de Pitalito firman convenio para conservar el río Guarapas. Obtenido de <https://www.huilatv.com/cam-y-alcaldia-de-pitalito-firman-convenio-para-conservar-el-rio-guarapas/>
26. Huila, G. d. (2020). *censo indigena 2020*. Obtenido de <https://www.huila.gov.co/observatoriosalud/publicaciones/14481/censo-indigena-2020/#:~:text=Los%20municipios%20que%20aportan%20la,se%20traslad%C3%B3%20a%20este%20municipio.>

27. Huila, O. d. (2023). censo indigena 2020. *gov.co*. Obtenido de <https://www.huila.gov.co/observatoriosalud/publicaciones/14481/censo-indigena-2020/>
28. Imbachí, A. C. (2018). *Periferia 20 años* . Obtenido de Periferia 20 años : <https://periferiaprensa.com/vida-al-rio-un-proyecto-de-ecoturismo-sostenible-en-pitalito/>
29. Imbachí, A. C. (2018). Vida al río', un proyecto de ecoturismo sostenible en Pitalito. *periferia comunicación popular*. Obtenido de <https://periferiaprensa.com/vida-al-rio-un-proyecto-de-ecoturismo-sostenible-en-pitalito/>
30. Lozano, R. A. (2020). *Formulacion y evaluacion de proyectos: enfoque para emprendedores*. Bogota: Ecoe ediciones. Obtenido de <https://www-ebooks7-24-com.ezproxy.biblored.gov.co/stage.aspx?il=10255&pg=&ed=>
31. Lozano, R. M. (2020). *Formulacion y Evaluación de proyectos enfoque para emprende*-Formulacion-y-Evaluacion-de-Proyectos-Mendez.pdf
32. Maps, G. (2024). *Ilustración de la cartografía de Pitalito*. Pitalito. Obtenido de <https://www.google.com.co/maps/@3.8756596,-77.0932434,12z>
33. Melendez, H. (2005). *Plan de negocios y analisis de inversión*. Bucaramanga: Universidad Santo Tomas. Obtenido de https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=+Plan+de+negocios+y+an%C3%A1lisis+de+inversiones&author=Mel%C3%A9ndez+H&publication_year=2005
34. Observatorio de Salud del Huila. (2023). *Censo Indígena 2020*. Obtenido de <https://www.huila.gov.co/observatoriosalud/publicaciones/14481/censo-indigena-2020/#:~:text=Los%20municipios%20que%20aportan%20la,se%20traslad%C3%B3%20a%20este%20municipio.>
35. Ochoa, R. D. (2008). *Guia para la elaboracion de un plan de negocio en ecoturismo*. Bogota.
36. OMT. (s.f.). Desarrollo sostenible. *OMT Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
37. Ospina, Mora y Romero. (2013). Ecoturismo: diagnóstico y propuesta estratégica apra la oferta de destinos ecoturísticos en Colombia. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2535&context=administracion_de_empresas
38. Pitalito, A. d. (2020). *Alcaldia de Pitalito*. Obtenido de Alcaldia de Pitalito: <https://www.alcaldiapitalito.gov.co/index.php/informacion-general/item/1112-geografia>
39. Pitalito, a. m. (s.f.). Obtenido de <https://www.alcaldiapitalito.gov.co/index.php/informacion-general/item/1112-geografia>
40. *Preparacion y evaluacion de proyectos*. (2006). McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1243/1/Sapag-proyectos%20ta%20edici%C3%B3n.pdf

41. Salazar, D. C. (2020). Documental Pitalito Nuestra Historia. *Documental Pitalito Nuestra Historia*. Pitalito. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=aKPavcOGQLg>
42. Sebastian, R. G. (2018). *gestion y planificación turistica en destinos de interior*.
43. Smith. (1997).
44. Smith, V. (1989). *Hosts and Guests: The anthropology and tourism*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=oHnD36lfud8C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
45. Tomi. (s.f.). Planificacion turistica. *Tomi*. Obtenido de https://tomi.digital/es/es/62666/planificacion-turistica?utm_source=google&utm_medium=seo
46. travel, C. (2019). conoce pitalito y su belleza natural. *colombia travel*. Obtenido de <https://colombia.travel/es/pitalito>
47. Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos*. Mcgrawhill.