

ECONNETION COLOMBIA

ECOTURISMO

YURI LORENA PIÑEROS BARRETO

TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
BOGOTÁ
2012

ECONNETION COLOMBIA

ECOTURISMO

YURI LORENA PIÑEROS BARRETO

TRABAJO DE GRADO

DOCENTES:
NORMA VELASQUEZ
OLGA SANTAMARIA

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
BOGOTÁ
2012

CONTENIDO

<u>CAPITULO 1</u>	6
<u>1. GENERALIDADES</u>	7
<u>1.1 FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA</u>	7
<u>1.2 OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIO</u>	8
1.2.1 General	8
1.2.2 Específicos	8
<u>1.2.3 Cronograma</u>	9
<u>1.3 EMPRESA</u>	11
1.3.1 Misión	11
1.3.2 Visión	11
1.3.3 Valores Corporativos	11
<u>1.4 LOGOTIPO Y SLOGAN</u>	11
<u>1.5 ORIGEN Y MOTIVACIÓN DEL PROYECTO</u>	12
<u>1.6 SITUACIÓN PROBLÉMICA</u>	13
<u>1.7 ANTECEDENTES DEL PROYECTO</u>	15
<u>1.8 JUSTIFICACIÓN</u>	18
<u>1.9 OBJETIVOS EMPRESARIALES</u>	20
1.9.1 General	20
1.9.2 Específicos	20
<u>1.10 ALCANCE Y LIMITACIONES</u>	21
1.10.1 Alcance	21

1.10.2 Limitaciones	21
<u>CAPITULO 2</u>	22
<u>2. MERCADEO</u>	23
<u>2.1 PRODUCTO O SERVICIOS</u>	23
<u>2.2 ZONA DE INFLUENCIA</u>	24
<u>2.3. PERFIL DEL CLIENTE</u>	24
<u>2.4. ANALISIS DEL SECTOR</u>	25
<u>2.5 ENCUESTA</u>	25
<u>2.6 COMPTENCIA</u>	35
2.6.1 Tabla de competencia	35
2.6.2Análisis de competencia	36
<u>2.7ANALISIS DE MERCADO</u>	39
<u>2.8SEGMENTACIÓN</u>	45
<u>2.9 OFERTA</u>	56
<u>2.10MERCADO POTENCIAL</u>	57
<u>2.11ESTRATEGIAS DE MERCADO</u>	58
<u>CAPITULO 3</u>	63
<u>3. PRODUCCIÓN U OPERACIÓN.</u>	64
<u>3.1 INGENIERIA DEL PROYECTO.</u>	64
3.1.1 Requerimientos para prestar el servicio.	65
3.1.2 procesos productivos.	68
3.1.3 Estrategias - Alianzas comerciales.	69

3.1.4 Infraestructura.	71
<u>3.2 LOCALIZACIÓN.</u>	<u>72</u>
<u>3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO.</u>	<u>72</u>
<u>3.4 FASES TÉCNICAS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.</u>	<u>72</u>
<u>3.4.1 Flujo grama.</u>	<u>73</u>
<u>3. 5 RECURSOS TÉCNICOS REQUERIDOS PARA CADA FASE Y FORMAS DE ADQUISICIÓN.</u>	<u>74</u>
<u>3.6 PERSONAL REQUERIDO PARA CADA FASE DE PRODUCCIÓN.</u>	<u>75</u>
3.6.1 Proyección.	75
<u>3.7 SISTEMA DE CONTROL DE CALIDAD SOBRE LA PRODUCCIÓN.</u>	<u>76</u>
3.7.1 Claves de calidad.	77
3.8 POLITICAS DE CUIDADO MEDIOAMBIENTAL.	78
 <u>CAPITULO 4</u>	 <u>79</u>
<u>4. ADMINISTRATIVO.</u>	<u>80</u>
<u>4.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.</u>	<u>80</u>
<u>4.1.1 Organigrama</u>	<u>80</u>
<u>4.2 PERSONAL A CONTRATAR.</u>	<u>81</u>
<u>4.3 DESCRIPCIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES.</u>	<u>81</u>
<u>4.4 PROCESO DE INGRESO Y SALIDA DE PERSONAS.</u>	<u>82</u>
<u>4.5 TIPOS DE CONTRATOS Y DURACIÓN.</u>	<u>84</u>
<u>4.6 ASPECTO LEGAL–TIPO DE EMPRESA</u>	<u>84</u>
<u>4.7 MINUTA DE CONTITUCIÓN</u>	<u>84</u>
<u>5. AREA FINANCIERA</u>	<u>91</u>
<u>6. BIBLIOGRAFIA</u>	<u>92</u>



1. GENERALIDADES

1.1 FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Esta empresa se interesa por promover el ecoturismo en Colombia bajo los lineamientos legales y éticos, que no afecten ni trasformen de manera negativa estos sitios naturales, esta organización proporcionará con liderazgo positivo, incentivar a los clientes para hagan parte de una sociedad ecológica, a través el acercamiento al universo natural y cultural que frece nuestro país. Somos una empresa que contribuye con el desarrollo sostenible actual y con el futuro de nuestro país.

La ética de esta organización pende totalmente del progreso y desarrollo humano integral puesto que los líderes organizacionales y los equipos directivos tienen la facilidad para interrelacionarse con sus colaboradores y clientes, preocupándose por sus necesidades.

Esta organización compuesta por seres humanos eficientes y eficaces tiene como prioridad fundamental promover el crecimiento personal y profesional de todos sus colaboradores, a través de políticas y prácticas humanas competitivas.

Nuestra compañía respeta las creencias, valores culturales, y consolidara una cultura organizacional. De manera que si los gestores tendrán que influir de manera positiva en los demás, tanto por sus acciones como por sus omisiones, la empresa será el reflejo de sus líderes.

Entonces queda claro que como primera base ética de formación y sostenimiento de la empresa el comportamiento humano y de valores de los líderes es una prioridad, puesto que esta genera una cadena de actitudes en los vinculados a ella. La ética de responsabilidad, también es un punto de gran importancia para la organización.

- ☐ La empresa está dedicada a satisfacer las necesidades de un grupo consumidor, lo que en primera instancia constituye una responsabilidad social.
- ☐ Si se desea satisfacer los intereses de los usuarios, se vincula otro factor de suma importancia, la responsabilidad económica que implica buscar y tener los recursos además de hacer un uso impecable de este y de esta manera cumplir con satisfactoriamente con las responsabilidades económicas y sociales.
- ☐ En el momento de calificar la calidad del desarrollo promovido por la iniciativa empresarial, es deber ético tener en cuenta los indicadores de

desarrollo económico (productividad del trabajo), indicadores de bienestar social (ocupación, nivel de los precios, etc.) e indicadores de calidad de la vida (seguridad social, cultura, salud, etc.).

- Es importante tener en cuenta la responsabilidad de enseñar a los colaboradores a cambiar y cómo cambiar en una verdadera relación de tipo pedagógico, puesto que nos encontramos en una sociedad cambiante, por lo que la empresa debe cambiar con ella para estar siempre a la vanguardia
- Finalmente, la responsabilidad solidaria es otro tipo de ética empresarial que se llevará a cabo en la empresa, lo que implica la distribución equitativa, entrega de remuneraciones dignas según sus labores asignadas dentro de la empresa.

Ahora bien, esta empresa tendrá una visión ambientalista, lo que sugiere que se tenga la responsabilidad prevaleciente de la conciencia ambiental, que motive a los empleados a mejorar sus servicios y a desarrollar estrategias innovadoras que permitan una armonía entre la empresa y su entorno con competitividad.

1.2 OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIO

1.2.1 General

Crear una empresa que promueva el Ecoturismo en Colombia a nivel nacional e internacional a través de un sitio web.

1.2.2 Específicos

Analizar el sector de Ecoturismo en Colombia.

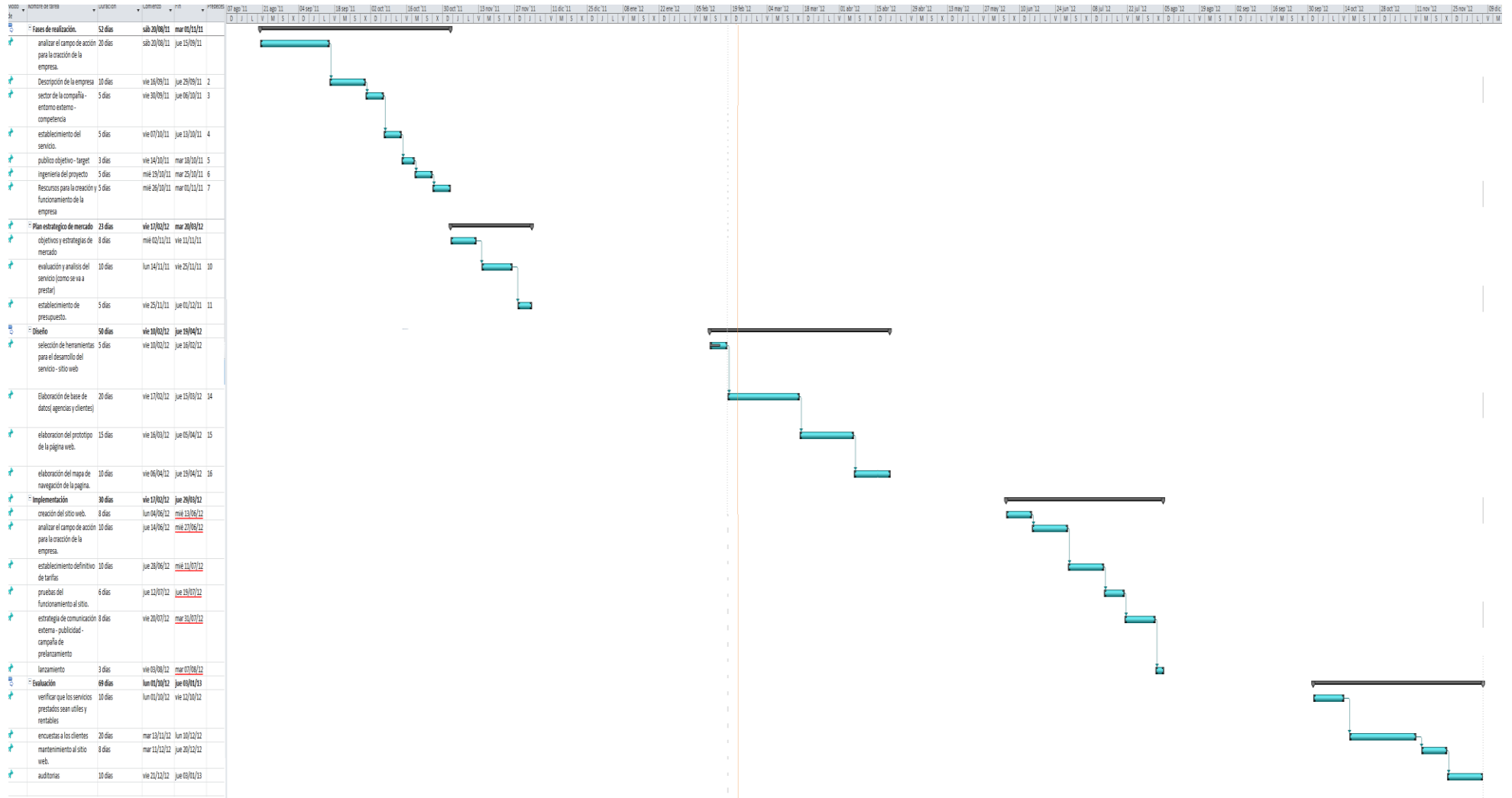
Definir el mercado objetivo de la empresa.

Definir y desarrollar las estrategias comerciales.

Desarrollar el área productiva y administrativa que va a tener la empresa.

Establecer mediante un estudio financiero si es viable el proyecto.

1.2.3 Cronograma – Diagrama de Gantt



Fases de realización.	52 días	sáb 20/08/11	mar 01/11/11
analizar el campo de acción para la cracción de la empresa.	20 días	sáb 20/08/11	jue 15/09/11
Descripción de la empresa	10 días	vie 16/09/11	jue 29/09/11
sector de la compañía - entorno externo - competencia	5 días	vie 30/09/11	jue 06/10/11
establecimiento del servicio.	5 días	vie 07/10/11	jue 13/10/11
publico objetivo - target	3 días	vie 14/10/11	mar 18/10/11
ingeniería del proyecto	5 días	mié 19/10/11	mar 25/10/11
Recursos para la creación y funcionamiento de la empresa	5 días	mié 26/10/11	mar 01/11/11
Plan estrategico de mercado	23 días	vie 17/02/12	mar 20/03/12
objetivos y estrategias de mercado	8 días	mié 02/11/11	vie 11/11/11
evaluación y analisis del servicio (como se va a prestar)	10 días	lun 14/11/11	vie 25/11/11
establecimiento de presupuesto.	5 días	vie 25/11/11	jue 01/12/11
Diseño	50 días	vie 10/02/12	jue 19/04/12
selección de herramientas para el desarrollo del servicio - sitio web	5 días	vie 10/02/12	jue 16/02/12
Elaboración de base de datos(agencias y clientes)	20 días	vie 17/02/12	jue 15/03/12
elaboracion del prototipo de la página web.	15 días	vie 16/03/12	jue 05/04/12
elaboración del mapa de navegación de la pagina.	10 días	vie 06/04/12	jue 19/04/12
Implementación	30 días	vie 17/02/12	jue 29/03/12
creación del sitio web.	8 días	lun 04/06/12	mié 13/06/12
analizar el campo de acción para la cracción de la empresa.	10 días	jue 14/06/12	mié 27/06/12
establecimiento definitivo de tarifas	10 días	jue 28/06/12	mié 11/07/12
pruebas del funcionamiento al sitio.	6 días	jue 12/07/12	jue 19/07/12
estrategia de comunicación externa - publicidad - campaña de prelanzamiento	8 días	vie 20/07/12	mar 31/07/12
lanzamiento	3 días	vie 03/08/12	mar 07/08/12
Evaluación	69 días	lun 01/10/12	jue 03/01/13
verificar que los servicios prestados sean utiles y rentables	10 días	lun 01/10/12	vie 12/10/12
encuestas a los clientes	20 días	mar 13/11/12	lun 10/12/12
mantenimiento al sitio web.	8 días	mar 11/12/12	jue 20/12/12
auditorias	10 días	vie 21/12/12	jue 03/01/13

1.3 EMPRESA

1.3.1 Misión

Somos una empresa que promueve y promociona la diversidad cultural, la riqueza natural de nuestro país, a través de servicios turísticos ecológicos y culturales en todo el territorio colombiano.

1.3.2 Visión

Ser una empresa reconocida en la promoción de planes turísticos ecológicos a nivel nacional e internacional, además ser una empresa importante para la economía colombiana.

1.3.3 Valores Corporativos

Ética:

la organización implantará sistemas que contribuya con el medio ambiente en los procesos de producción.

Profesionalismo:

La empresa contará con la presencia de expertos para las informaciones que serán suministradas dependiendo del área ambiental que se requiera.

Lealtad

Identificarnos y tener sentido de pertenencia hacia la empresa generando confiabilidad al consumidor final.

Honestidad:

Todas las personas que estén trabajando por la página ambientalista o página verde deben ser rectos, honorables, actuar con decoro y respeto.

Eficacia:

La compañía examinará las posibilidades de realzar sus contenidos para que los procesos de calidad sean un 100% confiable para todos los usuarios que accedan.

1.4 LOGOTIPO Y SLOGAN



El logo se realizó a través de los referentes encontrados en el diseño natural de la flor más representativa de Colombia; La Orquídea, quien nos representa por su exquisita belleza y el pájaro colibrí, que es uno pájaro que se encuentra en la mayoría de regiones colombianas, además es un ave que viaja a largas distancias por todo el territorio latinoamericano. Su silueta representa la libertad, sus alas abiertas que forma la orquídea representa el deseo de viajar.



ECONNETION COLOMBIA, significa, una conexión ecológica con la naturalezas colombiana, Este logo es fácilmente legible, es estético, su tipografía refleja seriedad y representa armonía. Se puede aplicar en varios elementos por su facilidad y sencillez en el diseño y el buen manejo de colores que resaltan.

1.5 ORIGEN Y MOTIVACIÓN DEL PROYECTO

Colombia es un país con una enorme riqueza étnica, lingüística, cultural, geográfica y climática. El país tiene más de 87 pueblos indígenas diferenciados, que representan en el país un 1,5% de la población total, y de los cuales manejan aproximadamente 64 lenguas nativas, que pertenecen a 22 familias lingüísticas; varios millones de afro colombianos, que representan cerca de un 16% de la población colombiana; más de treinta millones de habitantes, y son portadores de una inmensa variedad de manifestaciones culturales; cerca de 12.000 gitanos, llegados desde la época de la Colonia, y algunos núcleos de inmigrantes en diferentes regiones del país.¹

Colombia esta como el segundo de doce países con mayor diversidad biológica del mundo, después de Brasil. Y hace parte de los once países que conservan

¹ Informe del sistema Nacional de Cultura – Colombia. Consultado de la worldwide web el día 18 de Octubre de 2011: <http://www.oei.es/cultura2/colombia/03.htm>.

extensas superficies de su bosque original², por esta y por muchas otras razones sabemos que Colombia es un país admirable que debe ser visto de otra manera por el mundo, aparte de creer que somos solo un país violento e inseguro como ha muchos extranjeros se les ha hecho creer.

1.6 SITUACIÓN PROBLÉMICA

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia para el primer semestre de 2011, tuvo un crecimiento de visitas de viajeros extranjeros de 14,3% y obtuvo ingresos de \$ US 781 millones de dólares que fue mayor a los ingresos del 2010. De igual forma el control del DAS registro la llegada de 132.554 viajeros extranjeros a Colombia, de los países que más se registraron llegadas en el 2011 fueron de Americanos y Venezolanos. Figura 1.

Además el informe del DAS, muestra el crecimiento de las visitas de viajeros de Brasil, Chile, Canadá y Argentina. La ciudades más visitadas por los extranjeros son Cúcuta con un 56,3 %, Santa Marta 20,7%, Bogotá 19,0%, Bucaramanga 16,9%, Cartagena 15,0% y el motivo por el que más viajan los extranjeros es por turismo con un 63% y con el 10 % por eventos en el país o por trabajo.³

Es importante ver como el país se mueve en cuanto a turismo gracias a los extranjeros pero no lo suficiente para estar entre uno de los países más desarrollados gracias al turismo, nuestro país ocupó para septiembre de este año (2011) y cómo lo afirmó el ministro de Comercio, Industria y Turismo, Sergio Díaz-Granados, en el Congreso Nacional de la Hotelería, ocupa el puesto 77 en competitividad turística. Colombia necesita tener más desarrollo en este sector, para estar entre los diez primeros.

²Rodríguez Becerra, Manuel. La biodiversidad en Colombia. Consultado de la worldwide web: <http://www.manuelrodriguezbecerra.org/bajar/biodiversidad.pdf>

³Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. 2011.

	Ene - jun 2010	Ene - jun 2011
Total	678.177	775.272
ESTADOS UNIDOS	160.687	162.894
VENEZUELA	87.689	104.624
ECUADOR	55.281	52.431
ARGENTINA	42.007	50.358
BRASIL	30.640	46.436
ESPAÑA	35.570	42.401
PERU	38.367	38.722
MEXICO	29.604	37.312
CHILE	21.218	28.675
CANADA	16.425	20.788
Subtotal	517.488	584.641
% del total	76%	75%

Figura 1. - Fuente: DAS.

El informe del DANE en comparación del 2010 al 2011 mostró que los colombianos dejaron de viajar al interior del país en un 31,2% y sus destinos en un alto porcentaje son a Santa Martha y Cartagena. Sin embargo la salida de colombianos al extranjero aumentó en un 11,1 % con destinos a América y Europa. Esto lo que nos muestra es que los colombianos invierten más por conocer otros países, que por invertir en su propio país.

Por otro lado según el DANE, las visitas a los parques naturales naciones bajaron en un 6%, para este año. Con esto nos podemos dar cuenta que hace falta impulsar las reservas y sitios naturales con los que cuenta el país, necesitamos promover más este tipo de turismo.⁴

En la siguiente grafica se observa como en comparación del 2010 al 2011 las visitas a parques naturales bajaron en un 5%.

⁴Ministerio de comercio, Industria y Turismo de Colombia. Informe del salidas y llegadas del DAS. 2011. Min turismo.

Parque	Acumulado ene - jun 2010	Acumulado ene - jun 2011
Corales del Rosario	139.279	155.181
Tayrona	138.538	122.538
Los Nevados	31.497	24.908
Isla de la Corota	18.073	11.507
Amacayacu	7.989	5.251
Chingaza	4.057	4.803
Old Providence	4.358	5.314
El Cocuy	6.102	4.276
Gorgona	2.015	1.981
Otros	11.238	8.640
Total	363.146	344.399

Figura 2 – fuente: DAS

Las partes Naturales y las riquezas que verdaderamente identifican y hermosean nuestro país están olvidadas, Colombia necesita impulsar más el ecoturismo, hacer una identidad renovada y positiva del país. No queremos que los extranjeros sigan catalogando a Colombia como un país violento y subdesarrollado.

1.7 ANTECEDENTES DEL PROYECTO

Desde 1.954 comienza el turismo en Colombia con la creación de la Asociación colombiana de hoteles y con la Asociación de Líneas Aéreas Internacionales en Colombia. En nuestro país se empieza a hablar de Ecoturismo cuando se expide la Ley 300 o la Ley General del Turismo, que es la que regula la actividad en el país y regula las áreas naturales que están protegidas.

En el artículo 26 se define el Ecoturismo como una forma especializada 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.

El Ecoturismo logra producir el mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, conserva y respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza.

Sin embargo, El Ministerio de Ambiente y Ministerio de Desarrollo actividades turísticas en áreas del Sistema de Parques Nacionales Naturales, será estas son manejadas y autorizadas por estas entidades.⁵

Dentro de América los países que tienen un nivel mundial por promover el ecoturismo son Belice, Costa Rica y Panamá; esto países cuentan con una gran parte de biodiversidad del planeta y se han preocupado por la conservación y promoción de sus reservas naturales.

De igual forma, Colombia hace parte de los pocos países que cuentan con una riqueza inmensa de recursos naturales. El 10% de la flora y fauna mundiales, el 20% de las especies de aves del planeta, 1/3 de las especies de primates de América tropical, más de 56.000 especies de plantas fanerógamas registradas y cerca de mil ríos permanentes.

Somos el primer país en diversidad de vertebrados, en diversidad de aves y anfibios, el segundo en diversidad de peces de agua dulce, el tercero en reptiles y el cuarto en mariposas. La riqueza en aves ha llamado la atención mundial de científicos, viajeros y aficionados a la ornitología: sus 1752 especies representan cerca del 19% de todas las especies y del 60% de las identificadas en Suramérica.⁶

Están distribuidas en Colombia aproximadamente 80 etnias de los indígenas, las más pobladas son la etnia de los Nasa, Senú y Embera. Estos grupos étnicos habitan en todos los departamentos, pero los de mayor porcentaje de población indígena son Vaupés (66%), Guainía (65%), Guajira (45%), Vichada (44%), Amazonas (43%), Cauca (22%) y Putumayo (18%).⁷

Colombia tiene 42 aéreas naturales que son destinos turísticos: "Katíos", en Urabá; "Flamencos", en la Guajira; "Corales del Rosario", en Cartagena; "Sierra Nevada" y "Tayrona", en Santa Marta; "Parque de los Nevados", en el Circuito Cafetero; "Iguaque" y "Cocuy", en Boyacá; "Tuparro", en la Orinoquía; "Amacayacu" y "Cahuinari", en la Amazonía; "Isla Gorgona", en el Pacífico; "Farallones", en Cali; "Puracé", en conexión con Popayán y "Chingaza".⁸

El Parque Nacional Natural El Tuparro.

⁵Unidad Administrativa especial del sistema de parques naturales. Consultado de la worldwide web: parquesnacionales.gov.co

⁶Medio Ambiente en Colombia. Régimen ambiental de Colombia. Periodismo.com 2011.

⁶Medio Ambiente en Colombia. Régimen ambiental de Colombia. Periodismo.com 2011.

⁷Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. 2011.

⁸Parque Nacionales de Colombia. 2011. Consultado de la worldwide web:

<http://pwp.etb.net.co/fdrojas/parques/parques.html>.

Este parque tiene una extensa sabana verde atravesada por grandes ríos con playas doradas y poderosos raudales, caños de aguas cristalinas, bosques de galería y exuberante vegetación, rodeada de gigantescos cerros redondeados de roca sólida. Se calcula en El Tuparro la presencia de más de 320 especies de aves, en su mayoría acuáticas.

El Parque está ubicado en el departamento del Vichada, al extremo nororiental de los Llanos Orientales colombianos, cerca de la frontera con Venezuela.

Parque de los nevados Eje Cafetero.

El Parque Nacional Natural de Los Nevados es un sitio de gran importancia ambiental para toda la región del eje cafetero, allí se pueden encontrar los siguientes sitios de interés: Nevado del Ruiz, Nevado del Tolima, Nevado Santa Isabel, Nevado del Quindío, Laguna del Otún, Termales del Ruiz.

Tayrona en Santa Marta.

Ubicado en la Sierra Nevada de Santa Marta, considerado como un símbolo de ecología y biodiversidad. Cuenta con más de 30 especies de reptiles en esa zona y se han reconocido más de 15 tipos de anfibios.

Corales del Rosario en Cartagena.

Ubicado en el Mar Caribe, 45 kilómetros al suroeste de la bahía de Cartagena, el Parque protege principalmente ecosistemas submarinos, entre los que sobresalen los arrecifes de coral, frágiles ecosistemas habitados por multitud de invertebrados y diversidad de peces.

Flamencos de la Guajira.

Los Flamencos es el sitio ideal para conocer la colorida cultura de la etnia Wayúu y disfrutar del avistamiento de flamencos, aves tropicales y exóticas. Está ubicado en la costa Caribe, en una zona de bosque seco tropical al oeste de la Península de La Guajira, en jurisdicción del municipio de Riohacha

Reserva del Amazonas.

Su población todavía indígena de la familia lingüística (Arawak, Tucano y Huitoto). En el interior de la selva del Amazonas habitan diferentes comunidades aborígenes como los Ticunas, Huitotos, Camsás, Yaguas, Nukaks, Tucanos e Ingas que conviven con la naturaleza y hacen de ella su principal fuente de recursos.

Con un total de 28 resguardos, las tradiciones culturales de los pueblos indígenas presentes en el departamento se han mantenido para honrar la historia y el encanto de este paraíso ecológico. Este departamento del Amazonas está

proyectando y orientando esfuerzos para abrirse campo en el etnoturismo y el ecoturismo.

"Katíos", en Urabá

El Parque los Katíos presenta gran variedad y belleza. Las estribaciones de la Serranía del Darién forman montañas y colinas al norte y centro del área protegida. En estos sectores hay grandes caídas y saltos de agua de imponente hermosura como El Tilupo con cerca de 100 metros de cascada.

Pacífico

En este lugar se encuentra a 56 kilómetros de la costa, las islas de Gorgona y Gorgonilla, declaradas Parque Nacional Natural de Colombia, constituyen santuarios de fauna y flora.

A más de 300 kilómetros del litoral se encuentra el islote de Malpelo, una roca que emerge del océano rodeada de una sorprendente vida submarina.

Tierra adentro, la región Pacífica es igualmente diversa. El Chocó es predominantemente selvático y cuenta con hermosas playas como Nuquí y Bahía Solano, los turistas pueden deleitarse con paisajes naturales, algunos aún vírgenes.⁹

El cocuy, Boyacá.

El territorio del parque se ubica dentro de las jurisdicciones municipales de Chita, El Cocuy, Güicán, El Espino, Chiscas y Cubará en Boyacá, Sácama en Casanare, y Tame y Fortul en Arauca. En este lugar se pueden observar especies como el cóndor de los andes (*Vultur gryphus*), águila real (*Aquila chrysaetos*), jaguar (*Panthera onca*), el tigrillo (*Leopardus tigrinus*), la danta de páramo (*Tapirus pinchaque*), el venado de cola blanca (*Odocoileus virginianus*), el mono lanudo (*Lagothrix lugens*), el armadillo y el oso de anteojos (*Tremarctos ornatus*). Se cree que la danta de páramo y el oso de anteojos.¹⁰

1.8 JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se realiza por la oportunidad que ofrece Colombia, por ser un país de tierra fértil y hermosa, que cuenta con recursos naturales inigualables los cuales están siendo explotados por la mano del hombre, lo cual hace necesario crear un acercamiento con estas zonas del país para que sean valoradas y

⁹ Proexport Colombia. Promoción de turismo, inversión y exportaciones. 2011.

¹⁰ Portal turístico de Boyacá. Consultado de la worldwide web: <http://www.boyacarural.com>.

salvaguardadas y no se sacrifiquen las especies, la flora y la fauna con las que gloriosamente contamos.

Este bello país cuenta con más de 1800 especies de aves tales como el cóndor de los Andes, hasta el pequeño colibrí. En la selva del Amazonas, por ejemplo es posible encontrar variedad de especies para el gusto de los amantes de la naturaleza, (aves, roedores, insectos, reptiles, micos, peses y el hermoso delfín rosado del Amazonas únicos en el mundo. Entre otros muchos más animales que embellecen y generan turismo en nuestro país.

En la flora de Colombia es posible hallar diversidad inigualable de plantas, debido a los diferentes tipos de clima con el que cada departamento se identifica. La flor nacional de este país es la Orquídea, que se intenta preservar.

Reconociendo las maravillas que Colombia ofrece para el disfrute humano, se considera importante crear una empresa de liderazgo y decisión que aporte al conocimiento de los habitantes colombianos y del ser humano sobre lo que este bello país ofrece.

Por otro lado, El turismo es una gran fuente socio-económica, que a nivel mundial ha generado grandes ingresos para los países que potencializan sus riquezas naturales y culturales.

Esta oportunidad con la que cuenta Colombia, permite que el país tenga una oportunidad de desarrollo y de sostenibilidad ecológica que gracias al turismo potencializado bajo estrategias de comunicación, se conserve y progrese.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo sostenible como: *“un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen”*¹¹.

El turismo como fuente económica del país beneficia a todos los sectores: político, económico, social, ambiental y cultural. Además de que impulsa y potencializa las relaciones con los demás países del mundo, el turismo es la puerta para millones de extranjeros que quieren hacer negocios, estudiantes que quieren hacer intercambios, familias que quieren conocer otras culturas y lugares. Es por esto que nuestra empresa quiere contribuir al desarrollo del país, pero desde una forma diferente que lo hacen otras empresas que comercializan con el turismo, es una inversión para el país que promueve las riquezas y esta empresa va a lograr que caractericen nuestro país como un verdadero territorio natural colombiano.

¹¹ León de Sarmiento, Martha Edda. Turismo sostenible y biodiversidad en la Orinoquía colombiana. 2007. Colombia.

El tema de las práctica en el ámbito de la comunicación de nuestra empresa se basa en los Planes estratégicos “Una buena muestra es una empresa que tiene muy claro que sus acciones externas deben ir acompañadas de acciones internas. Sus empleados siempre están informados de lo que la empresa va a hacer de cara al exterior y colaboran en ello, sea una campaña de promoción o el lanzamiento de un producto. Nunca se enteran de estas novedades por la prensa o a través de terceros. Son los primeros en saber lo que va a hacer su empresa y eso aumenta su motivación. Una comunicación externa exitosa es imposible si no se desarrolla, al mismo tiempo, una comunicación interna perfectamente coherente.”¹²

Para permanecer en la competencia es indispensable entonces tener estrategias que aclaren las dudas sobre nuestra empresa en la parte interna como con la parte externa, tales como el PECO que garantice a la organizaciones ventajas debido a que “Las Organizaciones que sobresalen en el actual mundo competitivo implementan, desarrollan y monitorean P.E.C.O buscando excelencia en sus resultados, optimización de los recursos y claridad en los objetivos empresariales.”¹³

1.9 OBJETIVOS EMPRESARIALES

1.9.1 General

Ser una compañía reconocida nivel nacional e internacional en Ecoturismo.

1.9.2 Específicos

Fidelizar a nuestros clientes.

Ofrecer ofertas y facilidades de pago para los extranjeros y colombianos.

Crear una cultura turística en la sociedad colombiana.

Potencializar nuevos sitios turísticos en Colombia.

Mejorar la relación entre los turistas y el medio ambiente.

¹² ENTREVISTA con Núria Oriol, periodista. Fundadora de la empresa de consultoría en comunicación Open Mind. Consultado 08/04/12. Disponible en http://www.laboris.net/static/em_opinion_nuria-oriol.aspx

¹³ CONSULTORIA, consultado el día 04/03/11 disponible en <http://luisfernandomartin.com>

Investigar las riquezas con las que cuenta el país.

Ofrecer planes turísticos ecológicos en Colombia por medio de una página web.

Establecer contacto y alianzas estratégicas con empresas de turismo que promuevan los viajes ecológicos.

Incentivar a los usuarios a que conozcan las reservas naturales en nuestro país.

Observar la competencia del mercado y los planes que ofrecen.

Buscar y definir un buscador en el que estará nuestra página web.

Apoyar la conservación y cuidado de la naturaleza.

1.10 ALCANCE Y LIMITACIONES

1.10.1 Alcance

Como empresa virtual podremos consolidarnos rápidamente nacional e internacionalmente; por la facilidad de llegar a audiencias masificadas. Por otro lado, Colombia cuenta con varios sitios turísticos que pueden ser potencializados a través de nuestro sitio web. Gracias a la variedad de climas de nuestro país, en una misma temporada, permiten que el comercio turístico en Colombia nunca tenga un estancamiento.

1.10.2 Limitaciones

El clima en temporada invernal pueden afectar las ventas por el clima en algunos destinos eco turístico.

La compañía no cuenta con los recursos necesarios para las investigaciones correspondientes para crearla.

El desplazamiento continuo a nuestros destinos turísticos por el tiempo.



CAPITULO 2

MERCADEO

2. MERCADEO

2.1 PRODUCTOS O SERVICIOS.

ECONETION COLOMBIA, es una organización Colombiana que se dedica a la venta de servicios de turismo ecológico. Ofreciendo los mejores planes y paquetes eco turísticos a los clientes además de asesorías para que elijan de manera eficiente e inteligente el plan que quieren obtener, (descanso, placer, diversión, entretenimiento, etc.)

Además contamos con un amplio portafolio de servicios exclusivos de turismo en Colombia.

Planes turísticos: ofrecemos planes turísticos ecológicos, que fortalezcan las actitudes y la conciencia de los turistas, son planes para que las personas se acerquen a la naturaleza, estos planes contarán con guías especializados.

Dentro de los destinos eco turísticos están las 42 aéreas naturales de Colombia: "Katíos", en Urabá; "Flamencos", en la Guajira; "Corales del Rosario o cabo de la vela", en Cartagena; "Sierra Nevada" y "Tayrona", en Santa Marta; "Parque de los Nevados", en el Circuito Cafetero; "Iguaque" y "Cocuy", en Boyacá; "Tuparro", en la Orinoquía; "Amacayacu" y "Cahuinari", en la Amazonía; "Isla Gorgona", en el Pacífico; "Farallones", en Cali; "Puracé", en conexión con Popayán y "Chingaza".¹⁴

Nuestra empresa cuenta con varios tipos de planes y opciones para los turistas, entre de esos tenemos:

Plan Nacional

Este plan cubre, transporte, hoteles, restaurantes entradas y estadía en los sitios naturales turísticos. Aventuras extremas y actividades con la naturaleza.

Plan internacional

Servicio de recepción en los aeropuertos, reservas en los restaurantes del lugar, en hoteles, base de pesos de moneda local, asesoría turística (guías turísticos) servicio de guía traductor, asistencia médica, transporte para todas las rutas, entradas a los sitios turísticos, Aventuras extremas y actividades con la naturaleza.

¹⁴ Parque Naturales de Colombia. 2011. Consultado de la worldwide web: <http://pwp.etb.net.co/fdrojas/parques/parques.html>.

2.2. ZONA DE INFLUENCIA.



Nuestro epicentro es la ciudad Bogotá D.C. La oficina estará ubicada por la calle 80, desde aquí se maneja nuestra empresa (sitio web), ya que por ser la capital del país es donde se encuentran ubicadas las agencias de viajes más reconocidas que se vincularán con nosotros; pero nuestro alcance es a nivel nacional e internacional y cualquier persona del mundo podrá acceder a nuestra página web y obtener uno de nuestros paquetes turísticos ecológicos.

Nuestros clientes tendrán acceso a la página y a la información de forma gratuita, para hacer reservas de planes o tomar paquetes de viajes o turismo, tendrá que cancelar un valor agregado que serán receptados en Bogotá, es decir que las consignaciones se harán exclusivamente a cuentas bancarias colombianas.

2.3. PERFIL DEL CONSUMIDOR

La página podrá ser visitada por cualquier tipo de público o cliente.

Interés general:

- Personas que amen la naturaleza y/o les guste cuidar el medio ambiente.
- Turistas que les guste viajar y tomar rutas o alternativas diferentes.

- Aventureros, personas con espíritu para enfrentarse a nuevos retos que deseen desprenderse de la tecnología y vivir experiencias extremas e innovadoras.
- Interesados en conocer y explorar las riquezas que tiene nuestro país.
- Curiosos que deseen conocer las reservas naturales.
- Personas con un alto nivel adquisitivo, que puedan acceder a uno de nuestros paquetes.

2.4. ANALISIS DEL SECTOR.

Gracias a la aprobación del TLC, el turismo va a ser uno de los sectores más beneficiados ya que se espera un importante flujo de llegadas de norteamericanos al país entre empresarios, inversionistas y turistas de ocio. Además ayuda a que Colombia sea uno de los principales destinos turísticos.

El viceministro de Turismo, Óscar Rueda García, ratificó que en los últimos años la llegada de viajeros procedentes de EE.UU. ha venido en ascenso. Mientras en el 2009 se registró un crecimiento del 19% en el arribo de viajeros de dicho país (314.860), al cierre del 2010 el incremento fue del 11% para un total de 349.116.

El TLC trae consigo la inversión nacional y extranjera en Colombia, el aumento de exportaciones, se genera empleo, se abre el acceso libre de aranceles para el 99% de los productos de exportación colombiana.¹⁵

Muchos de los hoteles colombianos están en reformas y construcciones nuevas, a la espera de nuevos visitantes extranjeros. En la capital la ampliación y remodelación del aeropuerto internacional Eldorado está cerca de ser terminada, para operar con mayor capacidad y calidad para los viajeros.

Además muchos de las empresas hoteleras están haciendo apertura para nuevos mercados y servicios para los turistas, el sector del turismo es una buena oportunidad para la nuevas inversión extranjera.

2.5 ENCUESTA

Encuesta N°1

Proyecto –Ecoturismo en Colombia

¹⁵Portafolio. Beneficios del TLC entre Colombia y Estados Unidos. Octubre 2011.

Nombre:

Estrato:

Nivel educativo:

1. ¿con que frecuencia viaja dentro del país?

- a. Varias veces al mes
- b. Cada tres meses
- c. Semestralmente
- d. Una vez al año
- e. Nunca Viajo

2. ¿Qué destinos frecuenta cuando viaja?:

Región Caribe ()

Región Pacífica ()

Región Andina ()

Región Orinoquia ()

Región Amazónica ()

3. ¿En qué medios de transporte viaja?

Avión

Carro

Bus

Tren

Crucero

Otro (cual)_____

4. En qué temporada Viaja con más frecuencia

Alta ()

Media ()

Baja ()

5. Por cuál de estos motivos se debe la realización de sus viajes?

a. Placer

b. Negocio

c. Eventos

6. ¿ha realizado usted viajes eco-turísticos?

Si () No ()

7. ¿Qué tipo de ecoturismo desearía realizar?

- A. Parques naturales ()
- B. Avistamiento de aves ()
- C. Turismo Rural ()
- D. Deporte y aventura ()
- E. Sol y playa ()
- F. Otro () cual_____

8. ¿Qué destino considera como el más recomendable para el ecoturismo en Colombia?

- A. Amazonas
- B. Eje Cafetero
- C. Cartagena
- D. Llanos orientales
- E. Guajira – Cabo de la Vela
- F. Choco

f. otra cual_____

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico de Ecoturismo?
\$_____

- A. \$500.000 A \$1.000.000 ()
- B. \$1.000.000 A \$ 2.500.000 ()

C. \$2.500.000 A \$ 3.500.000 ()

D. Más de \$ 3.500.000 ()

10. cuántos días se demora cuando realiza un viaje dentro del país?

A. 1 A 2 días

B. 2 A 3 días

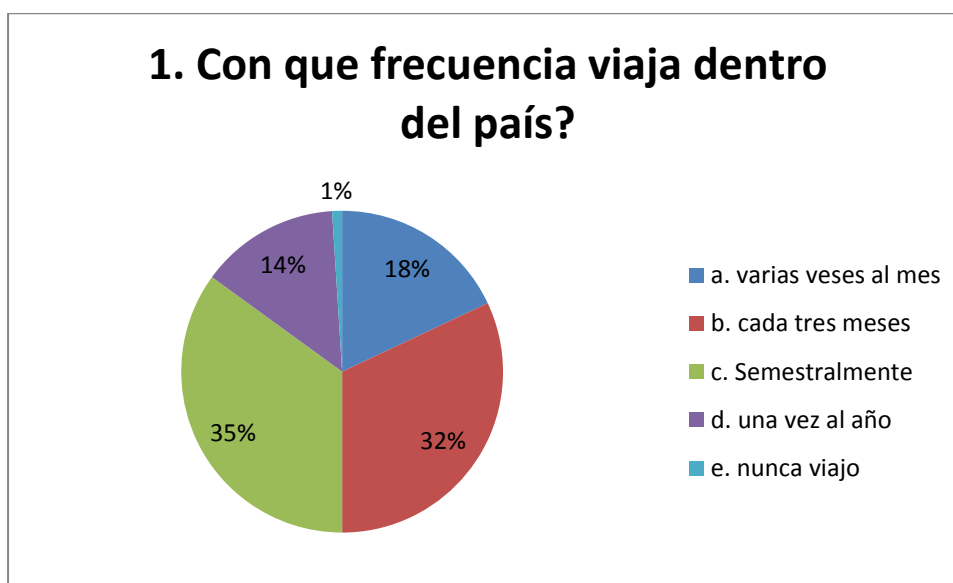
C. 3 a 4 días

D. Una semana

E. Más de una semana.

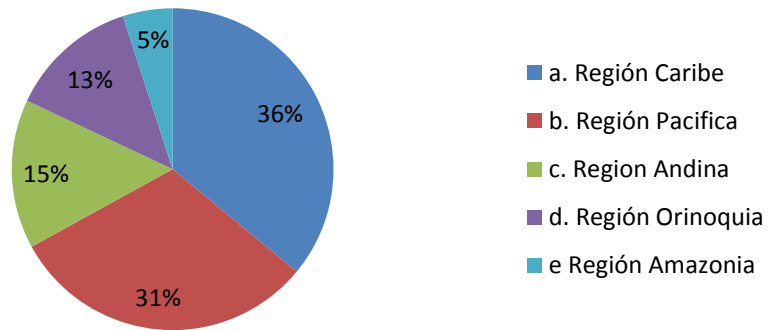
Tabulación de Encuestas

Muestra aleatoria, a 100 personas, entre estratos 3,4 y 5; realizada entre el 1 de febrero al 20 de febrero del 2012.



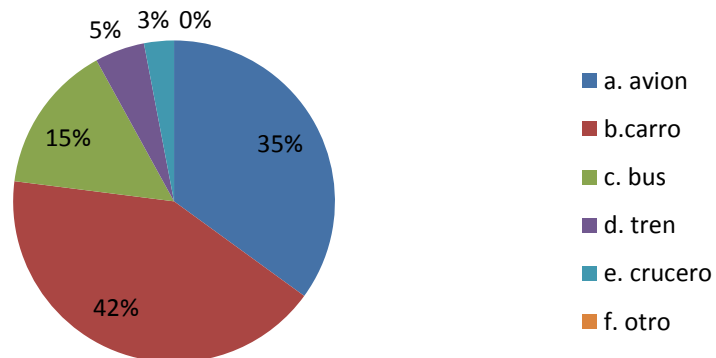
Los colombianos viajan semestralmente en un porcentaje del 35%, y con un 32% cada tres meses, lo que nos indica que los colombianos realizan viajes aproximadamente de tres a cuatro veces al año.

2. ¿Qué destinos frecuenta cuando viaja?



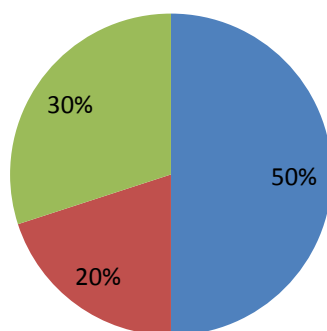
Los colombianos viajan con más frecuencia a la Región Caribe colombiana con un 36%, seguido de la Región Pacífica con un 31% de colombianos, y muy pocos colombianos viajan a los llanos Orientales y al Amazonas.

3. ¿En qué medios de transporte viaja?



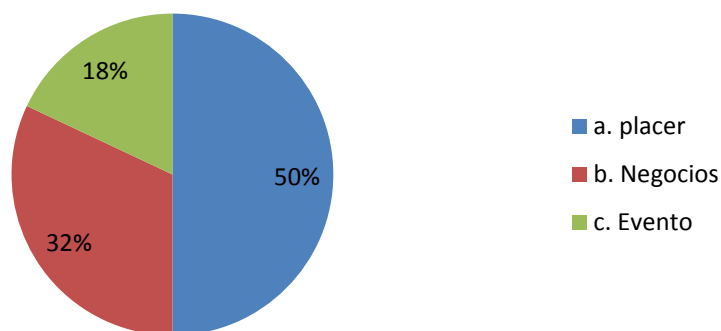
Las personas encuestadas afirmaron en un 42% que para sus viajes el transporte más utilizado era carro particular, en los estratos 3,4 y 5. En un 35% utilizan avión.

4. En qué temporada Viaja con más frecuencia?



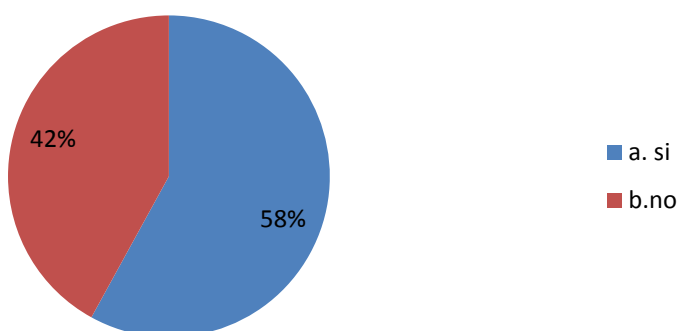
La temporada cuando más viajan los encuestados es en temporada alta, porque les coincide con las vacaciones y la entrega de primas entre otros aportes por parte de las empresas. Aunque el 30% afirmó que prefieren esta temporada por los bajos costos y por qué hay menos turistas en los destinos.

5. Por cuál de estos motivos se debe la realización de sus viajes?



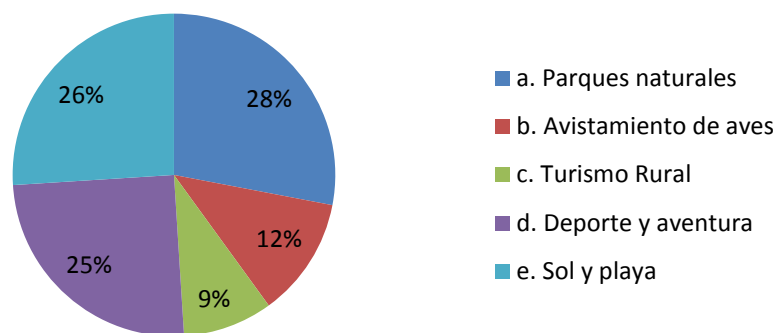
El 50% viaja por placer, por descanso y por salir de la rutina, el 32% lo hace por motivos de negocios.

6. Ha realizado viajes de turismo ecologico?



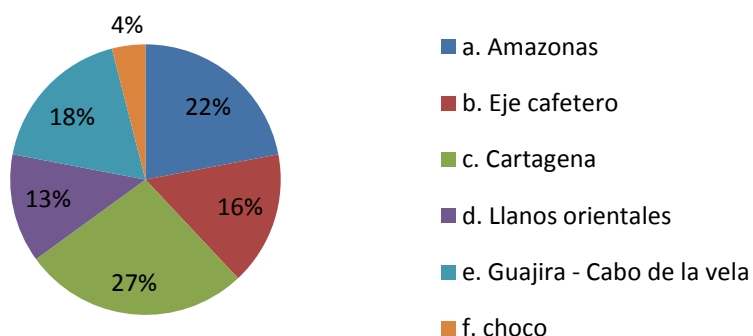
Con un 58% los encuestados afirmaron haber realizado viajes eco turísticos en lugares como: Sabrinsky, El Huila, Utica, Bahía Solano, Neusa, Macadamia, La Mesa, Leticia.

7. Que tipo de Ecoturismo le gustaría realizar?



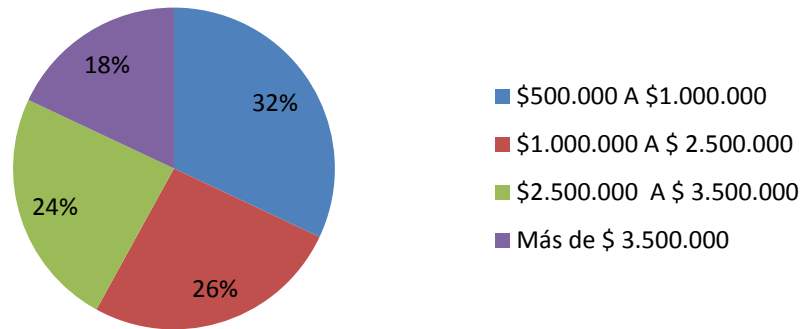
El 28% de los encuestados, prefieren realizar planes eco turísticos que involucre la visita t el recorrido de parques naturales.

8. ¿Qué destino considera como el más recomendable para el ecoturismo en Colombia?



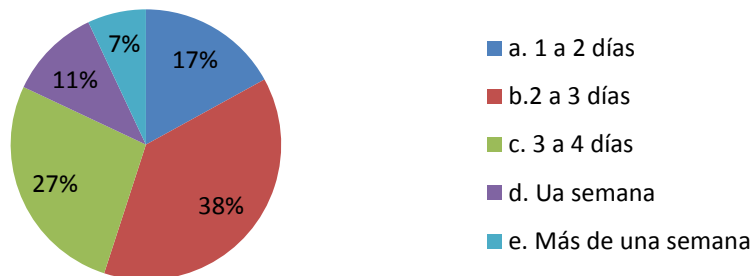
Cartagena fue elegida con el 27% como el lugar donde es recomendable hacer turismo, seguido del Amazonas, la Guajira y el Eje Cafetero.

9. Cuánto pagaría por un paquete de Eco - turismo?



El 32% de colombianos estarían dispuestos a pagar entre quinientos mil pesos y un millón por un paquete eco turístico en Colombia y el 26% entre un millón y dos millones quinientos mil pesos.

10. Cuántos días se demora cuando realiza un viaje dentro del país?



El 38% de los encuestados demoran en su lugar de destino entre 2 a 3 días.

2.6 COMPETENCIA

La competencia en el ámbito del turismo ambiental se puede definir como la rivalidad constante entre las demás organizaciones que vendan, ofrezcan o se involucren con el sector del turismo.

Actualmente Bogotá cuenta con cientos de organizaciones las cuales se encargan de promover el turismo dentro y fuera de nuestro país, por lo que es necesario tener un análisis claro de mercado que nos aclaren cuales son las fortalezas y debilidades de cada una de ellas.

Para que la empresa sea competente en el mercado, las personas que trabajen en ella deben ser también competentes y competitivos y de esta manera generar procesos favorables que la fortalezcan.

Ahora bien, el objetivo es lograr que nuestra empresa sea competitiva y perdure en el tiempo, es por eso que hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Posicionar la empresa en el mercado
- Lograr la recordación de la marca
- Contar con un equipo capaz de generar buenas relaciones y competir en el mercado
- Realizar pruebas constantes que determinen el nivel de competencia de los trabajadores y/o vendedores
- Analizar las estrategias de las empresas más fuerte en la venta de paquetes turísticos para adoptarlas y mejorarlas.

2.6.1 Tabla de competencia.

Empresa	Que vende	Como lo Vende	Clientes
TRANSLADOS COLOMBIANOS	Planes turísticos ofreciendo servicios turísticos en más de 14 destinos turísticos. Ofrecen circuitos donde visitan tres ciudades de la misma región. Conexiones con	A través de convenios Hoteleros en la principales ciudades turísticas de Colombia, tienen guías profesionales bilingües y con varias unidades	Segmento vacacional

	otros destinos en un solo plan.	de transporte	
ECOLOMBIA TOURS	Excursiones nacionales, pasadías tipo excursión, varios destinos.	Planes de un día, planes individuales, turismo de aventura, turismo experiencial, educación ambiental.	EMPRESAS Banco de Bogotá DelimaMarsh Johnson y Johnson S.A. Centros educativos, colegios y universidades.
ECOTRAVEL COLOMBIA	Planes extremos y ecológicos, venta de paquetes de viajes y excursiones. Tiene sitios determinados. Sierra Nevada, Capurganá, Gorgona y Amazonia.	Muestra puntualmente sus destinos, una breve descripción de la historia del destino.	Nacionales y locales.

Nuestra compañía tiene facilidad para hacer reservas y pagos online, cuenta con información detallada de hospedaje, transporte y alimentación con la que cuenta el plan ofertado, además el cliente podrá crear su propio plan ajustándolo a su presupuesto y a sus necesidades, nuestro sitio web, tiene un sistema donde el cliente puede conectarse internamente con la compañía para aclarar dudas del plan o del precio del paquete que desea tomar.

Nuestra compañía tiene varios destinos eco turísticos en Colombia, no solo para colombianos si no para extranjeros que quieran conocer el país. Cada destino turístico cuenta con información histórica y actualizada.

2.6.2 Análisis de la competencia.

ASPECTO	ECOLOMBIA TOURS	ECOTRAVEL COLOMBIA
PRODUCTOS Y SERVICIOS.	EXCURSIONES NACIONALES E INDIVIDUALES.	PLANES EXTREMOS Y ECOLOGICOS. VENTA DE PAQUETES

	PASADIAS TIPO EXCURSION.	DE VIAJES Y EXCURSIONES
FORTALEZAS .	1. TIENEN VARIOS DESTINOS TURISTICOS. 2. PRECIOS BAJOS 3. PROMOCIONES.	1. TIENE SISTEMA DE PAGO ONLINE 2. ALIANZA Y CONTACTO CON VARIAS ENTIDADES QUE PROMUEVEN ECOTURISMO EN EL PAIS.
LIMITACIONES Y DEBILIDADES.	1. NO CUENTAN CON UN SISTEMA DE RESERVAS AUTOMATICAS. 2. NO TIENEN SISTEMA DE PAGO ONLINE	1. POCOS DESTINOS. 2. NO TIENE SISTEMA DE RESERVAS ONLINE. 3. PRECIOS ALTOS.

DOFA TURISMO EN COLOMBIA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
✓ Débil organización, promoción y desconocimiento de la actividad turística ✓ Falta de infraestructura turística para ecologistas. ✓ Falta de vías de acceso a los lugares turísticos ecológicos	✓ Paso de un gran número de turistas
FORTALEZAS	AMENAZAS
✓ Importante potencial turístico en el país	✓ Debilidad política de promoción de turismo en el país. ✓ Inseguridad que ahuyenta a los turistas

Actualmente las empresas atraviesan un alto nivel de competitividad entre ellas, es por esto que la mayoría de las organizaciones no dejan a flote o visibles sus virtudes empresariales al mercado, ni ponen al descubierto sus potenciales, ya que la competencia es cada vez más fuerte por lo que busca la excelencia invirtiendo todos sus conocimientos, habilidades y conductas para elevar su nivel de desempeño.

La empresa al estar dedicada a la venta de planes turísticos tiene una fuerte competencia por parte del servicio de agencias de viajes, promociones hoteleras y con otras empresas dedicadas al turismo ecológico. En Bogotá se encuentran las siguientes empresas:

- ✚ Viajar y vivir turismo ecológicoubicada en la Carrera 13 N° 61 - 47 local centrocomercial chapinero, Bogotá. Dedicada a involucrar a la gente del extranjero a planes turísticos para que conozcan las zonas y/o reservas naturales.
- ✚ Carnaval Tours Colombia: Dedicada a Paquetes turísticos para destinos nacionales, planes aéreos, hotelería, viaje, alojamiento, Bogotá Colombia.
- ✚ Viajes Restrepo: Dedicada a la oferta del turismo en Colombia en todos sus ámbitos... vacaciones, hoteles, sitios turísticos, excursiones naturales etc.
- ✚ Gestur SAS: Es una agencia que gestiona los viajes por Colombia ofreciendo paquetes turísticos a bajos costos.
- ✚ Avimarcot: Ofrece planes turísticos por Colombia y sus alrededores.
- ✚ Tesoro Tours: Oferta de paquetes turísticos, vacacionales con pluss, descuentos, promocionales y tarifas preferenciales.

2.7 ANÁLISIS DE MERCADO

“Colombia es un país para explotar, descansar, conocer su historia, cultura y tradiciones, enamorarse, cuidar de la salud y venir a aprender”¹⁶

El turismo ecológico o ecoturismo se relaciona en el mundo con los viajes responsables a áreas naturales que preservan y conservan el ambiente y el bienestar de las poblaciones locales.

Uno de los ejemplos de la nueva forma de ecoturismo en Colombia son las llamadas casas flotantes, más conocidas como Ecobotes o HouseBoats.

Es por esto que a través de ecoturismo se muestra al viajero las bellezas naturales con las que cuenta Colombia, respetando siempre el entorno natural y sus habitantes. De esta forma, se da la oportunidad a vivir experiencias únicas e inolvidables y trabajar fuertemente para que estos lugares continúen intactos.

En esta categoría de turismo, Colombia ha propiciado interesantes alternativas concebidas para el disfrute de los bellos paisajes nacionales, amigables con el medio ambiente y que son, a la vez, una mezcla perfecta de diseño, eficiencia y servicio.

El turismo en el país en el siglo XXI ha dado apertura a su economía, siendo el turismo el atractivo para locales y extranjeros. Por medio del turismo se facilita tener un flujo de ingresos exteriores, sin desplegar grandes inversiones y generando empleo.

Según el ministerio de comercio, industria y turismo en Colombia, en el año 2008 se aumentó la cantidad de viajeros por turismo en un 70% el cual se ha mantenido.

Colombia, ofrece un amplio abanico de actividades turística para todos los gustos y ofrece además experiencias excepcionales de contacto con la naturaleza.

Los paquetes que la empresa ofrece en su mayoría son innovadores, de atracción a turistas ecológicos y desconexión con el exterior. Uno de los principios es esparcir y desconectar al cliente de sus rutinas, por medio de planes ecológicos del gusto del perfil.

¹⁶ Colombia travel. consultado de la worldwide web: www.colombia.travel.es.turista. Fecha de consulta: 20 Octubre de 2011

El consumo de los mercados turísticos en el país ha variado a través de la historia. Como bien es sabido, en el pasado acceder a planes turístico o dar asistencia a un viaje de cualquier índole no era tan fácil, puesto que sus costos eran muy altos y el incremento en los precios no hacía posible o permitía realizar demandas frecuentes a los viajeros y turistas dentro o fuera de Colombia.

El objetivo de este análisis es identificar a qué tipo de público turístico es el potencial para elevar los ingresos y las ventas de la organización.

Por medio de este análisis es posible detectar que existen ciertos tipos de perfiles, los cuales se pueden diferenciar por:

Viajeros turísticos ecológicos frecuentes

Viajeros turísticos ecológicos que viajan de 3 a 4 veces en el semestre

Viajeros turísticos ecológicos que viajan 1 vez en el semestre

Personas que definitivamente no les gusta el turismo ecológico

Ahora, es importante reconocer lo anteriormente mencionado ya que de acuerdo a los resultados que arroje es posible identificar qué tipo de perfiles traerá mayor beneficio en menos tiempo a la compañía.

A continuación se presentará una tabla con los datos parciales de entradas y salidas de colombianos y extranjeros al y fuera del país mensualmente, con el objetivo de identificar qué cantidad de personas salen y entran del país mensualmente.

1. COLOMBIANOS QUE VIAJAN FUERA Y DENTRO DEL PAÍS.

Entradas y Salidas de colombianos y Extranjeros según meses de Viaje. Año 2011

Datos parciales

Meses	Colombianos		Extranjeros	
	Entradas	Salidas	Entradas	Salidas
Enero	233.610	265.465	132.105	160.092
Febrero	136.398	158.605	127.453	126.593
Marzo	156.582	188.260	138.310	142.471
Abril	181.330	204.744	122.939	124.483
Mayo	165.543	183.326	121.911	120.957
Junio	243.135	191.532	132.546	118.768

Julio	227.088	255.905	146.768	134.455
Agosto	194.916	209.215	144.592	157.283
Total	1.538.602	1.657.052	1.066.624	1.085.102

Cuadro extraído de la página oficial del DAS: www.das.gov.co. Fecha de consulta 16 de Noviembre de 2012.

Como se puede apreciar en la tabla, en el mes de junio entra la mayor parte de los colombianos a su tierra de origen con un estándar de 243.135 personas en el mes, seguido del mes de Enero con un número de 233.610 personas al país.

Ahora en el ranking extranjero tenemos que en el mes de julio se concentra la mayor cantidad de visitantes con un número de 146.768 personas a nuestro país, seguido del mes de Agosto, con una cifra de 144.592 pasajeros durante el mes.

Gracias a la implementación de medios de transporte, agencias de viajes y turísticas que han enfocado sus esfuerzos en los perfiles de los consumidores y clientes turísticos, realizando ofertas y haciendo planes más económicos y asequibles para una gran parte de la población, se puede decir que personas de nuestro país y del extranjero puede entrar y salir con facilidad de este.

A continuación se presentará una tabla la cual indicará la entrada y salida de extranjeros a Colombia, con el fin de conocer con detalle que culturas son las que más frecuentan nuestro país enfatizando los países con mayor número de viajeros, y así poder tener en cuenta de acuerdo a sus costumbres que paquetes de viajes son los adecuados para cada perfil y además conocer de que lugar proceden la mayoría de los turistas en Colombia.

2. EXTRANJEROS QUE VIAJAN A COLOMBIA

ENTRADA Y SALIDA DE EXTRANJEROS POR PAIS DE NACIONALIDAD

Punto de Control Migratorio	Nacionalidad	salidas	entradas	Total
Total		134.455	146.768	281.223
Aeropuerto El Dorado de Bogotá	Afganistán	1	0	1
	Alemania	2908	3466	6374
	Argentina	5425	5365	10790

	Australia	550	469	1019
	Austria	289	416	705
	Bélgica	408	507	915
	Bolivia	384	345	729
	Brasil	7992	8259	16251
	Canadá	1665	1925	3590
	República de Corea	474	531	1005
	Costa Rica	975	1038	2013
	Chile	4305	4407	8712
	Ecuador	4288	4347	8635
	El Salvador	691	674	1365
	España	5993	6156	12149
	Estados Unidos de América	20193	20231	40424
	Francia	2861	3784	6645
	Italia	1769	2144	3913
	Japón	481	487	968
	México	6309	6902	13211
	Noruega	294	212	506
	Países Bajos	1865	2536	4401
	Panamá	1164	1317	2481
	Paraguay	130	157	287
	Perú	4072	4503	8575
	Reino Unido	1870	2050	3920
	Venezuela	9142	9626	18768
	Venezuela	3499	3564	7063
Aeropuerto JoséMaría Córdoba de Medellín	Alemania	72	115	187
	Argentina	288	302	590
	Brasil	255	141	396
	Canadá	203	251	454
	Costa Rica	259	255	514
	Chile	226	211	437
	Ecuador	854	915	1769
	España	266	280	546
	Estados Unidos de América	4189	4647	8836
	Guatemala	139	266	405
	México	455	544	999
	Países Bajos	529	700	1229

	Panamá	285	349	634
	Paraguay	24	21	45
	Perú	583	640	1223
	Reino Unido	72	161	233
	Venezuela	535	882	1417
Aeropuerto Ernesto Cortissoz de Barranquilla	Alemania	12	29	41
	Argentina	19	18	37
	Estados Unidos de América	1492	1455	2947
	Panamá	134	223	357
Aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón de Cali	Alemania	75	88	163
	Canadá	98	130	228
	Ecuador	605	623	1228
	España	503	623	1126
	Estados Unidos de América	2903	2810	5713
	México	111	137	248
	Países Bajos	53	100	153
	Panamá	190	166	356
	Perú	276	275	551
Aeropuerto Matecaña de Pereira	Alemania	3	3	6
	Estados Unidos de América	272	343	615
	Guatemala	17	206	223
	Panamá	123	129	252
Aeropuerto Gustavo Rojas Pinilla de San Andrés	Alemania	5	4	9
	Argentina	336	136	472
	Costa Rica	768	762	1530
	Ecuador	747	882	1629
	Perú	357	546	903
Aeropuerto Rafael Núñez de Cartagena	Alemania	31	55	86
	Argentina	392	490	882
	Brasil	138	165	303
	Canadá	109	186	295
	Costa Rica	192	184	376
	Ecuador	1022	932	1954

	El Salvador	107	119	226
	España	100	110	210
	Estados Unidos de América	2720	3003	5723
	México	202	246	448
	Países Bajos	124	184	308
	Panamá	384	697	1081
	Perú	140	125	265
	Venezuela	185	168	353
Puerto Marítimo de Tumaco	Dinamarca	3	0	3
	Ecuador	148	61	209
	Venezuela	1978	2827	4805

FUENTE: Cuadro extraído de la página oficial del DAS: www.das.gov.co. Fecha de consulta 16 de Noviembre de 2012.

Las ofertas que se efectúan dentro del marketing del turismo no son una excepción o un stop para los estratos señalados con anterioridad, teniendo en cuenta que en la actualidad se consolidan paquetes para los viajeros, lo que ha aumentado la posibilidad de que mayor número de personas puedan realizar viajes a precios cómodos incrementando la tasa de viajeros y turismo en el país.

Ahora bien, para este estudio de marketing no hay que dejar de lado dos aspectos relevantes para el perfil del consumidor del eco paquetes:

✓ Variación de hábitos.

Hay que tener en cuenta que los perfiles de los clientes potenciales van enfocados a personas que le guste el contacto con la naturaleza o deseen desconectarse de algunos medios virtuales. Un ejemplo de ello lo referenciaremos en los lugares que los turistas.

✓ Forma de Vida:

En su mayoría, turistas y viajeros no pueden estar desconectados de algunas tecnologías, como el celular o las computadoras, por lo que se diseñaran paquetes donde la señal no sea un obstáculo.

Por lo anterior, la organización generará de manera exigente que los planes y paquetes a ofrecer sean más innovadores y rentables. Lo que se pretende accionar con los planes eco turísticos ofrecidos por la página on line a demás de los servicios adicionales es en principio dar a conocer las ofertas que un país como Colombia puede ofrecer a sus visitantes y habitantes, generando mayor número en turistas locales y extranjeros.

A continuación conoceremos a qué lugares de Colombia más frecuentados turísticamente, según informes de la federación nacional de comerciantes FENALCO.

	CARTAGENA		SANTA MARTA		SAN ANDRÉS		TOTAL	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
BUQUES	50	53	10	19	1	2	61	74
PASAJEROS	77.488	82.58	20.341	32.087	561	1.013	98.390	115.681

FUENTE: Cuadro extraído de la página oficial de Fenalco: www.fenalco.com.co . Fecha de consulta 16 de Noviembre de 2012.

2.8 SEGMENTACIÓN

Colombia es el segundo país más biodiverso del planeta. Ecosistemas protegidos donde es posible la investigación científica o el simple deleite de la contemplación y la experiencia, hacen de nuestro país un destino de naturaleza excepcional.

Geográficamente Colombia presenta cinco contextos geográficos con ofertas paisajísticas, fauna y flora singulares. Las zonas en que se divide nuestro país son: Andina, Caribe, Costa del Pacífico, Amazonas y Llanos Orientales.

“Colombia ofrece al mundo un laboratorio de conservación de vida que contiene en aguas continentales 3 mil especies de peces, en diversos ecosistemas marinos-costeros que cubren el 95% de la plataforma continental, entre ellos podemos encontrar arrecifes coralinos, bosques de manglar, laguna con costera y deltas, praderas de fanerógamas, sistemas de playas y acantilados”¹⁷.

En el tema de marketing turístico en Colombia se basa en la compra y venta de pasajes y planes vacacionales, por lo que el sector económico de viajeros se segmentará de la siguiente manera:

Consumidores frecuentes (viajan más de 6 veces al mes)

¹⁷ Colombia Travel. Consultado de la worldwide web:

<http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/actividad/naturaleza>. Fecha de consulta: 04 de Octubre de 2011

Consumidores medios (viajan de 2 a 6 veces al mes)

Consumidores con bajos ingresos (viajan de 1 a 4 veces anuales)

Existe un grupo amplio de personas que con frecuencia, viajan o realizan actividades turísticas. Según un estudio realizado por la empresa de servicio y marketing, en Colombia los grupos de viajeros se componen por grupos dependiendo el estado socioeconómico que atraviese.

Es de gran ayuda descubrir los distintos grupos que conformaría, para así diferenciar a los consumidores potenciales más sensibles a las bondades del producto turístico o mix de ofertas a promocionar.

Cada segmentación, en calidad de consumo guarda entre sí una cierta homogeneidad, por lo que hay que diseñar estrategias frente a los estímulos del cliente teniendo claro que el cliente busca en el paquete un conjunto de atributos relacionado con sus gustos y perfiles.

Por lo anterior, las formas de segmentación turística se dividen en los niveles socioeconómicos, edad y sexo, y tamaño y composición de grupo.

- ✓ nivel socioeconómico: ingresos, ocupación, nivel de educación.

Dependiendo del nivel socioeconómico es posible determinar aspectos que enfoquen a viajeros frecuentes o que realicen actividades turísticas.

- ✓ Por edad y sexo.

Teniendo en cuenta estos aspectos es posible determinar el tipo de paquetes o planes a contemplar dentro de la compañía, ya que las tendencias están vinculadas a las formas de consumo, el tiempo libre y demás por la edad y el género.

- ✓ Por tamaño y composición del grupo

Familiar

Estudiantes

Institucionales

Recreativas

Estilo de vida

Motivaciones.

Servicios por regiones

Región Caribe

➤ **Parque Tayrona**

- Traslados Aeropuerto Parque Aeropuerto
- Alojamiento 3 Noches – 4 Días
- Alimentación Desayuno y Cena diario
- Ingreso al Parque
- Visita a Cabo San Juan de Guía
- Visita a Pueblito, recorrido por la zona Arqueológica
- Visita a la familia Kogui, Visita a la Piedra del Sacrificio
- Museo Arqueológico Chairama, sendero interpretativo
- Recorrido por Playa Cañaveral y baño en la piscina
- Guía acompañante

El plan no incluye:

- Tiquete Aéreo
- Gastos no especificados en el programa

Los precios pueden ser modificados según la fecha de viaje

TARIFAS POR PERSONA EN PESOS					
ALTA TEMPORADA					
Marzo 29 al 4 de Abril, Semana Santa, Junio 15 a Julio 15 de 2.010					
Puentes y Festivos					
ALOJAMIENTO SECTOR		2 PAX	3 PAX	4 PAX	NOCHE ADICIONAL
ECOHAB	CAÑAVERAL	\$ 1.488.000	\$ 1.067.000	\$ 895.000	\$415.000
CABAÑAS	ARRECIFES	\$ 1.160.000	\$ 920.000	\$ 795.000	\$328.000

FUENTE: Cuadro extraído de la página: www.concesionesparquesnaturales.com/

➤ **Sierra Nevada de Santa Marta**

DIA 1

Caminata ascendiendo hasta Donde Adán - sitio acondicionado con hamacas, para dormir y algunas piscinas naturales para refrescarse.

DIA 2

Desayuno y caminata hacia Mutanyi - pueblo indígena (Río Buritaca)
Caminata de 3 ½ horas hasta llegar a la cabaña donde se duerme, se aprovechan las piscinas naturales del río Buritaca.

DIA 3

Caminata de 6 horas hasta llegar a Ciudad Perdida. Se encontrarán resguardo indígenas koguis, Arsarios como también huellas de camino dejados por los tayronas.

DIA 4

Desayuno y reconocimiento de la ciudad, tomamos un baño en el pozo de la juventud, el cual según la leyenda cumple funciones maravillosas. Después de finalizar el recorrido se organiza una pequeña charla con el guía baqueano.

DIA 5

Salida de Ciudad Perdida hasta la cabaña de Mutanyi, donde se almuerza y se continua hasta Donde Adán, donde se pasa la noche.

DIA 6.

Salida desde Donde Adán hasta el Mamey donde tomamos el carro hasta Valledupar

Precio por persona **\$1.000.000**

➤ Old Providence

- Tiquete aéreo ida y regreso a Providencia.
- Alojamiento en Cómodas habitaciones con aire acondicionado.
- Alimentación 2 (desayuno y cena)
- Seguro hotelero 2

PLAN 1	2 noches	3 noches	4 noches	5 noches	Noche Ad
Baja	1.090.000	1.240.000	1.380.000	1.530.000	150.000
Media	1.187.000	1.337.000	1.487.000	1.627.000	175.000
Alta	1.585.000	1.815.000	2.045.000	2.2285.000	200.000

PLAN 2	2 noches	3 noches	4 noches	5 noches	Noche Ad
Baja	1.040.000	1.160.000	1.290.000	1.410.000	135.000
Media	1.137.000	1.267.000	1.387.000	1.507.000	150.000
Alta	1.495.000	1.715.000	1.945.000	2.155.000	175.000

FUENTE: Cuadro extraído de la página : www.concesionesparquesnaturales.com

➤ **Macuira y Santuario de los Flamencos**

DÍA 01

Uribia, Manaure y Cabo de la Vela. Recibimiento en la Ciudad de Riohacha, salida para el Cabo de la Vela, pasando por Uribia, (Capital Indígena de Colombia), almuerzo en Uribia (Hotel Juyasirain), visita a Manaure y al complejo salinero, llegada al Cabo de la Vela, y visita a las playas del Ojo de agua. Atardecer en el faro, cena y alojamiento en cama.

DÍA 02

Pusheo y Nazareth. Desayuno en el Cabo de la Vela, salida para Nazareth, pasando por el Parque Eólico, Puerto Bolívar, la Bahía de Portete, Bahía Honda y las rancherías de la Unión y Buenos Aires. Almuerzo en la Playa de Pusheo en bahía Honda, llegada a Nazareth, visita a Nazareth y compra de artesanías. Cena y alojamiento en chinchorro.

DÍA 03

P.N.N. Macuira, Puerto Estrella, Taroa y Punta Gallinas. Desayuno, visita al Parque Nacional Natural de La Macuira y caminata al Chorro de Ipakiwou, almuerzo en Nazareth, salida para Punta Gallinas. Visita a Puerto Estrella, al Médano y la Laguna de Los Patos, y al Faro de Punta Gallinas. Cena y alojamiento en Chinchorro

DÍA 04

Bahía Hondita y Cabo de La Vela. Desayuno, visita a las Playas de Punta Aguja, salida para Bahía Honda, Pasando por la Duna de Taroa, y Pusheo, almuerzo en Pusheo. Salida para el Cabo de la Vela, pasando por La Bahía de Portete, Puerto Nuevo y el Parque Eólico, visita a la playa del Pilón de Azúcar. Cena y alojamiento en chinchorro.

DÍA 05

Riohacha. Salida para Riohacha, desayuno en Uribia. Llegada a Riohacha, fin del programa.

TARIFAS:

1 Pasajero \$ 3.080.000 c/u	5 Pasajeros \$ 830.000 c/u
2 Pasajeros \$ 1.670.000 c/u	6 Pasajeros \$ 740.000 c/u
3 Pasajeros \$ 1.220.000 c/u	7 Pasajeros \$ 660.000 c/u
4 Pasajeros \$ 970.000 c/u	8 Pasajeros \$ 620.000 c/u

FUENTE :Cuadro extraído de la página : www.concesionesparquesnaturales.com

Servicios

El plan incluye, Transporte en camperos con disponibilidad completa durante todo el programa., Servicio de Guía indígena Wayuu. Alojamiento: Dos noches en el Cabo de la Vela en cama o chinchorro (hamaca típica tejida en hilo), una noche en Nazareth en chinchorro y una noche en Punta Gallinas, en chinchorro. Alimentación típica completa (Pescados, Mariscos, Chivo y Pollo Criollo), desde el Almuerzo del primer día hasta el desayuno del quinto día, refrigerios e hidratación durante el recorrido y seguro viajero.

➤ **Isla de Salamanca**

Características

- La biodiversidad de los ecosistemas de la Vía Parque, hicieron que la UNESCO la declarara Reserva de la Biosfera, protegiendo así una de las riquezas naturales, científicas y culturales más productivas del Caribe.
- Diversidad de especies de manglares.
- La belleza de sus paisajes la convierten en sitio ideal para la práctica de campo de universitarios y académicos.

Actividades

- Senderismo
- Fotografía
- Observación de aves
- Contacto cultural
- Actividades educativas y científicas

Atractivos

- Recorrido a pie por los senderos interpretativos sobre el manglar y en canoa por la intrincada red de ciénagas y caños.
- Recorridos por las playas para observar la actividad de las tortugas marinas.
- En la zona de influencia se pueden visitar ciudades como Barranquilla (Carnaval en febrero), Ciénaga (Fiesta del Caimán en enero), Santa Marta (Fiestas del Mar en julio).

Precios por definir.

➤ **Corales del Rosario y San Bernardo**

Región Andina

Parque Natural Chingaza

Parque Natural Cueva de Los Guácharos

Parque Natural El Cocuy

Parque Natural Iguaque

Parque Natural Los Estoraques

Parque Natural Los Nevados

Parque Natural Otún Quimbaya

Parque Natural Puracé

○ Región pacífica

✓ Parque Natural Gorgona

Lugares y senderos a visitar

- Museo del Antiguo Penal: ahí se conservan los elementos que fueron empleados por los prisioneros durante el tiempo que la isla fue ocupada para esta misión. Se encuentra ubicada en el sector de alojamiento.
- Caminata al sendero Playa Palmeras: recorrido de dos horas aproximadamente entre las playas Azufrada, Piedra Redonda y Palmeras.
- Centro interactivo y de Interpretación ambiental.
- Sendero del Pan: recorrido que conduce del poblado al Centro Interactivo y al Museo Arqueológico.
- Yundigua: es un acuario natural donde se puede practicar snorkeling o buceo no autónomo.
- El Planchón, El Viudo, Las Montañitas y El Horno, son zonas para practicar buceo autónomo.

Alojamiento

No se permite acampar por la presencia de ofidios. Centro de visitantes Humantatay: tiene capacidad para 83 personas y disponibilidad de 16 habitaciones.

Valor depende de la temporada.

✓ Parque Natural Malpelo

Actividades

- Fotografía submarina
- Observación de aves
- Buceo avanzado
- Actividades científicas

Atractivos

- Malpelo es de gran importancia como área de conservación.
- Posee a nivel oceánico del Pacífico colombiano, el único mosaico de ecosistemas de litoral, formaciones arrecifales y fondos mixtos.
- Provee hábitats de poblaciones migratorias, de especies endémicas y en riesgo de extinción.
- Contiene paisajes de alto valor escénico de uso educativo.
- Sitio de excelencia como área eje de investigaciones oceánicas en el Pacífico colombiano.

✓ **Parque Natural Utría**

✓ **Bahía Solano**

Tortuguitas al agua.	Ballenas a la vista.
DIA01LLEGADA A BAHÍA SOLANO. Recepción en el aeropuerto y traslado al Lodge en jeeps colectivos por un pintoresco paisaje selvático hasta llegar a la playa El Almejal, donde está ubicado El Lodge. Acomodación, almuerzo Luego se ofrecerá una charla de bienvenida al Proyecto y entrega del material para las actividades. DIA 02 PATRULAJE NOCTURNO Reconocimiento de la playa de anidación e identificación de rastros. Charla de reproducción de tortugas, y salida en la noche y/o madrugada al patrullaje en búsqueda de hembras anidando, presenciar la postura de huevos y su posterior recolección para sembrarlos en el	Día01 LLEGADA A BAHÍA SOLANO. Llegada al aeropuerto de Bahía Solano, traslados en jeeps colectivos rumbo al pueblo de El Valle, donde queda la imponente Playa El Almejal y por supuesto El Lodge. Acomodación, almuerzo, tarde libre. Después de la cena, charla técnica sobre ballenas. DIA02 SALIDA EN LANCHAS A BUSCAR BALLENAS. Muy temprano se toma una lancha para salir en búsqueda de las ballenas, y disfrutar del espectáculo que brindan al salir a superficie con sus soplos de 7 metros, lomos, colas y juguetones ballenatos. En caso de no haber tenido contacto con ellas, se reprogramará otra salida hasta poder verlas.

vivero. DIA 03 LIBERACIÓN DE TORTUGUITAS. El atractivo más importante de El Almejal es nuestra Reserva Natural, después de haber disfrutado de las tortugas un recorrido por la selva le permitirá descubrir los secretos y las joyas que aquí protegemos. Empezando el recorrido hacia La Reserva y a solo 30 metros de altura, podrá apreciar desde nuestro mirador la espectacular vista del horizonte marino fusionándose con la selva. Ya en la Reserva Natural el guía dará explicaciones interesantes sobre las especies de la selva y el ecosistema. Opcional: Escalada y rapel en árboles gigantes. Almuerzo. En la tarde, dinámica de liberación en el vivero o tortugario e información acerca de los neonatos de tortugas marinas. DIA 04 SALIDA. Transporte hacia el aeropuerto. FIN DE LOS SERVICIOS.	DIA 03 RESERVA NATURAL DEL ALMEJAL. Después del desayuno se visitan los proyectos de conservación de tortugas y huerta orgánica. Empezando el recorrido hacia La Reserva y a solo 30 metros de altura, podrá apreciar desde nuestro mirador la espectacular vista del horizonte marino fusionándose con la selva. Ya en la Reserva Natural el guía dará explicaciones interesantes sobre las especies de la selva y el ecosistema. Opcional: Escalada y rapel en árboles gigantes. Almuerzo. Tarde libre para disfrutar del mar DIA 04 CASCADA DEL TIGRE. Excursión en lancha para visitar una playa virgen donde cae la espectacular cascada de El Tigre, los más aventureros podrán seguir la rivera del arroyo disfrutando de pequeñas cascadas y pozos, Caminando en marea baja llegará a otra cascada, y una cueva sorprendente. DIA 05 CANOTAJE POR EL RÍO TUNDÓ. Desde la orilla del Río Valle se abordan las canoas para navegar por un brazo del río conocido como Tundó. Las bogas reman y el guía explica, mientras usted contempla el apacible paisaje verde del río y la selva, acompañado de algún pescador, tucanes, loros, mariposas y gran variedad de orquídeas y bromelias. Al final del recorrido cae muy bien bañarse en las aguas cristalinas del río. DIA 06 PARQUE NACIONAL NATURAL UTRÍA. Luego de 40 minutos en lancha llegará a la más bella ensenada del país, Utría. En la sede administrativa del Parque debe recibir una charla educativa y además puede conocer el esqueleto de un cachalote, tomar
--	--

	un baño en las apacibles aguas verde esmeralda de la ensenada, o hacer una caminata por el manglar. De regreso lo llevarán a una de las pocas playas coralinas de arenas blancas del pacífico colombiano, ideal para practicar snorkeling. DIA 07 CASCADAS DE CHADÓ. En un viaje de 20 minutos en lancha se llega a la silvestre playa Chadó, enmarcada por el Río Cascadas en un extremo y el Río Chadó por el otro, escenario perfecto para disfrutar de aguas frescas en medio de la naturaleza. Caminata por el Río Cascadas para disfrutar de pequeños pozos y cascadas hasta llegar al famoso pozo del bautizo, se continúa hasta el otro extremo de la playa para disfrutar de las apacibles aguas del río Chadó. DIA 08 REGRESO. Desayuno, regreso en jeep al aeropuerto de Bahía Solano para tomar el vuelo hacia el lugar de origen.
--	---

. Región de la Orinoquia y amazonia

✓ Parque Natural Amacayacu

Alojamiento

El Parque Nacional Natural Amacayacu cuenta con un centro de visitantes llamado Yewae, conformado por tres módulos que ofrecen alojamiento para 45 personas, en literas y hamacas.

No se permite el camping por la presencia de ofidios en la zona.

Lugares y senderos a visitar

Lagos de Tarapoto: ubicados a media hora del parque por el río Amazonas. Se pueden observar los delfines rosados.

Puente del dosel: puente colgante de sesenta metros de longitud que comunica las copas de los árboles a treinta metros de altura y brinda la oportunidad de observar la selva desde otra perspectiva.

✓ **Parque Natural El Tuparro**

Actividades

- Senderismo
- Rafting
- Avistamiento de aves
- Etnoturismo
- Ciclo montañismo
- Pesca deportiva
- Kayak

Atractivos

- Centro de visitantes Maipures.
- Zona de camping.
- Raudales de Maipures y Tuparro.
- Sendero interpretativo del sector de Maipures.
- Laguna Azul.
- Isla Pedro Camejo.
- Ríos Tomo, Tuparro y Orinoco.
- Cerró Peinilla.
- Comunidades indígenas Sikuni y Cuiba.
- Zonas Aledañas: Puerto Carreño, Puerto Ayacucho (Venezuela), Centro Padre Javier de Nicolás.

Precios por definir

Valor del cliente.

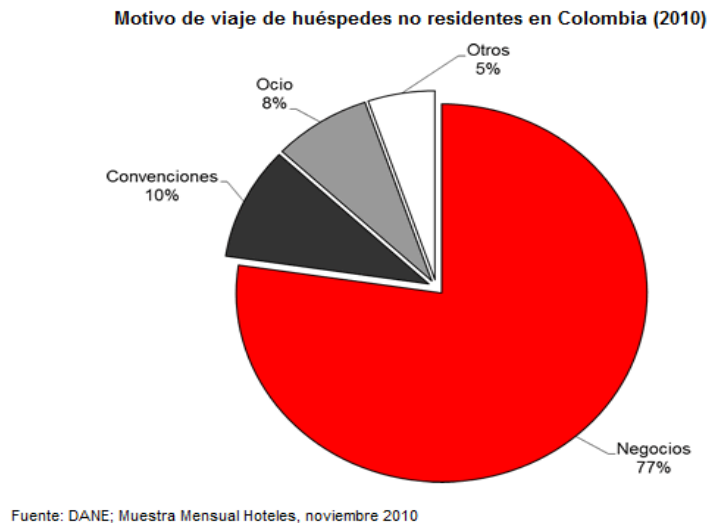
Por ser una empresa dedicada al turismo, es importante tener en cuenta el valor del cliente, ya que de él depende el éxito o fracaso de la organización.

El fin de la organización es mejorar a través de las experiencias los valores y planes ofrecidos a los clientes, en temas de servicio, rapidez, economía, potencializando los sitios ecológicos en Colombia como destino turístico.

Por lo anterior se hace necesario comprender y centrar la atención de la organización en las necesidades de las personas, conociendo y anticipándose a las necesidades del cliente.

El producto o servicio debe ser un eje centrar que llame la atención del cliente como el protagonista de la aventura turística.

Conforme a lo anterior analizaremos el motivo por el cual los extranjeros deciden visitar nuestro país, para tener en cuenta la tasa porcentual del turismo extranjero en Colombia.



- Cerca del 67% de los visitantes que llega a Bogotá, viaja por motivo de negocios
- La ocupación hotelera de Bogotá ha aumentado de manera sostenida en los últimos años, pasando de un 40% aproximadamente en el 2002, a cerca del 60% para el 2010

2.9 OFERTA

Esta se elaborará depende del perfil demográfico del visitante, los cuales serán identificados conociendo e identificando el uso de los medios sociales y recursos económicos del turista.

“El ecoturismo se caracteriza por: Desarrollarse en zonas rurales y naturales lejos de los grandes núcleos urbanos”¹⁸.

Se puede desarrollar en espacios protegidos como los parques nacionales.

¹⁸ Colombia es Pasión, Consultado de la worldwide web: www.colombiaespasion.com, Fecha de consulta: 16 de Octubre del 2011

- ✓ “Ayuda a desarrollar las precarias economías rurales, especialmente en zonas de montaña.
- ✓ La oferta turística es de bajo impacto ambiental, muy cuidadoso con la naturaleza y con la población local.
- ✓ Busca descubrir la realidad tanto cultural como natural
- ✓ Los equipamientos turísticos no se encuentran concentrados

BENEFICIOS DEL ECOTURISMO

- ✓ Permite la conservación del medio ambiente
- ✓ Conserva las tradiciones
- ✓ Mejora las condiciones de vida de las poblaciones locales
- ✓ Promueve el desarrollo económico (sostenibilidad)
- ✓ Genera empleo

Hay que tener en cuenta además las características del viajero, evaluando los niveles de satisfacción de cada turista¹⁹.

2.10 MERCADO POTENCIAL

El ecoturismo Definido como "el segmento del turismo que viaja a áreas relativamente vírgenes con el objetivo específico de admirar, estudiar, disfrutar del viaje, de sus plantas y animales, así como los rasgos culturales del pasado y del presente de dichas zonas"

1. Interesados en el medio ambiente
2. Turistas
3. Viajeros
4. Familias
5. Instituciones
6. Estudiantes

En el 2009, Colombia recibió dos reconocimientos en materia turística. La Organización Mundial del Turismo (OMT) presentó el estudio “Colombia de nuevo en el mapa del turismo mundial” y el Manual para la creación de marca de destinos turísticos, que resaltan la mejoría del país como destino. La llegada de turistas extranjeros al país aumento un 11% con respecto al 2008. Durante los

¹⁹ ECOTURISMO. Consultado de la worldwide web: <http://ecoturismounab.galeon.com/cvitae512416.html>
 Fecha de consulta: 16 de Octubre de 2011.

meses de enero y febrero de 2010, la llegada de turistas extranjeros ha crecido un 6,1% con respecto al mismo periodo del año anterior.

2.11 ESTRATEGIAS DE MERCADO

Estrategias comerciales

La organización se dará a conocer por medio de:

- ✓ Publicaciones en la web
- ✓ Folletos
- ✓ Cuñas radiales
- ✓ Intranet
- ✓ Voz a voz

Con el objeto de vincular a los clientes por medio de:

- ✓ Actividades y capacitación
- ✓ Excelente servicio en hotelería y turismo
- ✓ Formación profesional
- ✓ Programas pedagógicos.

Estrategia del Diseñamiento:

1. Interfaz llamativa: en esta etapa se jugará con los colores de la naturaleza y sus movimientos para crear una página totalmente llamativa a los usuarios. La idea es generar la sensación de frescura, relajación, curiosidad, y deseo de estar y explorar cada rincón del sitio y de esta manera generar recordación y por su puesto la navegación en masa por parte de los usuarios.

Valor \$ Obsequio de Diseñador

2. Facilidad de acceso: Por medio de una evaluación heurística se evaluará la página antes de ser lanzada a la web, la idea es que de manera independiente cada especialista de su idea sobre los pro y contra de la página. Además se realizará una evaluación de usabilidad por medio de un focusgroup para tener certeza de que los resultados serán 100% exitosos.

Valor \$ Obsequio de expertos

3. **Benchmarking Web:** a través de los servicios que va a ofrecer la página se analizará cada sitio web prestador del mismo servicio o similares con el objeto potenciar al máximo nivel el sitio. Esto es por medio de ofertas y promociones que inciten al usuario a participar de todas las actividades y así mismo acceder de manera sencilla a nuestros servicios.
4. **Análisis de Posicionamiento:** se llevan a cabo a través de los indicadores de posicionamiento.
5. **Planificación de Proyecto de Comunicación Web:** por medio de estrategias comunicacionales adquiridas en nuestra carrera lo cual nos mantendrá a la vanguardia de una manera integral y que responda a todas las necesidades de nuestro

Estrategia de Lanzamiento:

1. se realizará una campaña de lanzamiento de la página web ecologista utilizando algunos de los medios de comunicación publicidad virtual, vallas publicitarias y cuñas radiales. Precio apreciado para esta estrategia

Valor \$500.000

2. Creación de un grupo en facebook.

\$ Gratuito

3. Realización de un evento direccionado a los clientes potenciales como turistas y ecologistas lograr dar reconocimiento a la página en virtud de que la información sea difundida.

Valor \$ 600.000

4. Generar por medio del voz a voz, promocionar los paquetes que se darán a ofrecer, los cuales están especificados en la segmentación de mercadeo.

Valor \$ gratuito

Estrategia de Posicionamiento: después de que la página de eco turismo sea lanzada al mercado y posteriormente usada por los clientes, es necesario darle una posición en el mercado. Por lo anterior hay que reconocer en primera instancia qué empresas son o hacen parte de la competencia directa, y de esta manera comparar y mejorar los paquetes ofrecidos, la calidad y los precios.

Estrategia de franquiciamiento: teniendo claro el objetivo de la empresa, se seguirá al siguiente paso, expandir la empresa en el mercado creando más medios de vinculación y compra de paquetes por parte de los clientes, para hacer posible esto, se crea la necesidad de asociarse con empresas ya sean agencias de viajes, venta de planes turísticos, ecológicas entre otras y de esta manera ampliar los campos de venta de la organización.(ministerio de medio ambiente, IDRD, Empresas ambientalistas, ecologistas, Agencias de viaje: Avianca, Aires... etc.)

Valor \$ A largo plazo se determinará la fiabilidad y rentabilidad de esta estrategia y se sumarán los costos.

Estrategia de adelantamiento: Por medio de la intracomunicación, se intentará obtener ventajas significativas a diferencia de otras empresas de planes ecológicos existentes en Colombia. Estos por medios de tiendas virtuales, paquetes ecológicos a bajos precios y excelente calidad y además con una buena comunicación entre los usuarios y la página.

Estrategia del acercamiento:

Actualización de base de datos por cliente

Actualización de ofertas y servicios en la página

Encuestas virtuales sobre temas relacionados a los viajes, satisfacción, qué agregarían a la página y que otros sitios desearían visitar.

Por otro lado, lo que se quiere es optimizar la eficiencia de la cadena de elaboración de paquetes turísticos, por lo que se hace posible construir una página con una mano de obra a costos bajos e involucrar o asociar a proveedores que disminuyan los costos, por medio de una tecnología de vanguardia, controles rígidos y precisos sobre los precios que implica controlar todos los costos del proceso y minimizar alguno de ellos.

Las ventajas que la disminución de los costes aportaría a la organización son:

- podemos aumentar nuestra cota de ventas.
- tener el precio más bajo del mercado...
- aumentar beneficios...
- crear una barrera de entrada a las empresas que van a entrar en ese sector porque si somos líderes en tecnología, en conocimiento de cómo se realizan los procesos.... estamos impidiendo que entren otras empresas.

Las inversiones que se requieren para optimizar la página son:

- Inversiones en diseño, imagen, marca.
- contratar una buena compañía publicitaria.

- inversión en servicio al cliente.
- inversión en canales de distribución.

La ventaja que tiene nuestra organización es que está segmentada, puesto que nos concentraremos en un grupo dentro del mercado en vez de querer acapararlo todo.

Nos centramos en un grupo o segmento que los distinguimos por nivel de provincias, de edades, de población, en una cierta línea de producto y/o gustos por parte del usuario y cliente, lo que nos permitirá conocer e identificar a nuestro grupo objetivo.

Finalmente nos concentraremos en las oportunidades de alianza para lograr la expansión de la organización, lo que traería como ventajas

- evitar la competencia.
- tener acceso a las economías de escala, a la disminución de costes. (compra de paquetes al por mayor)
- oportunidades de negocio.

La organización se dará a conocer por medio de:

- ✓ Publicaciones en la web
- ✓ Folletos
- ✓ Cuñas radiales
- ✓ Intranet
- ✓ Voz a voz

Con el objeto de vincular a los clientes por medio de:

- ✓ Actividades y capacitación
- ✓ Excelente servicio en hotelería y turismo
- ✓ Formación profesional
- ✓ Programas pedagógicos.

Estrategia de Ansoff

- 1. Expansión**
- 2. Diversificación**

MERCADOS ACTUALES	MERCADOS NUEVOS
PENETRACIÓN EN EL MERCADO	DESARROLLO DEL MERCADO
DESARROLLO DEL PRODUCTO	DIVERSIFICACIÓN

ENFOQUE O ALTA SEGMENTACIÓN

PRODUCTOS ACTUALES
PRODUCTOS NUEVOS

Esta estrategia pretende lograr una competencia fuerte en el mercado. La idea es conseguir de maneras efectiva crecer por medio de la obtención de una cuota mayor en los productos y mercados dónde operen los planes ecoturísticos de la organización... Por medio del desarrollo del mercado se buscarán aplicaciones nuevas que hagan de esta organización competente que capte los segmentos de otros mercados distintos a los ya existentes... En el área de la comunicación esta estrategia consiste en utilizar todos los canales de distribución para dar a conocer los productos que ofrecemos. Finalmente, el desarrollo del producto la empresa generará nuevos productos que logren sustituir a los actuales o mejorarlos con el objeto de maximizar la calidad, manteniendo u ofreciendo un menor precio sobre los actuales.

EXCLUSIVIDAD Percibida por el cliente	POSICIÓN DE BAJOS COSTES
DIFERENCIACIÓN	LIDERAZGO EN COSTES

AMPLIO (TODO EL SECTOR)
REDUCIDO (SOLO UN SEGMENTO)

Por medio de la misma página dar beneficios a los viajeros más frecuentes y comprometerlos con más viajes a menor costos con la posibilidad de llevar a cualquier miembro de su familia o amigo para que por medio del voz a voz se promueva de manera eficaz el nombre de la organización y sus beneficios.



CAPITULO 3
PRODUCCIÓN U OPERACIÓN

3. PRODUCCIÓN U OPERACIÓN

3.1 INGENIARIA DEL PROYECTO.

Esta organización se va a desarrollar a través de un sitio web, ofreciendo servicios de turismo ecológico por medio de planes y paquetes eco turísticos en Colombia, orientado a clientes nacionales e internacionales. Es por esto que nuestro principal servicio va ser desarrollado y/o prestado en primera instancia por el sitio web y en segunda por nuestros planes ya adquiridos.

Para nuestros niveles de calidad es importante tener en cuenta las siguientes categorías y características que la empresa tiene que manejar para prestar un servicio de alto nivel.

INFORMACIÓN EFICAZ Y EFICIENTE.

El Servicio prestado a través del sitio web tiene que contar con:

- Buscador eficiente para hallar fácilmente planes ideales para el cliente.
- Reservas inmediatas con fechas exactas.
- Pago virtual
- Promociones y descuentos
- Información adicional (Eventos y ferias en el país, historia y descripción de los destinos)
- Sistema exclusivo de comunicación interna (cliente - empresa) para resolver cualquier inquietud.
- Links de otras empresas - Tienda virtual eco turística.
- Fotos y videos en alta resolución.
- Mapa de ruta del destino deseado.
- Descripción del lugar donde se van a hospedar y el tipo de transporte que incluye el plan.

ASISTENCIA AMABLE Y CONFIABLE.

Los siguientes beneficios se adquieren cuando el cliente es acreedores de un plan con ECONETION COLOMBIA.

- Tarjeta de asistencia Médica y seguro de viaje AssistCard.
- Asistencia permanente con un coordinador del evento.
- Guías profesionales. Si lo requiere bilingües.
- Transporte para todos los traslados internos del eco turismo aeropuertos – hoteles, visitas programadas. Según el plan que requieras puedes utilizar transporte: aéreo, terrestre, marítimo.

- Alojamiento, hoteles, cabañas, carpas, etc. Excelentes instalaciones, que ofrecen comodidad, calidez, tranquilidad y dispersión de la rutina.
- Alimentación saludable (desayuno, almuerzo y cena), comidas adicionales si está contemplado en el plan.
- Servicio de calidad.
- Seguridad.

3.1.1 Requerimientos para prestar el servicio.

Esta empresa realizara todo su desplazamiento y desarrollo logístico, según los planes que sean establecidos en acuerdo con la organización y el cliente.

El cliente tiene la posibilidad con nuestra compañía de elegir el tipo de transporte donde se va a movilizar durante la llegada al destino y los pequeños traslados a las actividades eco turísticas que también elija. En ECONETION COLOMBIA, el cliente elije su plan eco turístico de acuerdo a sus necesidades, para esto contamos con un servicio por paquetes.

Variables por servicio prestado.

Transporte			
Tipo	Descripción	Destino	Precio
Terrestre	Flota	Bogotá - San Agustín	\$ 42.000
	Taxi	Centro San Agustín – parque arqueológico.	\$ 15.000
	Caballo	Parque arqueológico – hotel.	\$ 10.000
Marítimo	Barco		
	Canoa		
Aéreo	Avión	Lima, Perú – Bogotá, Colombia	\$ 900.000

Proceso Logístico.

Hospedaje

Carpas

DIA- \$ 15.000 – \$ 50.000

Cabañas en bambú – madera



DIA - \$ 50.000 – \$ 250.000

Promotora de turismo alianzas estratégicas con ofertadoras de servicios de hospedaje y turismo, sistemas de seguridad, que brinden las garantías que quiere y maneje la compañía. Ubicación el lugar.

Chozas



Fuente: Ecohabs Parque Tayrona

fuelle: zona de camping, Santa Marta.

DIA - \$ 30.000 – \$ 100.000

Promocionar planes por niveles -

Alimentación

Desayuno	Desayuno balanceado, estilo continental o americano, o otros entre los cuales se puede ofrecer: Yogurt o leche con cereales, jugo de naranja, pan con queso y una taza de fresas...	\$ 5.000 - \$ 10.000
Almuerzo	Arroz con pollo y ensalada variada + 1 durazno. papas o puré con carne y vegetales + 1 pera. Fideos con pescado y verduras + 1 taza de piña	\$ 10.000 - \$ 25.000
Cena	Verdura, ensaladas, carne o pescado, y fruta.	\$ 10.000 - \$ 25.000

Transporte

El transporte turístico de nuestros pasajeros se hará por medio de transporte aéreo, terrestre o marítimo a todos los destinos, según como lo requiera el plan y según la ubicación de nuestro cliente. ECONETION COLOMBIA cuenta con operadores de todo tipo de transporte para el desplazamiento a los destinos eco turísticos (hoteles, restaurantes, playas, ríos, lagos, centros culturales, zonas eco turísticas) de los turistas nacionales y extranjeros.

Para prestar el servicio de transporte terrestre se podrán establecer rutas con vehículos como carros particulares, taxis, minibuses, buses, que cumplan con todas las normas legales (DECRETO 1556 DE 1998)²⁰ de seguridad para nuestros cliente, además de las condiciones de higiene adecuadas, revisiones mecánicas que aseguren el total funcionamiento de los vehículo.

Alquiler de vehículos que prestan servicio de traslado dentro de Colombia por día es aproximadamente:

DIA

Canoa - Chalupa – \$ 30.000 - \$ 50.000

Burro – \$ 25.000 - \$ 50.000

Caballo - \$ 30.000 – \$ 70.000

Carro – automóvil \$ 80.000 – \$ 150.000

Minibús – bus \$ 500.000 - \$ 1.500.000.00

Promedio paquetes, calcular cuánto saldría,

3.1.2 Procesos productivos (procesos óptimos para prestar el servicio)

Las relaciones del negocio se van a establecer entre emprendedores de turismo ecológico en compañía de actores públicos y privados locales para alcanzar una mayor llegada de turistas a sitios ecológicos.

Las alianzas retornarán beneficios para todos sus participantes a corto plazo evitando la desmotivación de los asociados.

Para lograr que la empresa de ecoturismo sea exitosa hay que tener en cuenta ciertas estrategias que logren mantener la convivencia, esto se logra analizando

²⁰ Alcaldía de Bogotá.2011. consultado de la worl wide web: www.alcaldiabogota.gov.co

las quejas, reclamos y aportes de los clientes, creando participación por parte de los turistas y empresas aliadas, y claramente haciendo un seguimiento y evaluación para considerar los pro y contras que esta tienen en la actualidad y a futuro para lograr una comercialización eficaz.

Las siguientes son las estrategias que se tendrán en cuenta para la realización positiva de los planes de ECONETION COLOMBIA.

3.1.3 Estrategias - Alianzas comerciales.

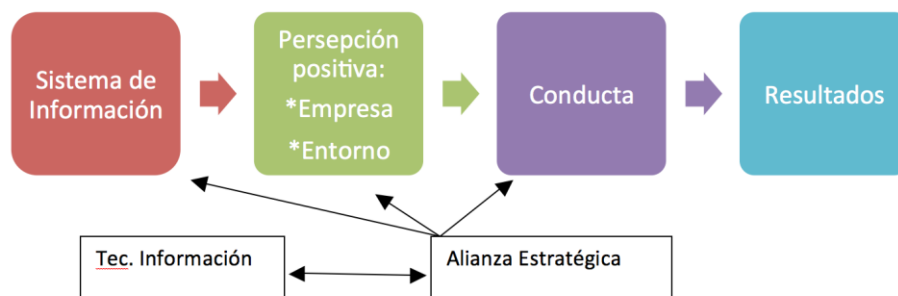
MODELOS DE GESTION

Estrategia 1



La base de esta estrategia cíclica tiene como principio aumentar los ingresos generados por el turismo ecológico. Si la organización parte de una buena e impecable estructura turísticamente hablando, la posibilidad de que los productos y servicios sean cada vez mejor es alta. Ahora bien, si se logra una Alianza estratégica con outsourcing que al igual que la compañía presente un servicio impecable la comercialización en cuanto a las relaciones externas e internas generarán posibilidades de expansión a las organizaciones dedicadas al sector del turismo ecológico.

Estrategia 2



Para obtener resultados positivos en el sistema de información de la organización, es necesario generar alianzas estratégicas positivas de la mano de las tecnologías de la información. El objetivo es generar una percepción positiva tanto de la empresa como del entorno obteniendo conductas positivas que generen óptimos resultados.

Para que estas estrategias se lleven a cabo es necesario que la empresa realice reuniones trimestrales con sus empleados con el fin de conocer las deficiencias y los beneficios de cada uno de los planes. Para ello se tiene que incentivar en primer lugar al vendedor del mes y además al personal más comprometido con la compañía.

Por otro lado, es indispensable realizar desayunos con los outsourcing para que nos cuente como ha sido su experiencia con nosotros, que le aportaría y que le emitirían a la organización para que esta cada vez sea mejor, maximizando sus

ventas mejorando su servicio y satisfaciendo totalmente al cliente.

3.1.4 Infraestructura.

Esta compañía requiere de una oficina para ofrecerle una alternativa al cliente, para establecer confianza, además para proporcionarle información detallada de los planes en los que se encuentre interesado el cliente y consultas personalizadas con respuestas inmediatas.

La importancia de una oficina virtual eco turística es una gran ventaja, puesto que a través de ella es posible brindar un servicio más completo y personalizado al cliente lo que puede acercarlo a la fidelización, es decir un viajero frecuente que seguramente va a recomendarnos con más clientes. Sin embargo, nuestra empresa cuenta con información detallada y facilidades para adquirir cualquiera de nuestros planes en el sitio web.

Mantenimiento del Sitio	• Computadores • Actualización de anti virus • Redes Cableadas e inalámbricas	Total anual 300.000
Mantenimiento del Espacio	• Limpieza general • Pintura • Compra de enseres y limpieza.	4.000.000
OTROS	• Daños generales • Caja menor	1.000.000 700.000

3.3 LOCALIZACIÓN.



Esta organización tendrá una cobertura nacional, donde se localizarán todos nuestros destinos eco turístico. Pero se operara desde la ciudad de Bogotá.

Inicialmente se centrara en la capital, para luego contar con oficinas en los principales destinos turísticos y luego a nivel mundial.

3.4 TAMAÑO DEL PROYECTO.

Esta organización iniciara como una microempresa con el propósito, en el mediano plazo, hacer una mediana o gran empresa. La organización tiene una gran extensión, ya que tendrá cobertura nacional. Inicialmente se centrara en la capital, para luego contar con oficinas en los principales destinos turísticos y luego a nivel mundial.

3.5 FASES TÉCNICAS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.

Pasos. Para que nos conozcan, toma la decisión, creamos una respuesta a la necesidad, decisión,

Fases

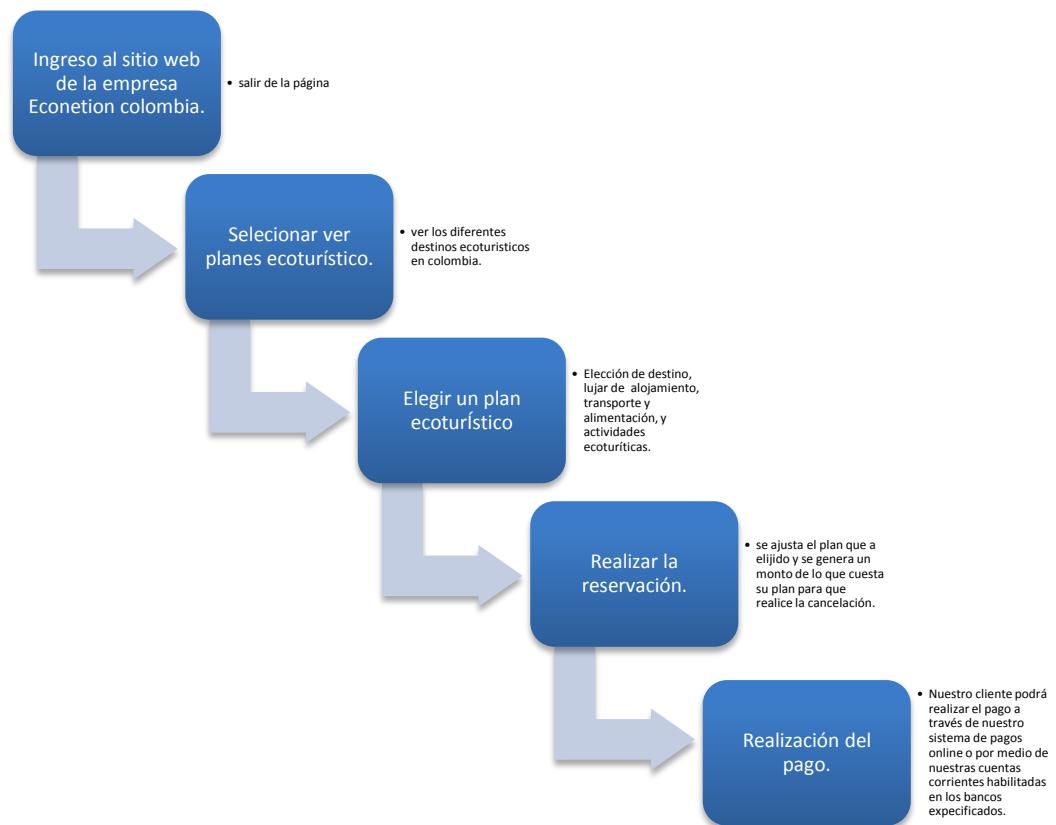
1. Su modelo de usabilidad y accesibilidad, esto para facilitar el ingreso y manejo de la página a los usuarios, en esta fase se podrán a prueba el funcionamiento de la página hacia un posible cliente. (Simulación de prueba).
2. La arquitectura de la información, esto infiere a la aplicación de la interfaz lo cual permite visualizar al usuario sus sitios de interés.
4. Diseño web centrado en el usuario, este punto implica involucrar desde el

comienzo a los usuarios en el proceso de desarrollo del sitio; conocer cómo son, qué necesitan, para qué usan el sitio; testar el sitio con los propios usuarios; investigar cómo reaccionan ante el diseño, cómo es su experiencia de uso; e innovar siempre con el objetivo claro de mejorar la experiencia del usuario.

Dentro de nuestro sitio web se evaluara constante mente el diseño, la competitividad y los resultados semanalmente de la organización, se analizarán las visitas a las sitio, las reservas y los planes obtenidos por los usuarios. Todo esto para corregir detalles o falencias del sitio que dificulten el acceso a los usuarios a la página.

5. Planificación, En esta etapa se identifican los objetivos del sitio, así como las necesidades, requerimientos y objetivos de la audiencia potencial. Esto se logra por medio del el perfil que cada uno de nuestros clientes tendrá que realizar para el ingreso a la página. Teniendo en cuenta la descripción que de cada usuario se identificaran sus las necesidades y se ajustará uno de nuestros planes y sitios turísticos. Estos planes se realizaran de acuerdo con una base de datos divididos por las necesidades en común de nuestros clientes.

3.5.1 Flujo grama - 5 pasos para obtener un plan con ECONNETION COLOMBIA.



3. 5 RECURSOS TÉCNICOS REQUERIDOS PARA CADA FASE Y FORMAS DE ADQUISICIÓN.

REQUERIMIENTOS TECNOLOGICOS

CANTIDAD	ELEMENTO	DESCRIPCIÓN
1	Computador de mesa	Procesador rápido de aproximadamente 4 GB de memoria. Marca - Macintosh HD
2	Computador Portátil	Toshiba, Compaq, Hacer, etc. Con procesador rápido.
1	Dominio del sitio Hosting Empresas: http://www.colombio.com/ http://www.caminoweb.com/comp_rarstep2.php	500 megas de espacio en disco. 20 Gigas de transferencia mensual, 4 bases de datos, 40 cuentas de correo. Herramientas de optimización SEO...
Varias	Accesos	- Acceso remoto a otros ordenadores (a través de telnet o siguiendo el modelo cliente/servidor) - Transferencia de ficheros (FTP)- - Boletines electrónicos y grupos de noticias (USENET y newsgroups) - Listas de distribución
1	IMPRESORA	Multifuncional, con scanner, fotocopidora.
1	Teléfono con Fax	Teléfono con fax de una marca reconocida.

MATERIALES – PAPELERIA

Nº DE PEDIDO	PEDIDO
8	RESMAS
10	RESALTADORES
20	SEPARADORES
20	FOLDERS
6	PEGASTIC
5	SOBRE DE MANILA
1	CAJA LAPICEROS
1	CLIPS
1	GANCHO LEGAJADOR

20	CARPETAS TAMANO CARTA Y OFICIO
1	TALONARIO
1	PERFORADORA
1	COCEDORA
1	GRAPAS
1	TONER NEGRO
1	TONER COLOR
1	TABLERO ACRILICO

3.6 PERSONAL REQUERIDO PARA CADA FASE DE PRODUCCIÓN.

Las dos funciones se definirán como dirección comercial y dirección de producción.

Funciones:

Directora Comercial.

- hacer contacto con las organizaciones y lograr alianzas comerciales.
- Armar los paquetes junto con la directora de producción.
- Establecer precios.
- Formas de financiación y pagos de los planes.
- Lleva la contabilidad de la organización.
- Llevar a cabo proyectos para la venta de los planes.

Directora de Producción.

- hacer todas las investigaciones y análisis para definir los sitios turísticos.
- Toma de fotografías y videos.
- Crear los planes turísticos junto con la directora comercial.
- Realizar toda la logística del plan eco turístico.
- Actualización y mantenimiento del sitio web.

3.6.1 Proyección.

Personal que se requerirá a través del desarrollo y crecimiento de la compañía.

PERSONAL INTERNO DE LA EMPRESA

Dto. Financiero - Contador

Dto. De comunicación

- Comunicador social
- Editores de videos y experiencias
- Camarógrafo
- Diseñador
- Administrador web (mantenimiento y actualización)

Dto. Marketing / comercial.

- Asesores comerciales. (venta de planes, 3 personas)
- Guías turísticas
- Recepcionista

DTO. De servicio especializado.

- Diseñamiento
- Insumos
- Ruta del plan
- Ejecute el plan
- Evaluarlo.

Dto. Investigación e innovación

- Comunicador sociales, sociólogo o investigador. (2 personas)

Dto. Recursos humanos

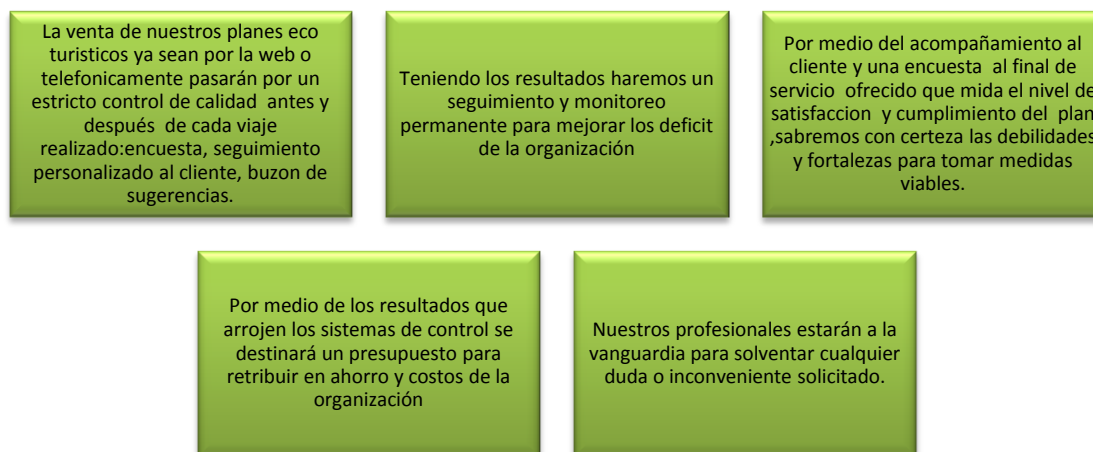
- Comunicadores sociales: el mismo comunicador de los departamentos de investigación e innovación de la mano del periodista de la dependencia de Comunicaciones.
- Psicólogo.

PERSONAL EXTERNO DE LA EMPRESA

- Empresas hoteleras
- Empresas de viajes aéreas y/o terrestres
- Servicios adicionales

3.7 SISTEMA DE CONTROL DE CALIDAD SOBRE LA PRODUCCIÓN.

METODO DEL SISTEMA DE CONTROL



Para nuestra organización proporcionar un servicio de calidad es prioridad, para esto contaremos con un manual y unas políticas de calidad de servicio que se le deberán prestar al cliente en todo momento.

La evaluación de los indicadores de gestión se realizarán periódicamente permitiendo medir el cumplimiento de los factores críticos que se presenten en los procesos, esto nos pondrá al tanto para tomar acciones correctivas y preventivas de manera oportuna.

Lo anterior se desarrollará por medio de un correo electrónico, cartelera Informativa, Información personalizada, línea de atención al usuario y buzón de sugerencias y de encuestas realizadas a los turistas al finalizar su viaje de eco turismo el cual determinará el nivel de satisfacción, eficacia, efectividad e impacto.

3.7.1 Claves de calidad.

- ✓ Estar dirigidos siempre a la excelencia, superando las necesidades y expectativas de nuestros clientes, con un equipo humano competente, a través de la optimización de los recursos, la ejecución de procesos y el mejoramiento continuo.
- ✓ Atender de manera cordial, ágil y efectiva las llamadas y inquietudes del cliente con respecto a los planes.

- ✓ Responder siempre con soluciones para el cliente, en algún inconformismo por alguno de nuestros planes o del servicio prestado.
- ✓ Es indispensable dejar la puerta abierta a nuestra organización y una buena imagen mediante el servicio prestado. SIEMPRE se debe actuar bajo nuestros estándares de calidad y servicio.

3.8 POLITICAS DE CUIDADO MEDIOAMBIENTAL

Esta organización exigirá a hoteles u otras instalaciones turísticas, la contribución a una mayor calidad medioambiental y al mantenimiento de una naturaleza intacta en los lugares de destino.

Para esto contaremos con los siguientes parámetros:

- Priorización de medios de transporte público de poco consumo energético.
- Consumo moderado del agua potable para usos externos
- Preferencia a productos y materiales renovables y de carácter ecológico
- Reciclar los productos utilizados y se reduzca la utilización de productos no renovables.
- Controlar que los turistas cuiden la naturaleza, dejando todo intacto

Políticas:

- Recordarle al turista las exigencias en cada uno de estos indicadores medioambientales
- Exigir una gestión medioambiental eficiente con competencias y reglas de obligado cumplimiento a fin de mejorar permanentemente la calidad ambiental
- Inspeccionar que los empleados se comprometan a cuidar el medio ambiente controlando a los turistas y dando ejemplo de comportamientos
- Análisis regular de resultados sobre el consumo/impacto medioambiental en las ofertas turística.
- Todas las empresas que trabajen en alianza con nosotros tendrán que cumplir con todas las políticas de responsabilidad ambiental y social, además de estar legalmente constituidas.
- Manejar principios éticos con las compañías aliadas y con los eco turistas.



CAPITULO 4

ADMINISTRATIVO

4 ADMINISTRATIVO.

4.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

Objeto social: Es una empresa dedicada a promover y promocionar el turismo en Colombia a nivel mundial con una mirada ecológica y cultural.

Tipo de organización: Sociedad por acciones simplificada (S.A.S)

Esta sociedad se constituye mediante documento privado ante Cámara de Comercio o Escritura Pública ante Notario con uno o más accionistas quienes responden hasta por el monto del capital que han suministrado a la sociedad. Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse. La estructura orgánica de la sociedad, su administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía. Su razón social será la denominación que definan sus accionistas pero seguido de las siglas "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.²¹

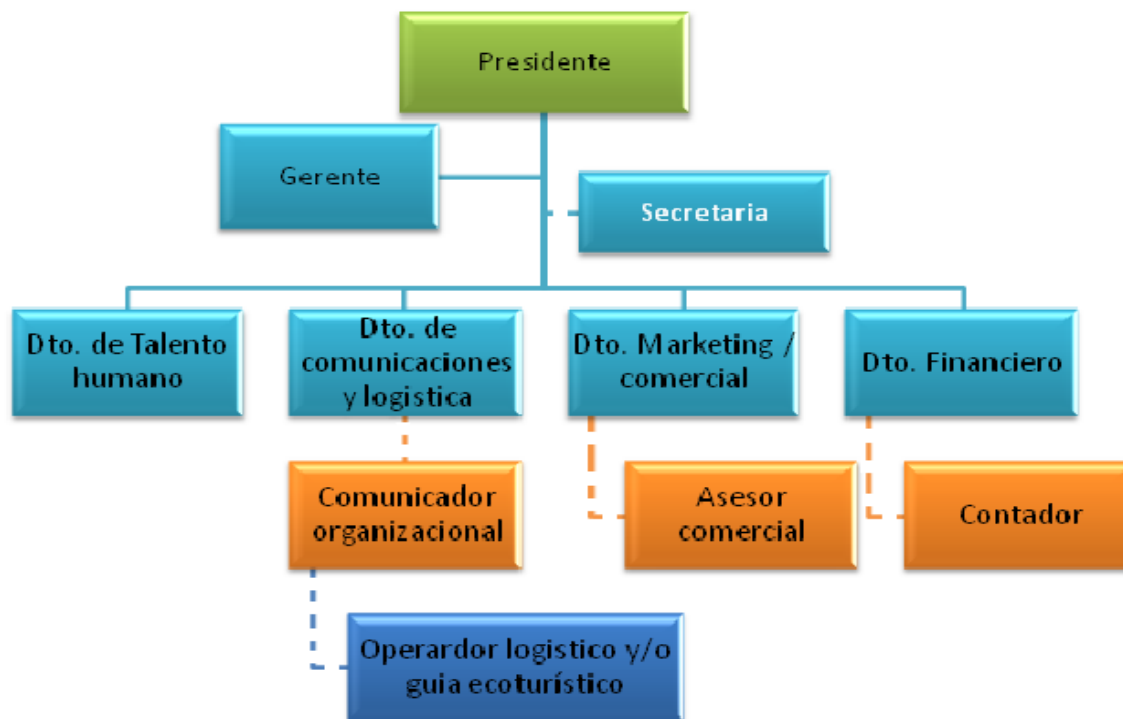
Sector: sector terciario- Sector de servicios.

Tamaño: Microempresa nacional privada, con ánimo de lucro.

4.1.1 Organigrama

Por ser estas una organización manejada por la red, no es necesario contar con personal extra, por lo que se contará con dos personas que manipularan la compra y venta de los paquetes turísticos iniciando el proyecto.

²¹ Tipo de empresa. Creemos empresa. Centro de atención empresarial. Colombia, 2011. Consultado de la worldwide web <http://www.crearempresa.com.co/Consultas/TiposEmpresa.aspx#Arriba>



4.2 PERSONAL A CONTRATAR.

Se contratará personal exterior, con un contrato de prestación de servicios, para la creación, diseño y adecuación del sitio web, además de una persona asesora en temas de comercio turístico para establecer estrategias de venta de los paquetes.

4.3 DESCRIPCIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES:

- Participar, articular e integrar cada uno de los paquetes a ofrecer.
- lograr una amplia participación por parte de los usuarios
- Elaborar planes de trabajo para atacar los problemas que la organización puede resolver con sus propios recursos y evaluar sus resultados.
- Promover la elaboración de proyectos en relación con los principales problemas que se puedan presentar en el diseño de la web, tarifas de viaje, atención al cliente, para potencializar la organización

- Ejercer un control social en todas y cada una de las actividades que se desarrollan en la organización
- Generar participación activa
- ejercer acciones de control, vigilancia y evaluación para lograr el cumplimiento de los objetivos
- fomentar, la responsabilidad y conciencia ciudadana en la construcción del medio ambiente
- Promover el buen acceso a los paquetes a ofrecer
- incluir estimulaciones a los usuarios y clientes
- manejar y controlar quejas, reclamos y sugerencias
- Actualizar las bases de datos
- Vincular más usuarios y clientes por tiempos determinados
- Cumplir con pagos puntuales a empresas aliadas o stakeholders

4.4 PROCESO DE INGRESO Y SALIDA DE PERSONAS.

~ Proceso de ingreso.

Contacto de personal: se establecerán alianzas con universidades e instituciones educativas, quienes nos suministrarán personal capacitado a la organización, por otro lado se realizarán convocatorias por medios alternativos pero confiables.

Primera fase: (1dia)

Selección > se realiza una selección por hojas de vida, donde se analizará el nivel de estudio, la experiencia laboral desempeño en cargos similares.

Prueba de conocimiento > se cita a las personas que se han seleccionado por hojas de vida, a estas personas se les realiza una prueba individual de conocimientos frente al cargo en el que se desempeñaran.

Prueba psicológica> Los candidatos se encontraran frente a distintas situaciones posibles que pueden ocurrir dentro de la compañía, donde se evaluara su capacidad de solución y de toma de decisiones en situaciones complicadas.

Entrevista > Aquí se confirmarán los datos proporcionados en la hoja de vida,

además de lograr un acercamiento con el candidato.

Las personas que logren buenos resultados pasarán a la segunda fase.

Segunda fase: (2 días)

Prueba grupal > Se pondrá al candidato en circunstancias donde tendrá que utilizar la ayuda de los otros candidatos, aquí se analizará la capacidad del candidato a relacionarse con sus compañeros y a trabajar en equipo. Además del nivel de liderazgo que tenga.

Entrevista Grupal > se hará un cuestionario de competencia, ambiciones, fortalezas, debilidades, metas, objetivos profesionales y laborales, donde se analizarán las respuestas proporcionadas de un candidato frente a otro.

Selección final > se recolectan los puntajes obtenidos por todo el proceso y se eligen los dos mejores candidatos.

Entrevista con el gerente > El gerente tomara la decisión de cuál es el mejor candidato para ocupar el cargo.

~ Proceso de salida.

Los colaboradores que cometan una de las siguientes infracciones serán despedidos automáticamente de la compañía.

1. Apropiación de algún elemento de la organización sin autorización.
2. Si se utiliza el nombre de la organización en cosas personales e ilegales.
3. Si la persona llega en estado de alicoramiento o bajo el efecto de alguna sustancia alucinógena.
4. Si el colaborador reincide en alguna falta.

4.5 TIPOS DE CONTRATOS Y DURACIÓN.

Contrato a Término Fijo

Este tipo de contrato en nuestra compañía se realizará con una duración entre un día y máximo tres años y será renovado hasta por tres veces. El empleado gozará

de todas las prestaciones sociales establecidas por la ley (cesantías, vacaciones y primas) y para su finalización es necesario un preaviso de 30 días. La vinculación será directamente con la empresa.

Contrato a término indefinido.

El empleado gozará de todas las prestaciones sociales establecidas por la ley y tiene beneficios adicionales que tenga la empresa; como créditos y préstamos entre otros.

Contrato civil por prestación de servicios

Este tipo de contrato se celebrará de manera bilateral entre la empresa y una persona (natural o jurídica) experta en alguna labor específica. La remuneración se establece entre las partes y no se obliga a la organización a pagar prestaciones sociales. La duración es se acordará con el contratista del trabajo a realizar pero el contrato no puede excederse a más de un año. Y se le descontará al contratista únicamente por concepto de retención en la fuente.

Contrato de aprendizaje

Por medio de este contrato se vinculará a personas con en calidad de practicantes, donde se potencializará su aprendizaje, la remuneración para este contrato será de 600 mil pesos, el estudiante no tiene prestaciones sociales. Y su duración es de seis meses prorrogativos.

4.6 ASPECTO LEGAL–TIPO DE EMPRESA

Ver 4.1, tabla de contenido 4.1

4.7 MINUTA DE CONTITUCIÓN.

MINUTA SAS ECONNETION COLOMBIA

ARTICULO PRIMERO CONSTITUYENTE

En la ciudad de BOGOTA, Departamento de BOGOTA DC, República de Colombia, el 04 de Febrero del año 2011; ALEXANDRA MARÍA RINCÓN LARA, mayor de edad, vecino de esta ciudad, identificado con cedula de ciudadanía numero 1.065.562.443 expedida en Valledupar de estado civil casada,

domiciliados en la ciudad de BOGOTA en la dirección Calle 140 n 9-49 barrio Cedritos y YURI LORENA PIÑEROS BARRETO mayor de edad, vecino de esta ciudad, identificado con cedula de ciudadanía numero 1.014.203.625 expedida en BOGOTA, de estado civil soltero, domiciliados en la ciudad de BOGOTA en la dirección Carrera 111c N 70 D- 02 barrio Villa Constanza quien para todos los efectos se dé nominara el constituyente, mediante el presente escrito manifestamos la voluntad de constituir una Sociedad por Acciones Simplificada, que se regulara conforme lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos:

ARTICULO SEGUNDO TIPO O ESPECIE DE SOCIEDAD

La sociedad que se constituye por medio de este documento es por acciones, del tipo Sociedad por Acciones Simplificada, esta se regirá por las disposiciones contenidas en los presentes estatutos, por las normas que de manera especial regulan esta especie de compañía en el Código de Comercio y por las especiales como las generales sean compatibles con su calidad de una Sociedad por Acciones Simplificada.

ARTICULO TERCERO DOMICILIO SOCIAL

La compañía tendrá como domicilio principal la ciudad de BOGOTÁ, pero podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional, por lo cual se procederá como aparece previsto en las normas legales.

ARTICULO CUARTO NOMBRE DE LA SOCIEDAD

La sociedad actuará bajo la denominación social (NOMBRE DE LA EMPRESA).

ARTICULO QUINTO TERMINO DE DURACION

La sociedad tendrá un término de duración indefinido, pero podrá disolverse anticipadamente cuando su único socio/socios así lo decidan.

ARTICULO SEXTO OBJETO SOCIAL

la sociedad tendrá por objeto, el desarrollo de las siguientes actividades: (ADJUNTAR LO QUE SE VA A HACER DESDE LA EMPRESA)

ARTICULO SEPTIMO. CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO,

el capital autorizado de la sociedad es de 10.000.000 (diez millones de pesos) con una acción inicial de igual valor nominal, a razón de 100.000 cada una. El capital se encuentra suscrito y pagado en dinero en su totalidad, la clase de acciones aquí suscritas son de clase ordinarias. Parágrafo.-el capital suscrito podrá aumentarse por cualquiera de los medios que admite la ley, igualmente, podrá disminuirse con sujeción a los requisitos que la ley señala, en virtud de la correspondiente reforma estatutaria, aprobada por el único socio o socios e

inscrita en el registro mercantil:

SOCIO CUOTAS CAPITAL PORCENTAJE

ALEXANDRA MARÍA RINCÓN LARA	50%	\$5.000.000	100%	TOTAL	50%
\$5.000.000	100%	YURI LORENA PIÑEROS BARRETO	50%	\$5.000.000	100%
TOTAL	50%	\$5.000.000	100%		
TOTAL 100% : 10´000´000					

ARTICULO OCTAVO CARACTERISTICAS DE LAS ACCIONES las acciones de la sociedad en que se halla dividido su capital son de clase:

OTORGANTE TIPO DE ACCION CANTIDAD

ALEXANRA MARÍA RINCÓN LARA

ACCION ORDINARIA 50%

YURI LORENA PIÑEROS BARRETO

ACCION ORDINARIA 50%

ARTICULO NOVENO. TITULOS DE LAS ACCIONES

AL accionista único se le expedirá un solo título representativo de sus acciones, a menos que prefiera tener varios por diferentes cantidades parciales del total que le pertenezca. El contenido y las características de los títulos se sujetaran a lo preceptuado a las normas legales correspondientes. Mientras el valor de las acciones no hubiera sido pagado totalmente, la sociedad solo podrá expedir certificados provisionales. Para hacer una nueva inscripción y expedir el título adquirente, será menester la previa cancelación de los títulos del tradente.

ARTICULO DECIMO.LIBRO DEREGLISTRO DE ACCONES

La sociedad llevara un libro de registro de acciones, previamente registrado en la cámara de comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad, en el cual se anotara el nombre del único accionista, la cantidad de acciones de su propiedad, el titulo o títulos con sus respectivos números y fechas de inscripción, la enajenaciones y traspasos, las prendas usufructos, embargos y demandas judiciales, así como cualquier otro acto sujeto a inscripción según aparezca ordenado en la ley.

ARTICULO DECIMO PRIMERO.EMISION DE ACCIONES

Corresponde al accionista único decidir sobre la emisión de acciones de que

disponga la sociedad y que se encuentren la reserva.

ARTICULO DECIMO SEGUNDO. REGLAMENTO DE EMISION DE ACCIONES

Corresponde al CONSTITUYENTE expedir el reglamento aplicable a la suscripción de las acciones reservadas, ordinarias y de capital emitida por la sociedad.

ARTICULO DECIMO TERCERO. GERENCIA

La representación legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales estarán a cargo del gerente, puesto que será ocupado por YURI LORENA PIÑEROS BARRETO, identificado con cedula de ciudadanía número 1.014.203.625 de Bogotá.

ARTICULO DECIMO CUARTO. FACULTADES DEL GERENTE

El gerente está facultado para ejecutar, a nombre de la sociedad, todos los actos y contratos relacionados directamente con el objeto de la sociedad, sin límite de cuantía. Serán funciones específicas del cargo las siguientes: judicial o extrajudicialmente a la sociedad. b) cuidar la recaudación e inversión de los fondos sociales. c) organizar adecuadamente los sistemas requeridos para la contabilización, pagos y demás operaciones de la sociedad. d) velar por el cumplimiento oportuno de todas las obligaciones de la sociedad en materia impositiva. e) certificar conjuntamente con el contador de la compañía los estados financieros en el caso de ser dicha certificación exigida por las normas legales. f) designar las personas que van a prestar servicios a la sociedad y para el efecto celebrar los contratos que de acuerdo a las circunstancias sean convenientes; además, fijar las remuneraciones correspondientes, dentro de los límites establecidos en el presupuesto anual de ingresos y egresos. G) celebrar los actos y contratos comprendidos en el objeto social de la compañía y necesarios para que esta desarrolle plenamente los fines para los cuales ha sido constituida. h) cumplir las demás funciones que le corresponda según lo previsto en las normas legales y en estos estatutos. Parágrafo.- el gerente queda facultado para celebrar actos y contratos, en desarrollo del objeto de la sociedad, con entidades públicas, privadas, y mixta.

ARTICULO DECIMO QUINTO. RESERVAS

La sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al (50 %) del capital suscrito y se formará con el (10%) de las utilidades, líquidas de cada ejercicio el único socio o socios podrá decidir, además, la constitución de reservas voluntarias, siempre que las mismas sean necesarias y convenientes para la compañía, tengan una destinación específica y cumplan las demás exigencias

legales.

ARTICULO DECIMO SEXTO. UTILIDADES

No habrá lugar a la distribución de utilidades sino con base en, los estados financieros de fin de ejercicio, aprobados por el socio único o socios, aprobación que se presume por el hecho de la certificación mientras ocupe el cargo de gerente. Tampoco podrán distribuirse utilidades mientras no se hayan enjugado las pérdidas de ejercicios anteriores que afecten el capital, entendiéndose que las pérdidas afectan el capital cuando a consecuencia de la mismas se reduzca el patrimonio neto por debajo del monto del capital suscrito. Las utilidades de cada ejercicio social, establecidas conforme a los estados financieros aprobados con los que esté de acuerdo el socio único o socios, se distribuirán con arreglo a las disposiciones siguientes y a lo que prescriban las normas legales. 1. El diez por ciento (10%) de las utilidades liquidas después de impuestos se llevara a la reserva legal, hasta concurrencia del(50%), por lo menos del capital suscrito una vez se haya alcanzado este límite quedar a decisión del socio único o socios continuar con el incremento de la reserva, pero si disminuyere será obligatorio apropiar el diez por ciento (10%) delas utilidades liquidas hasta cuando dicha reserva llegue al límite fijado. 2. Efectuada la apropiación para la reserva legal se harán las apropiaciones para las demás reservas que, con los requisitos exigidos en la ley, decida el socio único o socios. Estas reservas tendrán destinación específica y clara, serán obligatorias para el ejercicio en el cual se hagan, y el cambio de destinación o distribución, posterior solo podrán autorizarse por el socio único. 3. Si hubiere pérdidas de ejercicios anteriores, no enjugadas que afecten el capital, las utilidades se aplicarán a la cancelación de tales pérdidas antes de cualquier apropiación para reservas legal, voluntarias u ocasionales. 4. las apropiaciones para la creación o incremento de reservas voluntarias u ocasionales, deberán ser aprobadas por el socio único o socios. 5. El remante de las utilidades, después de efectuadas las apropiaciones para reserva legal y o para reservas voluntarias u ocasionales, se destinara el pago del dividendo del único accionista.

ARTICULO DECIMOSEPTIMO. DISOLUCION DE LA SOCIEDAD

La sociedad se disolverá por decisión del socio único o socios o cuando se presente alguna de las causales previstas en la ley y compatibles con la Sociedad por Acciones Simplificada constituida por medio de este documento. La disolución, de acuerdo a causal presentada, podrá evitarse con sometimiento a lo prescrito en la normativa comercial para el efecto.

ARTICULO DECIMO OCTAVO. LIQUIDADOR

El liquidador y su suplente serán designados por el socio único o socios y esta designación, una vez ellos manifiesten la aceptación se llevara a cabo su inscripción en el registro mercantil.

ARTICULO DECIMO NOVENO. PROCESODE LIQUIDACION

Cuando se trate del proceso de liquidación privada o voluntaria se seguirán las normas que aparecen en los artículos 218 y siguientes del código de comercio, habida cuenta de su compatibilidad con la sociedad anónima unipersonal.

ARTICULO VIGECIMO. DECLARACION DEL SOCIOCONSTITUYENTE

El constituyente de la sociedad NOMBRE DE LA EMPRESA SAS , identificado así: ALEXANDRA RINCÓN LARA, identificado con cedula de ciudadanía número 1.065.562.443 de Valledupar y YURI LORENA PIÑEROS BARRETO identificado con cedula de ciudadanía número 1. 014. 203. 625 de Bogotá; declara que la sociedad constituida por medio de este documento privado reúne los requisitos exigidos por la ley.

5. AREA FINANCIERA

Inversión Inicial

LEGALIZACIÓN

Concepto	Descripción	valor	periodicidad
Asesoría Cámara de Comercio de Bogotá	como hacer el proceso de la constitución de la empresa	1,500	Inicio
Minuta - asesoría	realizar debidamente el documento	20,000	Inicio
Notaría - escritura pública		115,000	Inicio
Pago de impuesto de registro sobre la escritura			
Formulario de matrícula mercantil		2,000	Inicio
Registro y certificado en Cámara de Comercio		176,000	Inicio
Libro de registro de comercio		15,000	
DIAN - documentación	asignación del NIT / IVA	10,000	Inicio
Afiliación a la ARP - Aseguradora de riesgos profesionales			Mensual
Fondo de pensiones	13.5 % del salario devengado por cada trabajador		Mensual
Aportes parafiscales	2% para el SENA, 3% para el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, o 4% para la Caja		Mensual
TOTAL		339,500	

PÁGINA WEB

Concepto	Descripción	Valor	periodicidad
Dominio del sitio Hosting	500 megas de espacio en disco.	\$ 200,000	ANUAL
Accesos	- Acceso remoto a otros ordenadores (a través de telnet o	0	
Ingeniero o creador web	Creación del sitio web	\$ 1,500,000	Inicio
Diseñador web	diseño del logo, imagen corporativa y del sitio web	1,500,000	Inicio
TOTAL		\$ 3,200,000	

ADECUACIÓN DE LA OFICINA virtual

Concepto	Descripción	Valor	Periodicidad
Computador de mesa	Procesador rápido de aproximadamente 4 GB de memoria	\$ 2,949,000	Inicio
Computador Portátil	Toshiba, Compaq, Hacer, etc. Con procesador rápido.	\$ 1,500,000	Inicio
Teléfono con fax		80,000	Inicio
Impresora		200,000	Inicio
Resmas de papel - reciclado		12,000	Mensual
Separadores		2,500	Mensual
Folders		8,000	Mensual
Sobres de manila reciclados		7,000	Mensual
Caja de lápizeros		5,000	Mensual
Caja de clips		4,500	Mensual
Caja de legajador		1,500	Mensual
Carpetas tamaño carta y oficio - recicladas		35,000	Mensual
Perforadora		8,000	Mensual
Cocedora		12,000	Mensual
Grapas		3,000	Mensual
Toner negro		69,000	semestral
Toner de color		150,000	semestral
Tablero acrílico		60,000	Inicio
TOTAL		\$ 5,106,500	

Costos

COSTOS	FIJOS	CONCEPTO	VALOR
		Arriendo de virtual	200,000
		Mantenimiento de computadores y sitio web.	100,000
		Presidente	1,000,000
		Gerente	1,000,000
		TOTAL	2,300,000
	VARIABLES	PLANES VIAJE No1 BOGOTA-CARTAGENA (Archipiélago San Bernardo - Punta Faro) 2 NOCHES - 3 DIAS	1,017,000
		PLANES VIAJE No 2 BOGOTA-RIOHACHA (Cabo de la Vela) 2 NOCHES - 3 DIAS	1,016,000
		PLANES VIAJE No 3 BOGOTA- EJE CAFETERO (Quindío) 2 NOCHES - 3 DIAS	1,007,000
		PLANES VIAJE No 4 BOGOTA- LETICIA - AMAZONAS	1,242,500
		PLANES VIAJE No 5 BOGOTA- YOPAL - CASANARE	1,106,000

fuelle : http://consultas-laborales.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=284&Itemid=1

PLANES VIAJE No1 BOGOTA-CARTAGENA (Archipiélago San Bernardo - Punta Faro) 2 NOCHES - 3 DIAS

CANTIDAD DE PERSONAS	CONCEPTO	VALOR	PERIODICIDAD	COSTO TIPO
1	GUIA TURISTICO	10,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	SEGUROS	60,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	CABAÑA	150,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	ACTIVIDADES - buceo...	150,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	ALIMENTACION	150,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	TRANSPORTE HACIA EL SITIO ECOT	125,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	TIQUETES AEREOS IDA Y VUELTA	272,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	LANCHA	100,000	2N Y 3D	VARIABLE
	TOTAL	\$ 1,017,000		

PLANES VIAJE No 2 BOGOTA-RIOHACHA (Cabo de la vela) 2 NOCHES - 3 DIAS

CANTIDAD DE PERSONAS	CONCEPTO	VALOR	PERIODICIDAD	COSTOS TIPO
1	GUIA TURISTICO	10,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	SEGUROS - ASSIST CARD	60,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	CABAÑA	100,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	ACTIVIDADES - INTEGRACION WAYUU...	200,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	ALIMENTACION	150,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	TRANSPORTE HACIA EL SITIO ECOT	150,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	TIQUETES AEREOS	346,000	2N Y 3D	VARIABLE
	TOTAL	1,016,000		

PLANES VIAJE No 3 BOGOTA- EJE CAFETERO (Quindío) 2 NOCHES - 3 DIAS

CANTIDAD DE PERSONAS	CONCEPTO	VALOR	PERIODICIDAD	COSTOS TIPO
1	GUIA TURISTICO	10,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	SEGUROS	60,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	CABAÑA	220,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	ACTIVIDADES - Parque del café - Panacá	180,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	ALIMENTACION	150,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	TRANSPORTE HACIA EL SITIO ECOT	200,000	2N Y 3D	VARIABLE
1	TIQUETES AEREOS	187,000	2N Y 3D	VARIABLE

Proyección de ventas

PLAN No 1

Año	Ventas proyectadas por mes	Valor Unidad	Valor Total	Utilidad	Utilidad mensual	utilidad anual	COSTO TOTAL
1	10	\$ 1,017,000	\$ 10,170,000	\$ 508,500	\$ 5,085,000	\$ 61,020,000	\$ 15,255,000
2	25	\$ 1,047,510	\$ 26,187,750	\$ 523,755	\$ 13,093,875	\$ 157,126,500	\$ 39,281,625
3	40	\$ 1,078,935	\$ 43,157,412	\$ 539,468	\$ 21,578,706	\$ 258,944,472	\$ 64,736,118
4	55	\$ 1,111,303	\$ 61,121,685	\$ 555,652	\$ 30,560,842	\$ 366,730,108	\$ 91,682,527
5	70	\$ 1,144,642	\$ 80,124,972	\$ 572,321	\$ 40,062,486	\$ 480,749,833	\$ 120,187,458

PLAN No 2

Año	Ventas proyectadas por mes	Valor Unidad	Valor Total	Utilidad	Utilidad mensual	utilidad anual	COSTO TOTAL
1	10	\$ 1,016,000	\$ 10,160,000	\$ 508,000	\$ 5,080,000	\$ 60,960,000	\$ 15,240,000
2	25	\$ 1,046,490	\$ 26,162,000	\$ 523,240	\$ 13,081,000	\$ 156,972,000	\$ 39,243,000
3	40	\$ 1,077,874	\$ 43,114,976	\$ 538,937	\$ 21,557,488	\$ 258,689,856	\$ 64,672,464
4	55	\$ 1,110,211	\$ 61,061,685	\$ 555,105	\$ 30,530,792	\$ 366,369,509	\$ 91,592,377
5	70	\$ 1,143,517	\$ 80,046,187	\$ 571,758	\$ 40,023,093	\$ 480,277,119	\$ 120,069,280

PLAN No 3

Año	Ventas proyectadas por mes	Valor Unidad	Valor Total	Utilidad	Utilidad mensual	utilidad anual	COSTO TOTAL
1	10	\$ 1,007,000	\$ 10,070,000	\$ 503,500	\$ 5,035,000	\$ 60,420,000	\$ 15,105,000
2	25	\$ 1,037,210	\$ 25,930,250	\$ 518,605	\$ 12,965,125	\$ 155,581,500	\$ 38,895,375
3	40	\$ 1,068,326	\$ 42,733,052	\$ 534,163	\$ 21,366,526	\$ 256,398,312	\$ 64,099,578
4	55	\$ 1,100,376	\$ 60,520,685	\$ 550,188	\$ 30,260,342	\$ 363,124,109	\$ 90,781,027
5	70	\$ 1,133,387	\$ 79,337,116	\$ 566,694	\$ 39,668,558	\$ 476,022,696	\$ 119,005,674

PLAN No 4

Año	Ventas proyectadas por mes	Valor Unidad	Valor Total	Utilidad	Utilidad mensual	utilidad anual	COSTO TOTAL
1	10	\$ 1,242,500	\$ 12,425,000	\$ 621,250	\$ 6,212,500	\$ 74,550,000	\$ 18,637,500
2	25	\$ 1,279,775	\$ 31,994,375	\$ 639,888	\$ 15,997,188	\$ 191,966,250	\$ 47,991,563
3	40	\$ 1,318,168	\$ 52,726,730	\$ 659,084	\$ 26,363,365	\$ 316,360,380	\$ 79,090,095
4	55	\$ 1,357,713	\$ 74,674,231	\$ 678,857	\$ 37,337,116	\$ 448,045,388	\$ 112,011,347
5	70	\$ 1,398,445	\$ 97,891,129	\$ 699,222	\$ 48,945,545	\$ 587,346,772	\$ 146,836,693

PLAN No 5

Año	Ventas proyectadas por mes	Valor Unidad	Valor Total	Utilidad	Utilidad mensual	utilidad anual	COSTO TOTAL
1	10	\$ 1,106,000	\$ 11,060,000	\$ 553,000	\$ 5,530,000	\$ 66,360,000	\$ 16,580,000
2	25	\$ 1,139,180	\$ 28,479,500	\$ 569,590	\$ 14,239,750	\$ 170,877,000	\$ 42,719,250
3	40	\$ 1,173,355	\$ 46,934,216	\$ 586,678	\$ 23,467,108	\$ 281,605,296	\$ 70,401,324
4	55	\$ 1,208,556	\$ 66,470,583	\$ 604,278	\$ 33,235,292	\$ 398,823,502	\$ 99,705,875
5	70	\$ 1,244,813	\$ 87,136,892	\$ 622,408	\$ 43,568,446	\$ 522,821,352	\$ 130,705,338

Flujo de Caja

	2013	2014	2015	2016	2017
INGRESOS					
PLANES VIAJE No1 BOGOTA-CARTAGENA (Archipiélago San Bernarndo - Punta Faro) 2 NOCHES	\$ 15,255,000	\$ 39,281,625	\$ 64,736,118	\$ 91,682,527	\$ 120,187,458
PLANES VIAJE No 2 BOGOTA-RIOHACHA (Cabo de la vela) 2 NOCHES - 3 DIAS	\$ 15,240,000	\$ 39,243,000	\$ 64,672,464	\$ 91,592,377	\$ 120,069,280
PLANES VIAJE No 3 BOGOTA- EJE CAFETERO (Armenia) 2 NOCHES - 3 DIAS	\$ 15,105,000	\$ 38,895,375	\$ 64,099,578	\$ 90,781,027	\$ 119,005,674
PLANES VIAJE No 4 BOGOTA- LETICIA - AMAZONAS 2 NOCHES - 3 DIAS	\$ 18,637,500	\$ 47,991,563	\$ 79,090,095	\$ 112,011,347	\$ 146,836,693
PLANES VIAJE No 5 BOGOTA- YOPAL - CASANARE 2 NOCHES - 3 DIAS	\$ 16,590,000	\$ 42,719,250	\$ 70,401,324	\$ 99,705,875	\$ 130,705,338
TOTAL DE INGRESOS	\$ 80,827,500	\$ 208,130,813	\$ 342,999,579	\$ 485,773,154	\$ 636,804,443
EGRESOS					
Egresos de operacion					
PLANES VIAJE No1 BOGOTA-CARTAGENA (Archipiélago San Bernarndo - Punta Faro) 2 NOCHES	\$10,170,000	\$26,187,750	\$43,157,412	\$61,121,685	\$80,124,972
PLANES VIAJE No 2 BOGOTA-RIOHACHA (Cabo de la vela) 2 NOCHES - 3 DIAS	\$10,160,000	\$26,162,000	\$43,114,976	\$61,061,585	\$80,046,187
PLANES VIAJE No 3 BOGOTA- EJE CAFETERO (Armenia) 2 NOCHES - 3 DIAS	\$10,070,000	\$25,930,250	\$42,733,052	\$60,520,685	\$79,337,116
PLANES VIAJE No 4 BOGOTA- LETICIA - AMAZONAS 2 NOCHES - 3 DIAS	\$12,425,000	\$31,994,375	\$52,726,730	\$74,674,231	\$97,891,129
PLANES VIAJE No 5 BOGOTA- YOPAL - CASANARE 2 NOCHES - 3 DIAS	\$11,060,000	\$28,479,500	\$46,934,216	\$66,470,583	\$87,136,892
TOTAL EGRESOS DE OPERACION	\$53,885,000	\$138,753,875	\$228,666,386	\$323,848,769	\$424,536,296
Otros Egresos					
Pagos de nómina	\$ 2,000,000	\$ 2,068,600	\$ 2,139,760	\$ 2,215,293	\$ 2,291,943
Mantenimiento de computadores y sitio web.	\$ 100,000	\$ 103,430	\$ 106,988	\$ 110,765	\$ 114,597
contador	\$ 400,000	\$ 413,720	\$ 427,952	\$ 443,059	\$ 458,389
TOTAL OTROS EGRESOS	\$ 2,500,000	\$ 2,585,750	\$ 2,674,700	\$ 2,769,117	\$ 2,864,928
TOTAL DE EGRESOS	\$56,385,000	\$141,339,625	\$231,341,086	\$326,617,886	\$427,401,224
FLUJO DE CAJA	\$ 24,442,500	\$ 66,791,188	\$ 111,658,493	\$ 159,155,268	\$ 209,403,220

Balance General

AÑO PRIMERO

2013

ACTIVOS	
Activos Corrientes:	\$ 24,442,500.00
Cuentas Por Cobrar	\$ 0.00
Otros Activos corrientes	
Total Activos Corrientes:	\$ 24,442,500.00
Activos Fijos:	
Muebles y Equipos	\$ 4,729,000
TERRENOS	\$ 0.00
Depreciación Acumulada	0
Total Activos fijos:	\$ 4,729,000
TOTAL ACTIVOS	\$ 29,171,500.00
PASIVOS	
Pasivos Corrientes:	
Obligaciones Privadas	\$ 5,694,775
Proveedores	\$ 0.00
Pasivo Fiscal	
Otros Pasivos Corrientes	\$ 0.00
Total Pasivos Corrientes:	\$ 5,694,775.00
TOTAL PASIVOS	\$ 5,694,775.00
PATRIMONIO	

BIBLIOGRAFÍA E INTERNETGRAFÍA.

Alcaldía de Bogotá. 2011. consultado de la worl wide web: www.alcaldiabogota.gov.co

Colombia es Pasión, Consultado de la world wide web: www.colombiaespasion.com,
Fecha de consulta: 16 de Octubre del 2011.

Colombia Travel. consultado de la worlwide web: www.colombia.travel.es/turista. Fecha de consulta: 20 Octubre de 2011.

Colombia Travel. Consultado de la world wide web:
<http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/actividad/naturaleza>. Fecha de consulta: 04 de Octubre de 2011

CONSULTORIA, consultado el día 04/03/11 disponible en
<http://luisfernandomartin.com>

ECOTURISMO. Consultado de la worldwide web:
<http://ecoturismounab.galeon.com/cvitae512416.html> Fecha de consulta: 16 de Octubre de 2011.

Informe del sistema Nacional de Cultura – Colombia. Consultado de la world wide web el día 18 de Octubre de 2011:
<http://www.oei.es/cultura2/colombia/03.htm>.

León de Sarmiento, Martha Edda. Turismo sostenible y biodiversidad en la Orinoquia colombiana. 2007. Colombia.

Medio Ambiente en Colombia. Régimen ambiental de Colombia. Periodismo.com 2011.

Ministerio de comercio, Industria y Turismo de Colombia. Informe del salidas y llegadas del DAS. 2011. Min turismo.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. 2011.

Oriol Núria, periodista. ENTREVISTA, Fundadora de la empresa de consultoría en comunicación Open Mind. Consultado 08/04/12. Disponible en http://www.laboris.net/static/em_opinion_nuria-oriol.aspx

Parque Naturales de Colombia. 2011. Consultado de la world wide web: <http://pwp.etb.net.co/fdrojas/parques/parques.html>.

Portal turístico de Boyacá. Consultado de la worldwide web:
<http://www.boyacarural.com>.

Portafolio. Beneficios del TLC entre Colombia y Estados Unidos. Octubre 2011.

Proexport Colombia. Promoción de turismo, inversión y exportaciones. 2011.

Rodriguez Becerra, Manuel. La biodiversidad en Colombia. Consultado de la world wide web: <http://www.manuelrodriguezbecerra.org/bajar/biodiversidad.pdf>

Tipo de Empresa. Creemos empresa. Centro de atención empresarial. Colombia, 2011. Consultado de la worldwide web
<http://www.crearempresa.com.co/Consultas/TiposEmpresa.aspx#Arriba>

Unidad Administrativa especial del sistema de parques naturales. Consultado de la worldwide web el día 22 de febrero 2012,
<http://www.parquesnacionales.gov.co>

ANEXO

