

Reising Ruta

Explora y disfruta de los tesoros turísticos del departamento del Meta

Angy Valentina Hernández Velásquez

Juan Sebastián Rojas Melo



Universidad Santo Tomás
División de Arquitectura e Ingenierías
Facultad de Ingenierías y Arquitectura
Creación De Empresa / Opción de grado 2
Villavicencio - Meta
22 de noviembre del 2024

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO

 **santotovillavo**

**ACREDITACIÓN
INSTITUCIONAL**
— MULTICAMPUS —
DE ALTA CALIDAD POR 8 AÑOS
Resolución 014253 del 18 de julio de 2013



VILLAVICENCIO
Campus Aguas Claras - Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

Reising Ruta

Explora y disfruta de los tesoros turísticos del departamento del Meta

Autores:

Angy Valentina Hernández Velásquez

Juan Sebastián Rojas Melo

Director:

Ing. Jhon Alexander González Garzón

Universidad Santo Tomás
División de Arquitectura e Ingenierías
Facultad de Ingenierías y Arquitectura
Creación De Empresa / Opción de grado 2
Villavicencio - Meta
2024

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO



santotovillavo



VILLAVICENCIO
Campus Aguas Claras - Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

Agradecimientos

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas y entidades que han hecho posible la realización de este proyecto.

En primer lugar, agradecemos a Dios por guiarnos y darnos la fortaleza y la inspiración necesarias para llevar a cabo este proyecto. Su presencia ha sido un apoyo constante en nuestro camino.

A nuestros profesores, quienes con su dedicación y pasión por la enseñanza nos han brindado valiosos conocimientos y herramientas. Gracias por motivarnos y por compartir su experiencia con nosotros.

A la universidad Santo Tomas, por ofrecer un ambiente de aprendizaje enriquecedor y por fomentar nuestra creatividad e iniciativa. Su apoyo institucional ha sido fundamental para el desarrollo de este proyecto.

Queremos también agradecer especialmente al director del curso, Jhon Alexander González Garzón, por su orientación y apoyo durante todo el proceso. Su visión y consejos han sido claves para guiarnos en la dirección correcta y hacer de "Reising Ruta" una realidad.

Resumen

Reising Ruta se enfoca la operación y comercialización de destinos de eco-aventura para proporcionar experiencias turísticas personalizadas en la región del Meta. Nuestra propuesta se distingue por su énfasis en la autenticidad y la inmersión cultural, priorizando la conexión directa de los viajeros con las comunidades locales y ofreciendo experiencias únicas y memorables. Nos diferenciamos al seleccionar cuidadosamente actividades, proveedores y guías locales, asegurando la calidad y autenticidad de cada experiencia. Nuestro público objetivo son viajeros aventureros y culturalmente conscientes que buscan escapar de los circuitos turísticos tradicionales y desean explorar la verdadera esencia del destino que visitan.

Logramos identificar una demanda creciente de viajes personalizados y auténticos, lo que se alinea perfectamente con nuestra propuesta de valor. La región del Meta ofrece una riqueza cultural y natural inigualable, proporcionando un escenario ideal para el desarrollo de nuestro negocio. Desde el punto de vista técnico, contamos con un equipo capacitado y de experiencia necesaria para desarrollar operaciones y comercializaciones de grandes destinos del departamento del Meta. Empresa de turismo, Colombia.

Reising Ruta focuses on the operation and commercialization of eco-adventure destinations to provide personalized tourist experiences in the Meta region. Our proposal stands out for its emphasis on authenticity and cultural immersion, prioritizing direct traveler connections with local communities and offering unique and memorable experiences. We differentiate ourselves by carefully selecting activities, suppliers, and local guides, ensuring the quality and authenticity of each experience. Our target audience is adventurous and culturally conscious travelers seeking to escape traditional tourist circuits and explore the true essence of the destination they visit.

We have identified a growing demand for personalized and authentic travel experiences, which aligns perfectly with our value proposition. The Meta region offers unparalleled cultural and natural richness, providing an ideal setting for the development of our business. From a technical standpoint, we have a trained team with the necessary experience to develop operations and commercialize major destinations in the Meta department. Tourism Company, Colombia.

Nombre de la empresa y actividad económica.

Nombre: Reising Ruta

Clasificación de Actividades Económicas CIIU:

- 7911 Actividades de las agencias de viaje
- 7912 Actividades de operadores turísticos
- 7990 Otros servicios de reserva y actividades relacionadas

Introducción.

El turismo es una industria vibrante y en constante evolución que despierta pasiones, crea recuerdos inolvidables y conecta a las personas con destinos fascinantes en todo el mundo. En los últimos años Colombia ha experimentado un notable incremento en las cifras de turismo. Este aumento se debe a varios factores, incluyendo la mejora en la seguridad en muchas regiones del país, la promoción turística tanto a nivel nacional como internacional, la diversidad de destinos turísticos que ofrece, que van desde playas hermosas hasta paisajes montañosos y selvas exuberantes, además, la creciente popularidad de la cultura colombiana en el extranjero. Este aumento en el turismo ha sido beneficioso para la economía del país y para el desarrollo de muchas comunidades locales.

“Al cierre de 2023, Colombia experimentó un ingreso récord de más de USD 9.000 millones por concepto de transporte aéreo de pasajeros y viajes, representando un incremento del 22,4 % respecto al año anterior, de acuerdo con el Banco de la República.”(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2024)

En el corazón de Colombia, ante esta emocionante industria se encuentra el departamento de Meta, ubicado en el llano oriental, que ha experimentado un crecimiento significativo en el turismo en los últimos años. Esto se debe en parte a la promoción de sus atractivos naturales y culturales únicos. Algunos de los principales destinos turísticos en el Meta

incluyen el Parque Nacional Natural Sierra de La Macarena, famoso por el río de los cinco colores conocido como "Caño Cristales" y por el cañón conocido como el Tailandia Colombiano, "El Cañón Del Río Guejar". Además de sus maravillas naturales, el Meta también es conocido por su rica cultura llanera, que se refleja en festivales de música, danza y gastronomía típica. La industria turística en el departamento ha contribuido al desarrollo económico y social de la región, generando empleo y oportunidades para las comunidades locales.

“Entre los logros más representativos del sector está la promoción del Meta como la ruta natural de Colombia, su gastronomía, su cultura y escenarios turísticos; viéndose reflejado en el incremento del 20% de turistas con 6.715.239 visitantes, de los cuales 5.600 fueron extranjeros, generando 25.000 empleos directos e indirectos.” (*Director del Instituto de Turismo del Meta, 2023*)

Sin embargo, es importante seguir promoviendo el turismo de manera sostenible para preservar la belleza natural y cultural del Meta a largo plazo. Ante estos incrementos que está teniendo la industria turística en Colombia y claramente en el departamento del Meta, vemos una oportunidad de crear una agencia de turismo exclusivamente de destinos del departamento del Meta, nombrada, Reising Ruta. Será una agencia turística, dedicada a la operación y comercialización de planes de Eco-Aventura exclusivamente del departamento del Meta, contándose así con rutas sendericas de diferentes tipos de niveles que conllevan a distintos escenarios naturales, con recorridos fluviales o de cabalgatas, y también el desarrollo de aventura en actividades extremas como lo son:

- **Rafting:** es una actividad de aventura que consiste en descender por el cauce de los ríos de en un bote inflable llamado balsa o raft. Durante la experiencia de rafting, un grupo de personas rema juntas bajo la dirección de un guía experimentado, enfrentándose a rápidos, olas y remolinos en el curso del río.

- **Rapel:** es una actividad que consiste en el descenso vertical por una pared o pendiente empinada utilizando un sistema de cuerdas y arneses, controlando la velocidad de descenso con la ayuda de un dispositivo de frenado.
- **Torrentismo:** es una actividad de aventura que consiste en descender por torrentes de agua como lo son caídas de cascadas, utilizando un sistema de cuerdas y arneses, controlando la velocidad de descenso con la ayuda de un dispositivo de frenado.
- **Canyoning:** es una actividad de aventura que consiste en el desarrollo torrentismo o rapel, descendiendo por cañones naturales siguiendo el curso del agua, donde los turistas, caminan, nadan, trepan, saltan y se deslizan por el cauce del cañón, superando diferentes obstáculos como cascadas, pozas de agua, toboganes naturales y rápeles.
- **Tubing:** es una actividad que consiste flotar en un río por medio de una dona inflable o neumático inflable, también conocido como tubing, mientras que el cauce del río lleva al turista de forma divertida de disfrutar del agua y de la naturaleza sin la necesidad de habilidades especiales.
- **Parapente:** es una actividad que consiste en el vuelo dirigido por guía o piloto parapentista, que permite deslizarse por el aire, disfrutando de altas vistas y utilizando un planeador ligero llamado parapente, esta actividad se realiza en zonas montañosas con suficiente altura para despegar y aterrizar en planicie de manera segura.
- **Espeleología:** es una actividad de aventura que consiste en exploración de cuevas, cavernas y sistemas subterráneos, desarrollándose la exploración a pie, con cuerdas o escaleras, para adentrarse en el interior de la tierra y descubrir los paisajes ocultos que se encuentran bajo la superficie.

Impulsados por el deseo de compartir la belleza del Meta con el mundo, Reising Ruta será una agencia que contará con una operación propia y en alianza con operadoras

locales, en diferentes municipios del departamento, buscando así escenarios naturales en la posibilidad progresiva abarcar los mayores atractivos naturales del departamento, además contara con una distribución y promoción de planes por medio de las redes sociales y un sitio web, en los que se permita a los turistas reservar sus aventuras con tan solo un clic desde la comodidad desde cualquier lugar del mundo. Ya sea que sueñen en realizar senderismos por ejemplo en los senderos del Parque Nacional Natural Sierra de La Macarena o atreverse a vivir nuevas actividades de adrenalina y aventura, nuestra agencia conectara a los viajeros con grandes experiencias. Buscaremos contar con un amplio catálogo de destinos en el que haya planes en pasadías y paquetes, los cuales serán cuidadosamente diseñados para ofrecer algo especial para cada tipo de viajero. Además, nos esforzamos por promover el turismo sostenible, responsable y comunitario, colaborando estrechamente con las comunidades locales para garantizar un impacto positivo en el entorno y en la vida de quienes lo habitan. La experiencia del usuario será nuestra prioridad, por lo que nuestra atención desde el momento de consulta y reserva hasta en las ejecuciones operaciones ya en los destinos elegidos, será empática y prioritaria, además nuestra plataforma web será diseñada para ser intuitiva, interactiva y fácil de usar, donde podrán realizar reservas de manera rápida y segura, teniendo opciones hasta de pagos a créditos mensuales si lo desean, todo desde la comodidad de sus hogares o dispositivos móviles.

Reising Ruta tendrá como objetivo inspirar, conectar y enriquecer la vida de los viajeros, ofreciendo experiencias únicas, servicios de calidad y un compromiso inquebrantable con la excelencia. Estamos emocionados de embarcarnos en este viaje y esperamos poder compartir la belleza y la magia de esta maravillosa región con el mundo entero a través de nuestra Agencia.

Descripción de la oportunidad de negocio identificada

El departamento del Meta cuenta con un turismo reciente que en los últimos años ha venido surgiendo y fortaleciéndose, cada vez salen a la luz nuevos escenarios que por muchas décadas estuvieron ocultos por el conflicto armado, estos lugares hacen ver la gran riqueza natural que tiene el departamento del Meta,

“El conflicto mantuvo este tesoro oculto durante décadas, añejándose, haciéndose más rústico y majestuoso. Alejado de la mano del hombre, logró madurar, con un equilibrio perfecto en sus ecosistemas de agua, aire y tierra” (Fraile, 2023)

Y así como se nombra ante el tesoro oculto de la riqueza natural del Meta, en los últimos años han venido transformándose lugares naturales mágicos para que los turistas puedan disfrutar de las riquezas del Meta, aunque al ver que el turismo en esta región está en surgimiento y proceso de maduración, podemos ir viendo que ya cada vez más entidades y multinacionales, buscan fomentar mayor visibilidad y acarrear la idea de que el turismo es el nuevo petróleo.

“Es un camino largo el que se está transitando, pero se espera que, con una hoja de ruta clara, organización, conciencia, salvaguardas sociales y ambientales, y sobre todo tiempo, el turismo en el Meta sea tan importante como el petróleo hoy en día.” (Prieto, 2023)

Reising Ruta nace de ver que la riqueza natural en el departamento del Meta está en auge de visibilizarse, y que en unos años estará entre las potencias turísticas de Colombia, así mismo lo podemos ver reflejado en las cifras que van en incremento cada año, buscándose el cumplir una gran oportunidad de poder unificar de manera fácil la mayor parte de escenarios y planes que se ofrecen en el departamento en una vitrina.

Opción de Grado II: Creación de Empresa

Es por esto que vemos una oportunidad de que Reising Ruta, también podrá fomentar mayor visibilidad de la región ante los viajeros, aumentar el trabajar de la mano directa e indirectamente con las comunidades locales y fortalecer no solo las rutas turísticas, sino que también dar fortalecimiento a que, si es posible tener un turismo de calidad, pero sostenible con el ambiente, el departamento del Meta tiene mucho por descubrir.

Lienzo CANVAS

Figura 1. Lienzo Canvas del modelo de negocio



Alcance o delimitación.

Tabla 1. Alcance o delimitación

Aspecto	Descripción
Enfoque	Reising Ruta se centra exclusivamente en la operación y comercialización de planes turísticos en el departamento del Meta, Colombia.
Servicios Ofrecidos	El alcance del proyecto se limita a la gestión operativa y promoción de los servicios turísticos específicos del departamento del Meta. Esto incluye actividades de eco-aventura como senderismo, cabalgata, rafting, rapel, torrentismo, canyoning, tubing, parapente y espeleología, así como la comercialización de paquetes turísticos que involucren estos servicios.
Distribución	La comercialización de los planes turísticos se llevará a cabo principalmente por medio de redes sociales y un sitio web interactivo. Además, considerándose que habrá una distribución física por medio de puntos informativos como lo será, por medio de una oficina en un municipio de mayor alcance operativo, puntos de alianzas estratégicas como lo son operadoras locales y hoteles, ferias de comercio o turísticas.
Prototipo	Aunque no existe un prototipo físico de los servicios turísticos, Reising Ruta desarrollará un prototipo virtual en forma de catálogo digital y plataforma web interactiva. Este prototipo permitirá a los clientes explorar los diferentes servicios turísticos disponibles, obtener información detallada, realizar reservas en línea de manera fácil y segura.
Ámbito Geográfico	El alcance del proyecto se realiza directamente en el departamento del Meta, Colombia. Reising Ruta no incluirá destinos turísticos fuera de esta región en su oferta. Esta delimitación geográfica asegura un enfoque claro en los atractivos naturales y culturales únicos que ofrece el Meta.

Aspecto	Descripción
Turismo Sostenible	Reising Ruta se compromete a promover el turismo sostenible, responsable y comunitario en el Meta. La empresa colaborará estrechamente con las comunidades locales para garantizar un impacto positivo en el entorno y en la vida de quienes lo habitan. Este enfoque se reflejará en la selección de proveedores, prácticas operativas y programas de responsabilidad social corporativa.

Tabla 2. Escenarios y sus temporadas

MUNICIPIO	PLAN	TIPO DE ACTIVIDAD	TEMPORADA	EDAD MINIMA
Acacías	CASCADA ANGEL	TORRENTISMO	TODO EL AÑO	12 AÑOS
Cubarral	RIO ARIARI	RAFTING	TODO EL AÑO	8 AÑOS
La Macarena	CAÑO CRISTALES	SENDERISMO	JUNIO A NOVIEMBRE	5 AÑOS
	CAÑO PIEDRA	RECORRIDO	JUNIO A NOVIEMBRE	5 AÑOS
	LAGUNA DEL SILECIO	RECORRIDO	JUNIO A NOVIEMBRE	5 AÑOS
	MIRADOR CRISTALITOS	SENDERISMO	JUNIO A NOVIEMBRE	5 AÑOS
	RAUDAL DEL GUAYABERO	RECORRIDO	JUNIO A NOVIEMBRE	5 AÑOS
La Uribe	CAÑON DEL GUAPE	TUBING	DICIEMBRE HASTA MARZO	11 AÑOS
	7 CASCADAS	CANYONING	JUNIO HASTA NOVIEMBRE	8 AÑOS
	CORTINAS DEL DIAMANTE	SENDERISMO	TODO EL AÑO	5 AÑOS
	CASCADA AGUA DE DIOS	SENDERISMO	TODO EL AÑO	5 AÑOS
	MOYAS DE SANTA RITA	SENDERISMO	JUNIO HASTA NOVIEMBRE	5 AÑOS
Lejanías	MARAVILLAS DEL GUEJAR	RECORRIDO	TODO EL AÑO	4 AÑOS

Opción de Grado II: Creación de Empresa

MUNICIPIO	PLAN	TIPO DE ACTIVIDAD	TEMPORADA	EDAD MINIMA
Mesetas	CAÑON DEL GUEJAR	RAFTING	TODO EL AÑO	JUNIO A NOVIEMBRE 8 AÑOS DICIEMBRE HASTA MARZO 5 AÑOS
	CAÑON DEL CAFRE	TUBING	DICIEMBRE HASTA MARZO	5 AÑOS
	VALLE DE CASCADAS	CANYONING	TODO EL AÑO	12 AÑOS
	CASCADA PELTON	TORRENTISMO	TODO EL AÑO	12 AÑOS
	PARAISO DE CASCADAS	SENDERISMO	TODO EL AÑO	4 AÑOS
	TELARES DE CRISTAL	SENDERISMO	TODO EL AÑO	4 AÑOS
	MANANTIALES	RECORRIDO	MAYO HASTA DICIEMBRE	8 AÑOS
	CASCADA ARENALES	SENDERISMO	TODO EL AÑO	5 AÑOS
	CHARCO AZUL	SENDERISMO	TODO EL AÑO	5 AÑOS
	VALLE DEL GUEJAR	CABALGATA	TODO EL AÑO	5 AÑOS
	CASCADA LA ENCATADA	SENDERISMO	DICIEMBRE HASTA MARZO	5 AÑOS
Puerto Gaitán	BOCAS DEL MANACACIAS	RECORRIDO	TODO EL AÑO	3 AÑOS
	BOCAS DEL MANACACIAS Y SOPLA VIENTOS	RECORRIDO	TODO EL AÑO	3 AÑOS
San Juan de Arama	CASCADA SANTO DOMINGO	SENDERISMO	TODO EL AÑO	12 AÑOS
Villavicencio	CIELOS DE VILLAVO	PARAPENTE	TODO EL AÑO	5 AÑOS
	CASCADA PARAISO	TORRENTISMO	ABRIL HASTA NOVIEMBRE	6 AÑOS
	RIO GUATIGUIA	RAFTING	ABRIL HASTA NOVIEMBRE	5 AÑOS
	RIO GUAYURIBA	RAFTING	DICIEMBRE HASTA MARZO	6 AÑOS
	CASCADAS LAS GOLONDRINAS	SENDERISMO	TODO EL AÑO	5 AÑOS
	CASCADA PALMICHAL	SENDERISMO	TODO EL AÑO	8 AÑOS
Vista Hermosa	CAÑO CANOAS	SENDERISMO	JUNIO A NOVIEMBRE	5 AÑOS

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO

 santotovillavo

ACREDITACIÓN
INSTITUCIONAL
— MULTICAMPUS —
DE ALTA CALIDAD POR 8 AÑOS
Resolución 054325 del 29 de julio de 2022



VILLAVICENCIO
Campus Aguas Claras - Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

MUNICIPIO	PLAN	TIPO DE ACTIVIDAD	TEMPORADA	EDAD MINIMA
	CAÑO 7 MACHOS	SENDERISMO	JUNIO A NOVIEMBRE	5 AÑOS
	CAÑO INDIO	SENDERISMO	JUNIO A NOVIEMBRE	5 AÑOS
	CAÑO YARUMALES	SENDERISMO	JUNIO A NOVIEMBRE	5 AÑOS

Estudio del Mercado

• Descripción del Producto/Servicio

Ofreceremos una amplia variedad de experiencias turísticas en el Departamento del Meta, Colombia. Estas experiencias incluirán rutas naturales y actividades extremas de múltiples destinos en los distintos municipios del departamento, ofreciendo planes en forma de pasadías, paquetes y salidas programadas. Los clientes tendrán la oportunidad de explorar diferentes destinos, conociendo y aventurándose en mágicos ríos, cañones, cascadas y miradores naturales, además, participando en actividades como senderismo, rafting, rapel, entre otras. El servicio se distinguirá por su enfoque exclusivo en destinos del Departamento del Meta y la diversidad de opciones disponibles para los turistas, teniendo la oportunidad de sumergirse en la riqueza natural y cultural del Departamento del Meta mediante la participación en diversas actividades diseñadas para satisfacer todos los gustos y niveles de aventura.

Los planes turísticos que serán ofrecidos por Reising Ruta están cuidadosamente diseñados para brindar una experiencia integral que incluirán:

- **Pasadías, planes que se realizan en un día:** Alimentación, Pólizas médicas, Traslados internos 4x4 de actividad, Actividad del plan elegido, Implementos y equipos de seguridad, Guianza con guías certificados y/o guías baquianos.
- **Paquetes, planes con duración de dos días en adelante:** Alimentación, Pólizas

médicas, Traslados internos 4x4 de actividad, Alojamiento urbano o campestre, Traslados internos en el municipio, Actividades del plan elegido, Implementos y equipos de seguridad, Guianza con guías certificados y/o guías baquianos. Y vuelos ida y regreso, en caso de ser un plan del municipio de La Macarena.

- **Salidas programadas, salidas realizadas en una fecha que especificamos:** Alimentación, Pólizas médicas, Transporte ida y regreso desde la ciudad elegida, Traslados internos 4x4 de actividad, Alojamiento urbano o campestre, Traslados internos en el municipio, Actividades del plan elegido, Implementos y equipos de seguridad, Guianza con guías certificados y/o guías baquianos.

Además, se ofrecerá la opción de poder agregar otros servicios adicionales, como noches de alojamiento tradicional, transporte terrestre nacional o vuelos nacionales. Todo ello adaptado a las preferencias y necesidades de cada cliente. Los clientes encontrarán opciones que se ajusten a sus intereses y presupuesto.

El departamento del Meta “a lo largo de la historia ha conformado un paraíso turístico reconocido en Colombia en donde la naturaleza y esta práctica se convierten en un atractivo no solo para ciudadanos colombianos, sino también para personas extranjeras” (*Aliados W Radio Colombia, 2023*)

Además, nuestra agencia se destacará por su compromiso de realizar prácticas responsables que garantizaran la preservación de los ecosistemas locales y el respeto por las comunidades que habitan en ellos. Los clientes podrán estar seguros de que al elegir Reising Ruta, no solo disfrutarán de una experiencia inolvidable, sino que también contribuirán al cuidado y protección de los recursos naturales del Departamento del Meta para las generaciones futuras.

- **Análisis del sector industrial**

El sector turístico en el Departamento del Meta ha experimentado un crecimiento fenomenal en los últimos años, impulsado por una combinación de factores que han transformado la región en un destino turístico emergente y atractivo. Este crecimiento se ha visto facilitado por una serie de elementos clave que han mejorado las condiciones generales para el turismo en la región.

El incremento en la seguridad en muchas partes del Departamento del Meta ha sido un factor determinante en el crecimiento del turismo. Así como lo nombro la Gobernadora del Meta, Rafaela Cortes, en un encuentro de gobernadores de Colombia. “hemos entendido que esta nos genera productividad, turismo y muchísimo desarrollo para la región. Sin seguridad no hay nada” (Cortes, 2024)

Las mejoras en la situación de seguridad han permitido a los viajeros explorar áreas que antes eran inaccesibles debido a preocupaciones por la violencia y el conflicto armado. Esto ha abierto nuevas oportunidades para el desarrollo turístico en regiones previamente marginadas, permitiendo que destinos naturales y culturales únicos sean accesibles para un público más amplio.

Además, la promoción turística a nivel nacional e internacional ha desempeñado un papel fundamental en la visibilidad del Departamento del Meta como destino turístico. Campañas de marketing y promoción estratégicas han destacado la diversidad de experiencias que ofrece la región, desde los impresionantes paisajes naturales hasta la rica cultura llanera.

“El Joropo se tomó las calles de Nueva York y fue protagonista en la celebración de 200 años de relaciones con EE.UU. en el Kennedy Center de Washington.” (Noticias RCN, 2022)

Estas exposiciones generan un mayor interés por parte de los viajeros nacionales e internacionales, atrayendo una creciente afluencia de visitantes ávidos por explorar lo que el Departamento del Meta tiene para ofrecer.

La diversificación de los destinos turísticos también ha contribuido al crecimiento del sector en la región. El Departamento del Meta cuenta con una amplia variedad de atractivos naturales, que van desde majestuosas montañas hasta extensas llanuras y exuberantes selvas. Además, la región es conocida por su rica historia y cultura, que se refleja en festivales, tradiciones y gastronomía auténtica. Esta diversidad de experiencias ha posicionado al Departamento del Meta como un destino turístico completo que tiene algo para todos los gustos y preferencias. El auge del turismo sostenible y la creciente conciencia ambiental han influido en la forma en que se desarrolla el sector turístico en el Departamento del Meta. Los viajeros están cada vez más interesados en experiencias que respeten y preserven el entorno natural y cultural, lo que ha llevado a un aumento en la demanda de actividades y servicios turísticos responsables.

- **Definición y análisis del Mercado Objetivo.**

El mercado objetivo de la agencia turística Reising Ruta será abarcar una amplia gama de viajeros que comparten un interés común en explorar y experimentar los destinos naturales y extremos ofrecidos en el Departamento del Meta. Este mercado se compone tanto de viajeros nacionales como internacionales que buscan escapar de las rutas turísticas convencionales y sumergirse en aventuras únicas y memorables.

Los turistas de aventura, representan un segmento importante del mercado objetivo, estos viajeros están motivados por la emoción, la adrenalina, el desafío, buscan actividades y experiencias que les permitan salir de su zona de confort y vivir nuevas aventuras. Estos, se encuentran en diversas ubicaciones, tanto dentro como fuera de Colombia. A nivel nacional,

la agencia atraerá a viajeros de todas las regiones del país que buscan escapar de la rutina y explorar nuevos destinos dentro de Colombia. A nivel internacional, los clientes potenciales se encuentran en países de América del Norte, Europa y otros continentes, atraídos por la belleza natural y la diversidad de paisajes que ofrece Colombia, en este caso esencial el Departamento del Meta. Estos viajeros valoran la autenticidad, la sostenibilidad y prefieren experiencias que les permitan explorar paisajes impresionantes, observar la vida silvestre y sumergirse en la cultura local. Reising Ruta ofrecerá una variedad de opciones para satisfacer su deseo de conexión con la naturaleza y la cultura.

Además, el mercado objetivo de Reising Ruta incluirá a los eco turistas, que buscan experiencias turísticas que minimicen su impacto en el medio ambiente y contribuyan a la conservación de la naturaleza y la biodiversidad. Estos viajeros están preocupados por la conservación del medio ambiente y buscan experiencias que les permitan disfrutar de la naturaleza de manera responsable y sostenible.

Nuestros serán clientes aquellos viajeros que buscan experiencias fuera de lo común y desean explorar destinos poco convencionales y alejados de las rutas turísticas tradicionales. Estos viajeros son curiosos y aventureros, y están interesados en descubrir lugares nuevos y emocionantes que les permitan vivir experiencias auténticas y memorables. Reising Ruta ofrecerá una variedad de opciones de turismo de aventura, exploración en lugares remotos y poco conocidos del Departamento del Meta, diseñadas para satisfacer las necesidades y expectativas de este segmento de mercado exigente y sofisticado

- **Análisis de la competencia**

Los competidores potenciales de Reising Ruta serán otras agencias turísticas que operan en el Departamento del Meta y ofrecen experiencias similares en términos de turismo de aventura y ecoturismo. Algunas de estas agencias pueden tener una presencia establecida en la región y una base de clientes leales. Además, hay agencias turísticas más grandes a nivel

nacional e internacional que podrían ofrecer opciones de turismo en Colombia, aunque no estén centradas exclusivamente en el Departamento del Meta. Estos competidores potenciales podrían incluir:

- **Otras agencias turísticas locales:** Empresas establecidas en el Departamento del Meta que ofrecen una variedad de experiencias turísticas en la región, incluyendo actividades de aventura y ecoturismo.
- **Agencias turísticas nacionales:** Empresas con operaciones a nivel nacional en Colombia que ofrecen paquetes turísticos que pueden incluir destinos en el Departamento del Meta.
- **Plataformas de reserva en línea:** Plataformas en línea que ofrecen opciones de reserva de actividades turísticas en todo el país, incluyendo destinos en el Departamento del Meta. Aunque no son competidores directos en términos de ofrecer experiencias exclusivas en la región, estas plataformas pueden representar una forma alternativa para los clientes de acceder a actividades turísticas.
- **Empresas de turismo internacional:** Agencias turísticas internacionales que ofrecen paquetes turísticos en América Latina y que podrían incluir destinos en Colombia, como el Departamento del Meta, como parte de sus ofertas. Estas empresas pueden atraer a viajeros internacionales que buscan explorar diferentes regiones de América Latina durante su viaje.

Existen alternativas de turismo en otras regiones de Colombia y países vecinos, la exclusividad y autenticidad de las experiencias ofrecidas en el Departamento del Meta pueden actuar como un factor de atracción para los clientes. La innovación en la oferta de actividades turísticas que ofreceremos en una sola agencia y la variedad de planes, también pueden ser considerados como elementos diferenciadores frente a la competencia.

- **Análisis de Canales de distribución**

Canales de Distribución Directos:

- **Redes sociales:** Estableceremos una presencia sólida en las redes sociales más populares como Instagram, Tik Tok y Facebook. Se creará contenido de alta calidad que muestre la belleza del Meta, las experiencias que ofreceremos y la cultura local. Buscaremos generar interacción con los seguidores, responder comentarios y mensajes privados de manera oportuna, además, implementaremos campañas de publicidad segmentadas para llegar cada vez más a nuestro público objetivo.
- **Página web:** Nuestra página web será el centro insignia de Reising Ruta, será crucial diseñarla de forma atractiva, intuitiva y que facilite la navegación a los usuarios. Tendrá información completa sobre los destinos y paquetes turísticos del Meta y además contará con un sistema de reservas online seguro y eficiente, con un blog con contenido atractivo sobre el Meta, incluyendo artículos, fotos y videos. Y con integración con redes sociales para facilitar la interacción y el compartir experiencias, y un chat en vivo para brindar atención al cliente inmediato.
- **Correo electrónico:** Crearemos por medio de la Pagina Web una base de datos de suscriptores interesados en el turismo del Meta, en la que enviaremos boletines informativos periódicos con información sobre nuevos destinos, nuevas ofertas especiales o nuevos eventos programados, además, utilizaremos el correo electrónico para automatizar tareas como la confirmación de reservas y el envío de recordatorios de viajes.
- **Punto físico, oficina:** En nuestra oficina física, nos esforzaremos por ofrecer una experiencia personalizada y cercana a nuestros clientes, creando un ambiente acogedor que invite a los visitantes a explorar las opciones turísticas disponibles.

Canales de Distribución Indirectos:

- **Asociaciones estratégicas:** Colaboraremos con otras empresas locales relacionadas con el turismo, como lo serán, hoteles, restaurantes y operadores de actividades. Ofreceremos paquetes combinados que incluyan alojamiento, comidas, actividades y transporte. Participaremos en ferias y eventos turísticos para promocionar Reising Ruta y crearemos programas de afiliados para recompensar a las empresas que recomienden tus servicios.
- **Plataformas de turismo online:** Registraremos nuestra agencia en plataformas como Expedia, Aviator y Despegar.com, en las que se buscare aumentar la visibilidad de nuestros planes turísticos a un público más amplio. Asegurándonos de que brindaremos un excelente servicio al cliente a través de estas plataformas para obtener buenas calificaciones y reseñas.
- **Marketing de influencers:** Colaboraremos con influencers de viajes en las redes sociales para promocionar nuestros destinos y planes. Seleccionaremos influencers que tengan un público objetivo alineado con el perfil de nuestros clientes ideales y crearemos campañas auténticas y creativas que muestren las experiencias únicas que ofreceremos en el Meta.

En nuestra agencia de turismo, monitorearemos todo el rendimiento de cada canal de distribución para identificar cuáles generan más reservas y ventas. Nos adaptaremos a las tendencias, buscando siempre mantener actualizado ante las últimas tendencias en marketing digital y turismo para adaptar estrategias en consecuencia respectiva a Reising Ruta. Brindaremos atención al cliente excepcional, generando un servicio al cliente impecable en todos los canales de distribución para generar fidelización y confianza.

- **Definición y análisis de estrategias de precio.**

Las estrategias de precio de Reising Ruta se diseñarán cuidadosamente para reflejar el valor percibido de nuestras experiencias turísticas exclusivas en el Departamento del Meta, Colombia, al tiempo que se mantienen competitivas en el mercado. Aquí se detallan las estrategias de precio propuestas:

- **Precios basados en el valor:** Los precios de nuestros planes turísticos se establecerán dado a que ofrecemos experiencias únicas en destinos exclusivos del Departamento del Meta, nuestros precios reflejarán la calidad, la autenticidad y la exclusividad de nuestras actividades turísticas.
- **Precios basados en los costos:** Los precios de nuestros planes turísticos se establecerán por medio de la información clara del costo operacional de cada plan, teniendo en cuenta cada parte que compone el plan, para así sacar una totalidad y ver una rentabilidad de buena oferta turística.
- **Segmentación de precios:** Implementaremos una segmentación de precios para adaptarnos a las diferentes preferencias y presupuestos de nuestros clientes. Ofreceremos opciones de precios para viajeros que buscan experiencias de calidad y exclusividad, así como para aquellos que prefieren opciones más económicas sin comprometer la calidad y la seguridad de la experiencia.
- **Paquetes y descuentos:** Ofreceremos paquetes turísticos que combinen varias actividades y servicios a precios competitivos. Además, proporcionaremos descuentos especiales para clientes recurrentes, grupos grandes y reservas anticipadas, incentivando así la fidelidad del cliente y aumentando la demanda.
- **Transparencia de Precios:** Mantendremos una política de transparencia de precios, asegurando que nuestros clientes comprendan claramente lo que están pagando y qué servicios están incluidos en el precio. Esto generará confianza y lealtad en nuestros clientes al ofrecer una experiencia sin sorpresas

desagradables.

- **Flexibilidad de Precios:** Seremos flexibles en cuanto a la fijación de precios, permitiendo ajustes según la temporada, la demanda y las condiciones del mercado. Esto nos permitirá optimizar nuestros ingresos y maximizar la ocupación de nuestras actividades turísticas en diferentes momentos del año.
- **Definición y análisis de estrategias de promoción.**



Las estrategias de promoción de Reising Ruta se centrarán en aumentar la visibilidad de nuestra agencia, generar interés en nuestras experiencias turísticas y convertir clientes potenciales en clientes leales. Aquí se presentan las estrategias de promoción propuestas:



- **Marketing Digital:** Utilizaremos el marketing digital como una herramienta clave para promocionar nuestras experiencias turísticas en el Departamento del Meta. Esto incluirá la creación y gestión de perfiles en redes sociales, la publicidad en línea a través de plataformas como Google Ads y la implementación de estrategias de SEO para mejorar nuestra visibilidad en los motores de búsqueda.

- **Contenido de Calidad:** Generaremos contenido de calidad y relevante para nuestra audiencia, incluyendo fotos, videos y artículos que muestren la belleza y la emoción de nuestras actividades turísticas. Esto nos ayudará a captar la atención de los clientes potenciales y a diferenciarnos de la competencia.
 - **Alianzas Estratégicas:** Estableceremos alianzas estratégicas con otras empresas y organizaciones relacionadas con el turismo y la aventura en el Departamento del Meta. Esto nos permitirá ampliar nuestro alcance y acceder a nuevas audiencias a través de colaboraciones en marketing y promociones conjuntas.
 - **Promociones Especiales:** Realizaremos promociones especiales y ofertas exclusivas para atraer clientes y aumentar la demanda durante períodos específicos, como temporadas bajas o celebraciones especiales. Estas promociones pueden incluir descuentos, paquetes turísticos con valor agregado y concursos o sorteos.
 - **Participación en Eventos:** Participaremos activamente en eventos locales y nacionales e relacionados con el turismo, la aventura y la sostenibilidad. Esto nos permitirá interactuar directamente con clientes potenciales, establecer conexiones personales y promocionar nuestras experiencias turísticas de manera efectiva.
 - **Testimonios y Reseñas:** Destacaremos los testimonios y reseñas positivas de clientes satisfechos para respaldar la calidad y la satisfacción de nuestras experiencias turísticas. Utilizaremos estas pruebas sociales para generar confianza y credibilidad en nuestra marca y atraer a nuevos clientes.
 - **Campañas de Conciencia Ambiental:** Dado nuestro compromiso con el turismo sostenible y responsable, llevaremos a cabo campañas de conciencia ambiental para educar a nuestros clientes y fomentar prácticas turísticas responsables. Esto nos ayudará a diferenciarnos como una empresa ética y comprometida con la preservación del medio ambiente.
-
- **Definición y análisis de estrategias de comunicación**

Estas estrategias de comunicación físicas y virtuales ayudarán a Reising Ruta a alcanzar a su audiencia objetivo, aumentar el conocimiento de su marca y promover sus servicios de manera efectiva tanto en el ámbito local como en el internacional.

Estrategias de Comunicación Física:

- **Oficina, punto informativo:** Reising Ruta ofrecerá una experiencia personalizada y cercana a nuestros clientes, creando un ambiente acogedor que invite a los visitantes a explorar las opciones turísticas disponibles, además, nuestro equipo estará capacitado para brindar una atención personalizada a cada cliente que visite nuestra oficina.
- **Oficinas de las alianzas:** Reising Ruta podrá establecer oficinas de las operadoras de alianza en el departamento del Meta, las cuales servirán como puntos de información donde los clientes potenciales podrán obtener detalles sobre las experiencias turísticas ofrecidas, realizar reservas y recibir asistencia personalizada.
- **Participación en Eventos y Ferias Turísticas:** La empresa podrá participar en ferias turísticas, eventos de aventura y actividades al aire libre para promocionar sus servicios de manera directa. Esto proporciona una oportunidad para interactuar directamente con clientes potenciales, compartir información detallada sobre las experiencias ofrecidas y establecer relaciones personales con ellos.
- **Material Impreso:** La creación de folletos, volantes y catálogos impresos podrán ser una estrategia efectiva para llegar a audiencias locales y turistas que visitan la región del Meta. Estos materiales pueden distribuirse en hoteles, centros turísticos, puntos de información de alianza y otros lugares de interés.

Estrategias de Comunicación Virtual:

- **Sitio Web Responsivo y Atractivo:** Reising Ruta deberá desarrollar un sitio web atractivo y fácil de usar que muestre claramente las experiencias turísticas que se ofrecerán, los precios, los testimonios de clientes y otra información relevante. El

sitio web debe ser responsivo, adaptándose a diferentes dispositivos y tamaños de pantalla para una experiencia de usuario óptima.

- **Redes Sociales Activas:** El uso de plataformas de redes sociales, podrán ayudar a Reising Ruta a mantenerse en contacto con sus clientes, compartir contenido relevante y atractivo, y generar interacción y participación. Se pueden publicar fotos y videos de las experiencias turísticas, promociones especiales, testimonios de clientes y noticias relacionadas con el turismo en el Departamento del Meta.
- **Marketing por Correo Electrónico:** La creación de una lista de correo electrónico de clientes y suscriptores interesados permitirá a Reising Ruta enviar boletines informativos, ofertas especiales y actualizaciones sobre nuevas experiencias y destinos. El marketing por correo electrónico es una forma efectiva de mantenerse en contacto con los clientes y fomentar la lealtad a la marca.
- **Publicidad en Línea:** La publicidad en línea a través de Google Ads, banners publicitarios y campañas de remarketing podrán aumentar la visibilidad de Reising Ruta y atraer tráfico calificado a su sitio web. Al dirigirse a palabras clave relevantes y audiencias específicas, la empresa puede maximizar el retorno de la inversión en publicidad en línea.

- **Pronóstico de la demanda**

Para el desarrollo del pronóstico de la demanda, se tuvo en cuenta los datos de los turistas operados en los últimos 7 meses por la operadora turística local del Municipio de Mesetas, en el departamento del Meta, Operadora Cristales Travel & Adventure, la cual muy amablemente nos brindó este monitoreo de sus operaciones para que así nos fuera posible el desarrollar un pronóstico con base a unos datos reales.

Tabla 3. Datos reales proporcionados por Operadora Cristales Travel & Adventure

Mes	Turistas Operados
Octubre 2023	301
Noviembre 2023	438
Diciembre 2023	685
Enero 2024	501
Febrero 2024	576
Marzo 2024	554
Abril 2024	298

Por medio de la herramienta de Excel se desarrolló la proyección de cada mes por medio de un pronóstico lineal, teniendo en cuenta cada dato de los 7 meses monitoreados, para que así nos diera el siguiente pronóstico de demanda:

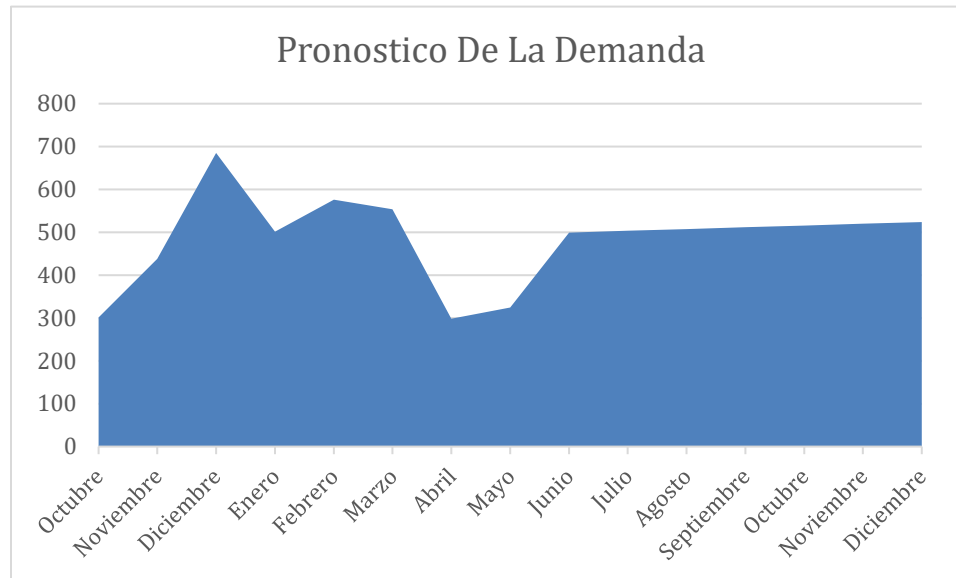
Tabla 4. Pronóstico de la demanda

	2023				2024		
	1	2	3	4	5	6	7
Meses	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Turistas Operados	301	438	685	501	576	554	298

MESES DE PRONOSTICO 2024							
8	9	10	11	12	13	14	15
Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
325	499	503	508	512	516	520	524

Podemos apreciar que en cada mes habrá una alta operación turística, en el que se nos evidencia que, si solo vemos esta proyección por medio de una sola operadora de una zona local, es posible interpretar que las demás operadoras locales de Mesetas también cuentan con una operación constante y que va en aumento, también viendo por ejemplo las cifras de incremento de turistas que ingresan al departamento en los últimos años.

Grafico 1. Pronostico de la demanda desarrollado



Vemos que el pronóstico lanza unos resultados que son constantes y que van en aumento, esto sin tenerse en cuenta que, en temporada altas, como las temporadas vacacionales, se tiene una mayor operación, ya que son temporadas donde hay congestión en operaciones locales por la cantidad de turistas que llegan. Este pronóstico nos ha permitido visualizar que hay una buena proyección en la ejecución de este proyecto, ya que se cuenta con un mercado que va en incremento constante y con unas temporadas que también son favorables para el desarrollo operativo realizar en Reising Ruta.

- **Presupuesto de las estrategias definidas anteriormente (Marketing Mix)**

Tabla 5. Marketing Mix

Elemento del Marketing Mix	Estrategia	Descripción	Presupuesto Estimado
Producto/Servicio	Desarrollo de Experiencias	Investigación, diseño y desarrollo de nuevas experiencias turísticas,	\$400,000 - \$700,000 al año

Opción de Grado II: Creación de Empresa

		incluyendo rutas naturales y actividades extremas.	
	Implementación de Servicios	Inicio de alianzas operativas que se encarguen de operar nuestros planes a disponer en el portafolio.	Variable según actividad y operadora
Precio	Precios Basados en el Valor	Estableceremos precios que reflejen la exclusividad y calidad de nuestras experiencias turísticas en el Departamento del Meta.	Variable según actividad y operadora
	Segmentación de Precios	Adaptaremos nuestros precios para satisfacer diferentes preferencias y presupuestos de los clientes, ofreciendo opciones para todos los segmentos del mercado.	
	Transparencia de Precios	Mantendremos una política de transparencia de precios para generar confianza en nuestros clientes, asegurando que comprendan claramente lo que están pagando y qué servicios están incluidos.	

Opción de Grado II: Creación de Empresa

	Paquetes y Descuentos	Ofreceremos paquetes turísticos a precios competitivos y proporcionaremos descuentos especiales para fomentar la fidelidad del cliente y aumentar la demanda.	Variable según actividad, operadora y temporada
	Flexibilidad de Precios	Seremos flexibles en la fijación de precios, permitiendo ajustes según la temporada, la demanda y las condiciones del mercado para optimizar nuestros ingresos y maximizar la ocupación de nuestras actividades turísticas.	
Distribución (Plaza)	Redes Sociales	Destinaremos recursos para la creación y gestión de perfiles en redes sociales, así como para la publicidad y promoción de nuestros servicios a través de plataformas como Facebook, Instagram y Tik Tok	\$500.000 mensuales
	Página Web	Invertiremos en el desarrollo y mantenimiento de una página web profesional y atractiva que sirva como vitrina digital de nuestros servicios, permitiendo	\$1.850.000 una vez en el año

Opción de Grado II: Creación de Empresa

		a los clientes realizar reservas y obtener información detallada sobre nuestras ofertas turísticas.	
	Tecnología	Implementaremos soluciones tecnológicas, como plataformas de reserva en línea y sistemas de gestión de clientes, para facilitar la distribución de nuestros servicios y mejorar la experiencia del cliente.	
	Punto físico, oficina	El espacio estará diseñado para reflejar la belleza y la autenticidad del Meta, creando un ambiente acogedor que invite a los visitantes a explorar las opciones turísticas disponibles.	\$5.000.000
	Alianzas Estratégicas	Formaremos alianzas con empresas de transporte, hoteles y restaurantes en el Departamento del Meta para garantizar una experiencia integral y facilitar el acceso de nuestros clientes a nuestros servicios turísticos.	\$0

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO

 santotovillavo

ACREDITACIÓN
INSTITUCIONAL
— MULTICAMPUS —
DE ALTA CALIDAD POR 8 AÑOS
Resolución 054325 del 29 de julio de 2022



VILLAVICENCIO
Campus Aguas Claras - Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

Opción de Grado II: Creación de Empresa

	Puntos de alianza	Estableceremos puntos de alianza físicos en ubicaciones de las operadoras, puntos turísticos clave, para aumentar la accesibilidad y visibilidad de nuestros servicios.	
Promoción	Marketing Digital	Implementación de campañas publicitarias en línea a través de Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, y otras plataformas digitales para aumentar la visibilidad y el alcance de nuestra marca y servicios turísticos.	\$500.000 mensuales
	Contenido de Calidad	Creación de contenido visual y escrito de alta calidad, incluyendo fotos, videos, blogs y artículos, para promocionar nuestras experiencias turísticas en el Departamento del Meta en redes sociales, sitio web y otros canales digitales.	\$350.000 Mensuales
	Paquetes y Descuentos	Ofreceremos paquetes turísticos a precios competitivos y proporcionaremos descuentos especiales para fomentar la	Variable según actividad, operadora y temporada

		fidelidad del cliente y aumentar la demanda.	
	Flexibilidad de Precios	Seremos flexibles en la fijación de precios, permitiendo ajustes según la temporada, la demanda y las condiciones del mercado para optimizar nuestros ingresos y maximizar la ocupación de nuestras actividades turísticas.	

Estudio Técnico

- **Análisis de Proveeduría**

Tabla 6. Proveeduría

Producto	Estrategia	COSTO	Proveedor	Ubicados
Diseño de página web	Desarrollo de una página web, optimizada para SEO y dispositivos móviles, incluye diseños gráficos de programación y	\$ 1.850.000,00	Platinoweb	Avenida Caracas # 63-61 Of 108, Bogotá, Cundinamarca

Opción de Grado II: Creación de Empresa

	optimización e contenido.			
Desarrollo de página web	Implementación de funcionalidades para la página.			
Gestión de marketing	Publicidades periódicas en redes sociales.	\$ 500.000,00	SEOnet	Bogotá, Cundinamarca
Pólizas Medicas De Viaje	Las pólizas médicas de viaje, también conocidas como seguro de viaje o asistencia al viajero, son servicios que proporcionan cobertura médica y de asistencia en caso de emergencias durante un viaje.	"Alianza sin valor, y precios de pólizas dependientes del riesgo de actividad, temporada y cantidad de grupo"	Colasistencias	Cra. 22 #87 – 32, Barrios Unidos, Bogotá, Cundinamarca

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO



VILLAVICENCIO
Campus Aguas Claras - Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

Opción de Grado II: Creación de Empresa

Planes turísticos	Alianzas con Operadoras Turísticas locales del departamento del Meta, que estén especializadas en distintas rutas naturales y distintas actividades a desarrollar.	"Alianza sin valor, y precios de comisionales de planes dependientes del plan, de la temporada y de la operadora,	- Cristales Travel And Adventures - Willitours - Travesias Cubarral - Ecoturismo La Macarena - Operadora Turística De Oriente	- Mesetas y La Uribe - Mesetas - Cubarral - La Macarena - Villavicencio Todos son municipios del Meta
--------------------------	--	---	---	--

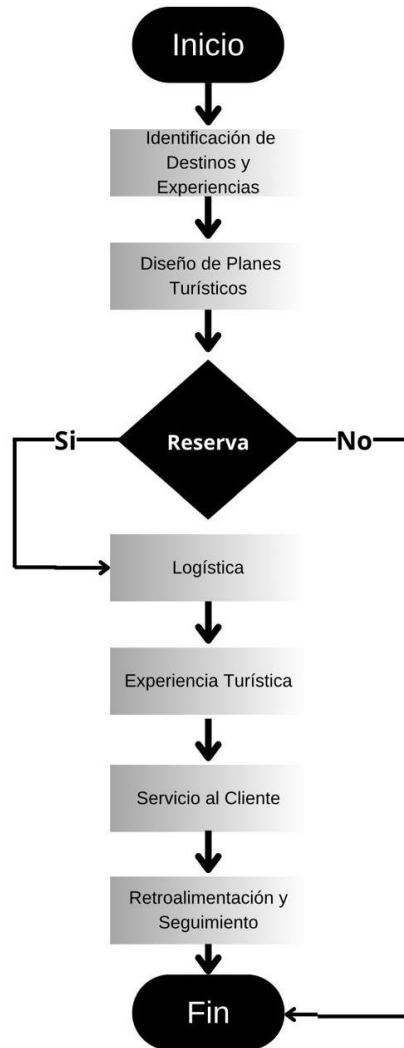
• **Estudio de requerimientos de Maquinaria, Equipos y tecnología.**

Tabla 7. Requerimientos de Maquinaria, Equipos y tecnología

Categoría	Descripción	Cantd.	Especificaciones	Costo Estimado
<u>Computadoras y Software</u>	Computador portátil	1	Procesador Intel Core i7 o superior, 16 GB de RAM, 512 GB de SSD	\$1.800.000 COP por unidad
	Telefono móvil	1	Procesador de ocho núcleos 2 x Cortex-A75 basado en 2,0 GHz + 6 x Cortex-A55 basado en 1,8 GHz, 16 GB de RAM + 128 GB de ROM	\$490.000 COP por unidad
	Desarrollo de página web	1	Página web, tipo tienda de empresa	\$1.850.000 COP una vez
	Router	1	Router inalámbrico	\$108.000 COP por unidad

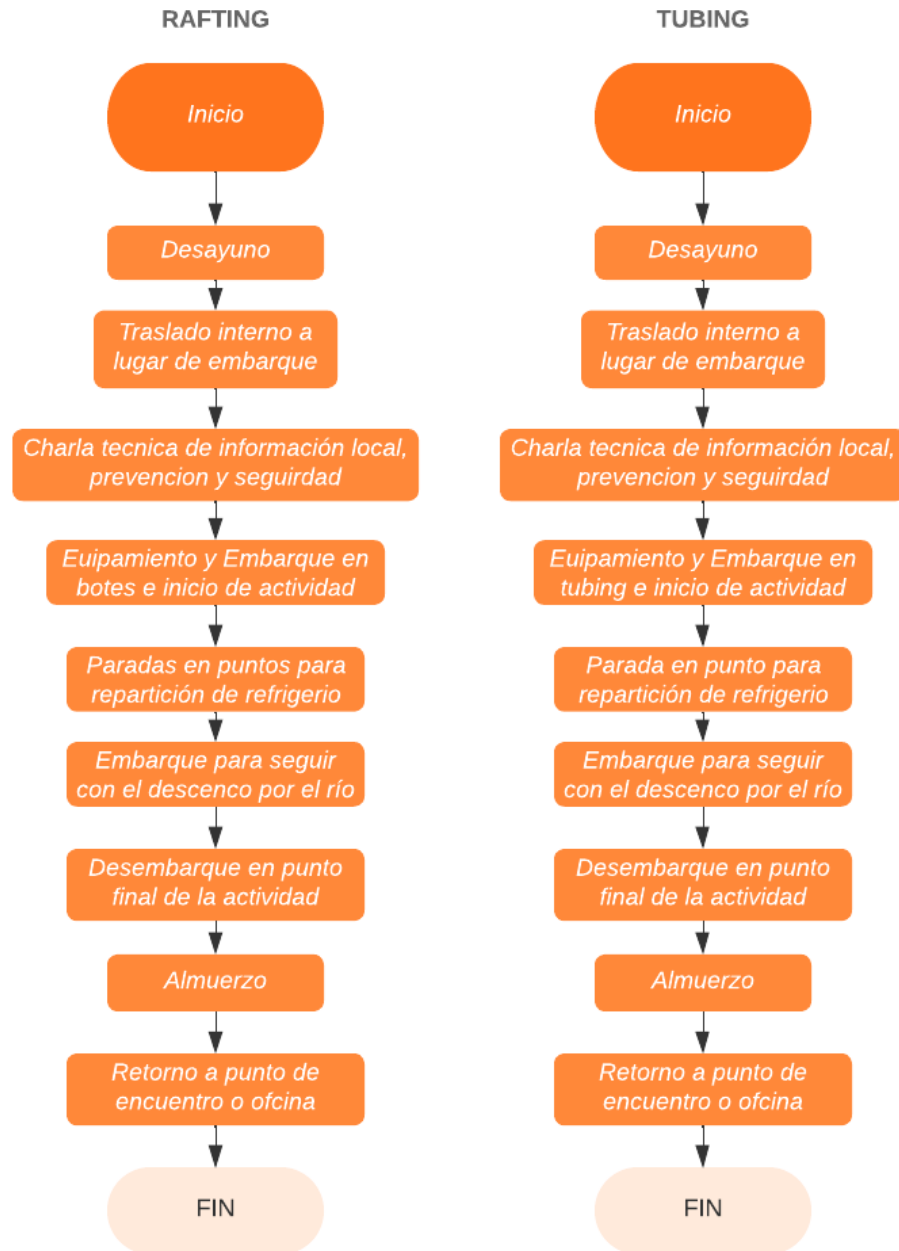
<u>Equipos de Red y Comunicaciones</u>	Conexión a internet	1	Conexión a internet de alta velocidad (fibra óptica o cable)	\$125.900 COP por mes
<u>Equipos de Multimedia</u>	Cámaras fotográficas	1	Cámara réflex digital con lente zoom	\$3.000.000 COP por unidad
	Cámaras de video	1	Go Pro Black Hero 11	\$1.890.000 COP por unidad
<u>Total</u>				\$ 9.263.000,00

- Descripción del proceso productivo o del servicio



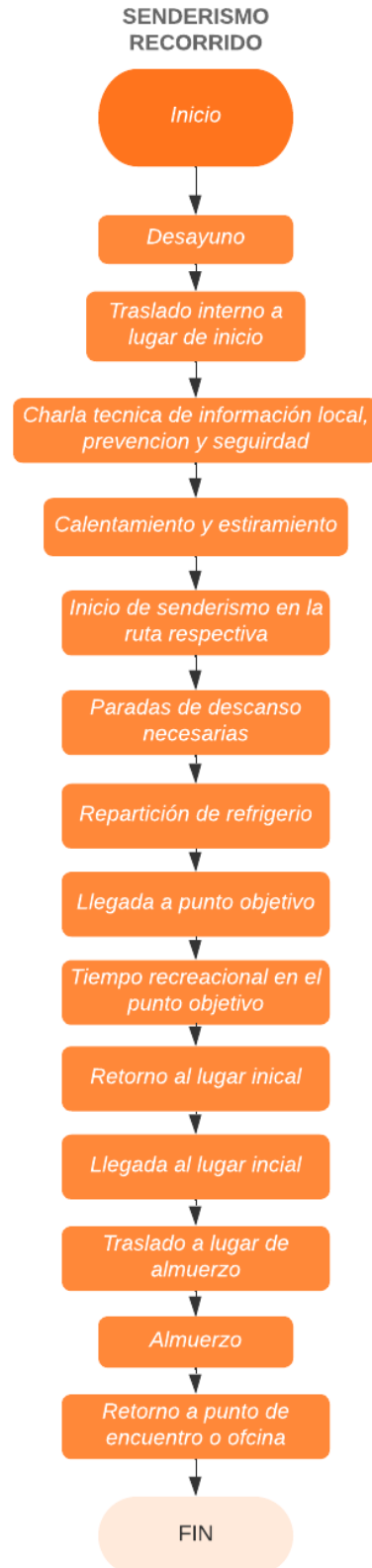
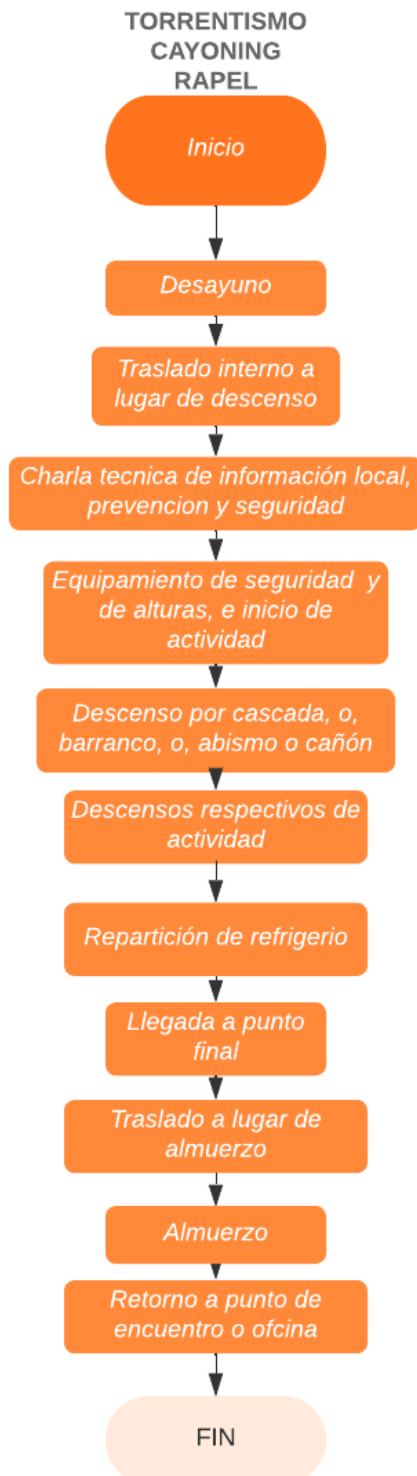
1. **Identificación de Destinos y Experiencias:** En esta etapa, identificamos y seleccionamos cuidadosamente los destinos y las experiencias turísticas que ofreceremos a nuestros clientes. Esto implica investigar y evaluar diferentes lugares, actividades y servicios disponibles en el Departamento del Meta, por medio de las operadoras locales.
2. **Diseño de Planes Turísticos:** Una vez que hemos seleccionado los destinos y las experiencias, elegimos pasadías a desarrollar y diseñamos paquetes turísticos atractivos y completos que incluyan alojamiento, transporte, actividades, guianza y otros servicios según las preferencias y necesidades de nuestros clientes.
3. **Reserva y Logística:** Esta etapa involucra la gestión de reservas y la coordinación logística con las operadoras para asegurar que todos los aspectos del viaje estén organizados y planificados con anticipación.
4. **Experiencia Turística:** Durante esta etapa, nuestros clientes disfrutan de las actividades y experiencias planificadas, como explorar ríos, cascadas y miradores naturales, participar en actividades de aventura como senderismo, rafting y rapel, y sumergirse en la cultura local a través de guías especializados, operadas por nuestras alianzas de operación local.
5. **Servicio al Cliente:** Durante todo el viaje, nos aseguramos de ofrecer un servicio al cliente excepcional, brindando asistencia, respondiendo preguntas y resolviendo cualquier problema que pueda surgir para garantizar la satisfacción del cliente.
6. **Retroalimentación y Seguimiento:** Después de que los clientes regresan de su viaje, solicitamos su retroalimentación para evaluar su experiencia e identificar áreas de mejora. También realizamos un seguimiento con ellos para mantener una relación continua y fomentar la fidelidad del cliente.

Procesos Operacionales





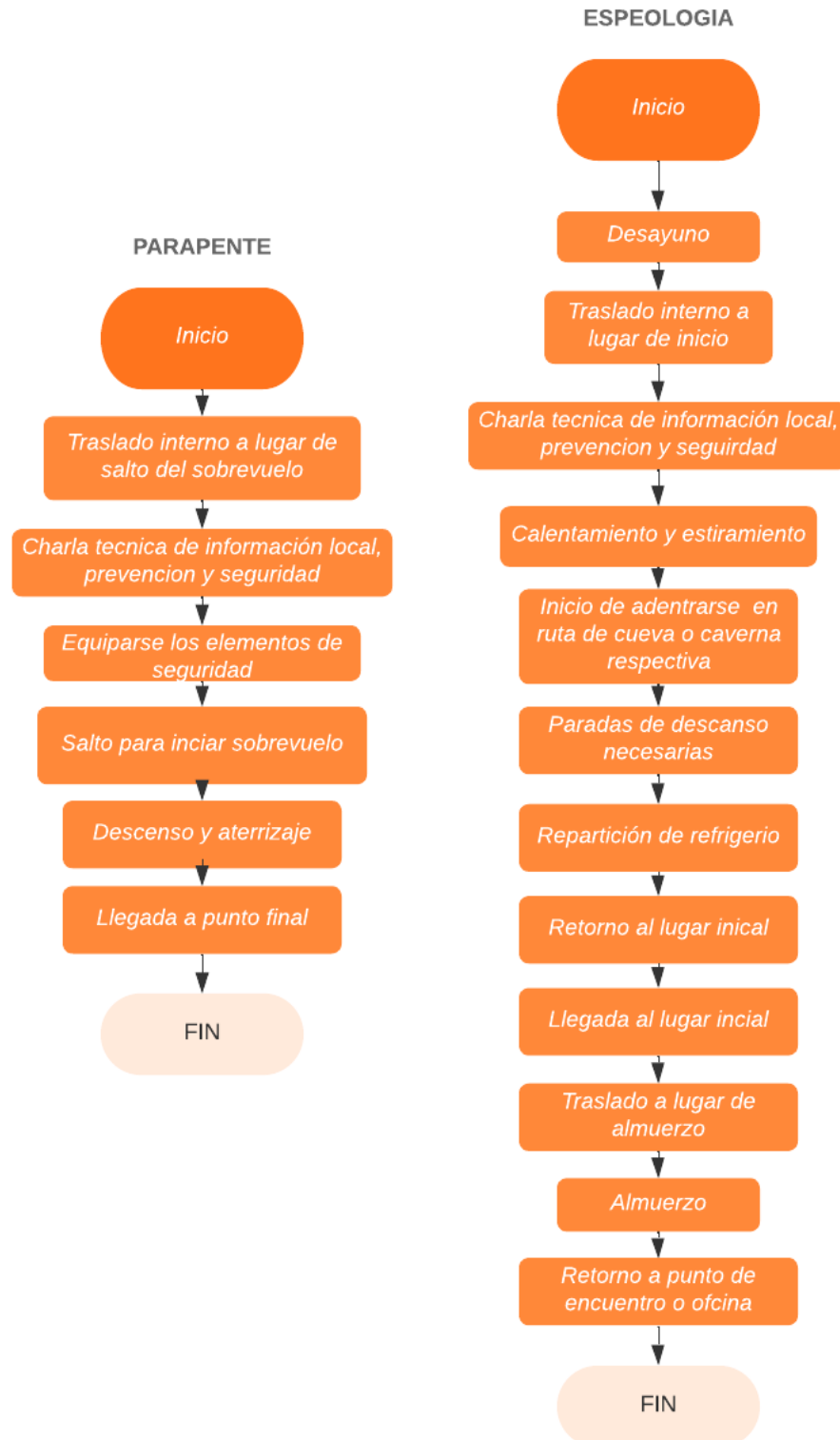
Opción de Grado II: Creación de Empresa



Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO

santotovillavo



- **Diseño y análisis de capacidad de producción**

Tabla 8. Capacidad operativa

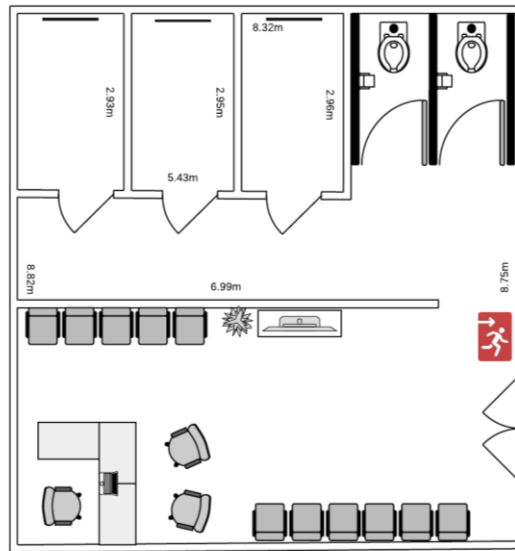
Capacidad operativa						
Municipio	Actividad	Rutas	Guías	Equipos	Capacidad De Turistas, Max Por Día	Vehiculos x Municipio (Alquilados, es un maximo operativo el que se menciona)
Acacías	Torrentismo	1	3	Equipos se seguridad y de altura - Cuerdas para alturas	8 turistas	1 campero, con capacidad hasta para 9 personas
Cubarral	Rafting	1	5	3 Botes con capacidad por bote para 7 personas, 2 Kayacks, equipos de seguridad	21 turistas	2 camionetas acondicionadas, con capacidad cada una, hasta para 10 personas
La Macarena	Recorrido	1	10	N/a	70 turistas	10 camionetas acondicionadas, con capacidad cada una, hasta para 10 personas
La Macarena	Senderismo	6	16	N/a	112 turistas	
La Uribe	Senderismo	3	8	N/a	56 turistas	8 camionetas acondicionadas, con capacidad cada una, hasta para 10 personas
La Uribe	Tubing	1	10	32 Tubings y equipos de seguridad	20 turistas	
La Uribe	Cayoning	1	5	Equipos se seguridad y de altura - Cuerdas para alturas	19 turistas	
Lejanías	Recorrido	1	6	N/a	42 turistas	3 camionetas acondicionadas, con capacidad cada una, hasta para 10 personas
Mesetas	Senderismo	6	18	N/a	126 turistas	

Opción de Grado II: Creación de Empresa

Mesetas	Rafting	1	14	9 Botes con capacidad por bote para 7 personas, 3 Kayacks, equipos de seguridad	63 turistas	18 camionetas acondicionadas, con capacidad cada una, hasta para 10 personas (Cap. máxima operativa para temporadas altas, es variable en el restante de temporadas)
Mesetas	Tubing	1	10	32 Tubings y equipos de seguridad	30 turistas	
Mesetas	Torrentismo	2	4	Equipos se seguridad y de altura - Cuerdas para alturas	14 turistas	
Mesetas	Cayoning	1	4	Equipos se seguridad y de altura - Cuerdas para alturas	14 turistas	
Mesetas	Espeologia	1	5	Equipos se seguridad de cuevas y cavernas	18 turistas	
Mesetas	Recorrido	1	5	N/a	35 turistas	
Mesetas	Cabalgata	1	4	12 Equinos y equipos de seguridad	12 turistas	
Puerto Gaitan	Recorrido	1	5	40 chalecos salvavidas	36 turistas	3 lanchas de río, con capacidad cada una, hasta para 12 personas
Restrepo	Senderismo	1	3	N/a	15 turistas	3 camionetas acondicionadas, con capacidad cada una, hasta para 10 personas
Restrepo	Torrentismo	2	3	Equipos se seguridad y de altura - Cuerdas para alturas	10 turistas	
Restrepo	Recorrido	1	3	N/a	15 turistas	
Restrepo	Cayoning	1	3	Equipos se seguridad y de altura y Cuerdas	10 turistas	

San Juan De Arama	Senderismo	1	4	N/a	20 turistas	3 camionetas acondicionadas, con capacidad cada una, hasta para 10 personas
Villavicencio	Parapente	1	6	Parapente y equipos de seguridad	6 turistas	5 camperos, con capacidad hasta para 9 personas
Villavicencio	Senderismo	2	2	N/a	12 turistas	
Villavicencio	Rafting	2	5	3 Botes con capacidad por bote para 7 personas, 2 Kayacks, equipos de seguridad	21 turistas	
Villavicencio	Rapel	1	3	Equipos se seguridad y de altura y Cuerdas para alturas	10 turistas	
Villavicencio	Torrentismo	1	3	Equipos se seguridad y de altura y Cuerdas	10 turistas	
Vistahermosa	Senderismo	4	15	N/a	90 turistas	10 camionetas acondicionadas, con capacidad cada una, hasta para 10 personas
Total		47	182			

- **Diseño y análisis de Planta**



Esta oficina de punto informativo estará ubicada en el municipio de Mesetas, Meta, ya que es el municipio con mayores destinos de operación en todo el año y no solo en temporadas determinadas, la oficina de Reising Ruta contara con:

- 1 Escritorio en L
- 1 Silla ergonómica
- 2 Sillas para la atención
- 10 Sillas de espera
- 3 Vistieres
- 2 Baños

- **Plan de producción**

El éxito de cualquier empresa en la industria del turismo depende en gran medida de su capacidad para planificar y ejecutar eficientemente la entrega de servicios turísticos de alta calidad. Reising Ruta, una agencia turística que se dedicará a ofrecer experiencias únicas en

el Departamento del Meta, tendrá el desarrollo de un sólido plan de producción el cual será fundamental para garantizar la satisfacción de los clientes y el éxito continuo del negocio.

1. **Identificación de la capacidad operativa:** Se evaluará la capacidad de la agencia para ofrecer servicios turísticos en términos de personal, equipo, vehículos, y otros recursos necesarios, está gestionada por medio de las operadoras locales de alianza que serán las encargadas.
2. **Análisis de la demanda:** Se estudiará la demanda esperada de servicios turísticos en diferentes temporadas y para diferentes tipos de experiencias (pasadías, paquetes o salidas programadas)
3. **Establecimiento de horarios y disponibilidad:** Se definirá los horarios de operación los cuales se manejarán con las operadoras locales y la disponibilidad de los diferentes tipos de experiencias turísticas ofrecidas por la agencia.
4. **Programación de actividades:** Se programarán las actividades turísticas de acuerdo con las reservas y la disponibilidad de recursos, asegurando una distribución equitativa y eficiente de los servicios.
5. **Gestión de reservas:** Se implementará un sistema de gestión de reservas efectivo que permita administrar las solicitudes de los clientes, confirmar disponibilidad y coordinar logística.
6. **Monitoreo y ajuste:** Se supervisará continuamente el proceso de producción para identificar posibles cuellos de botella, mejorar la eficiencia y ajustar la planificación según sea necesario.
7. **Optimización de recursos:** Se buscará constantemente formas de optimizar el uso de los recursos disponibles, minimizando costos y maximizando la calidad de los servicios ofrecidos.
8. **Capacitación del personal:** Se brindará capacitación regular al personal para garantizar un alto nivel de calidad en la prestación de servicios y una experiencia satisfactoria para los clientes.

9. **Evaluación de resultados:** Se evaluará periódicamente los resultados del plan de producción, analizando métricas como la satisfacción del cliente, la ocupación de los servicios turísticos y la rentabilidad del negocio, y realizaran ajustes según sea necesario.

- **Costeo de la producción**

Tabla 9. Costeo de la producción

Producto	Costo	Veces
Rut	\$ 0	1 Vez
Registro Mercantil	\$ 65.900,00	1 Vez
Registro Nacional De Turismo	\$ 0	1 Vez
Registro Fontur	\$ 0	1 Vez
Desarrollo de Experiencias	\$ 700.000,00	1 Vez
Página Web	\$ 1.850.000,00	1 Vez
Dominio De Pagina Web	\$ 138.000,00	Anual
Publicidades Redes Sociales	\$ 500.000,00	Mensual
Creación De Contenido	\$ 350.000,00	Mensual
Computador portátil	\$ 1.800.000,00	1 Vez
Celular móvil	\$ 490.000,00	1 Vez
Router	\$ 108.000,00	1 Vez
Conexión a internet	\$ 125.900,00	Mensual
Cámaras fotográficas	\$ 3.000.000,00	1 Vez
Cámaras de video	\$ 1.890.000,00	1 Vez
Arriendo punto físico	\$ 600.000,00	Mensual
Inversión de implementación de oficina	\$ 4.400.000,00	1 Vez
Total	\$ 16.017.800	

Costos Operacionales - Actividades

Estos costos operacionales son valores estimados de variación, ya que cuentan con cambios dependientes sujetos a cantidad de personas por operación, escenario de operación y fecha de operación: *(todo valor y capacidades son de la fuente operativa que ya se maneja en la actualidad, en Reising Ruta y operadoras locales)*

Tabla 10. Costeo operacional, Senderismos

SENDERISMOS		
Producto	Costo x persona	Variación
Traslado interno 4X4	\$ 40.000	Siempre
Guía senderico	\$ 50.000	Siempre
Poliza medica	\$ 1.000	Siempre
Desayuno	\$ 15.000	Siempre
Hidratación	\$ 1.000	Siempre
Almuerzo	\$ 18.000	Siempre
Refrigerio	\$ 5.000	Siempre
Ingresos autorizados	\$ 40.000	Dependiente (Depende de la temporada del escenario y la asignación permitida por propietarios de la finca o Parques Nacionales)
Total	\$ 170.000	

Tabla 11. Costeo Operacional, Rafting

RAFTING		
Producto	Costo x persona	Variación
Traslado interno 4X4	\$ 40.000	Siempre
Guía encargado en bote	\$ 20.000	Dependiente
Guía rescatista en kayak	\$ 20.000	Dependiente
Alquiler de bote para 7 pers. turistas y equipos	\$ 50.000	Dependiente
Poliza medica extrema	\$ 5.000	Siempre
Desayuno	\$ 15.000	Siempre
Almuerzo	\$ 18.000	Siempre
Refrigerio	\$ 9.000	Siempre
Ingresos autorizados	\$ 0	Dependiente

Total	\$ 177.000	
--------------	------------	--

Tabla 12. Costeo operacional,
Tubing

TUBING		
Producto	Costo x persona	Variación
Traslado interno 4X4	\$ 50.000	Dependiente
Guía encargado direccional	\$ 20.000	Dependiente
Guía rescatista	\$ 20.000	Dependiente
Aquiler de tubing y equipos	\$ 50.000	Dependiente
Poliza medica extrema	\$ 5.000	Siempre
Desayuno	\$ 15.000	Siempre
Almuerzo	\$ 18.000	Siempre
Refrigerio	\$ 6.000	Siempre
Ingresos autorizados	\$ 0	Dependiente
Total	\$ 184.000	

Tabla 13. Costeo operacional,
Rapel – Torrenstismo - Cayoning

RAPEL - TORRENTISMO - CAYONING		
Producto	Costo x persona	Variación
Traslado interno 4X4	\$ 40.000	Dependiente
Guía superior, alto	\$ 20.000	Dependiente
Guía en lina de vida	\$ 20.000	Dependiente
Aquiler de cuerdas y equipos de altura	\$ 50.000	Dependiente
Poliza medica extrema	\$ 8.000	Siempre
Desayuno	\$ 15.000	Siempre
Almuerzo	\$ 18.000	Siempre
Refrigerio	\$ 6.000	Siempre

Opción de Grado II: Creación de Empresa

Ingresos autorizados	\$ 10.000	Dependiente
Total	\$ 187.000	

Tabla 14. Costeo operacional,
Espeología

ESPEOLOGIA		
Producto	Costo x persona	Variación
Traslado interno 4X4	\$ 40.000	Dependiente
Guía espeologo	\$ 50.000	Dependiente
Aquiler de cuevas y cavernas	\$ 30.000	Dependiente
Poliza medica extrema	\$ 5.000	Siempre
Desayuno	\$ 15.000	Siempre
Almuerzo	\$ 18.000	Siempre
Refrigerio	\$ 6.000	Siempre
Ingresos autorizados	\$ 10.000	Dependiente
Total	\$ 174.000	

Tabla 15. Costeo operacional,
Cabalgata

CABALGATA		
Producto	Costo x persona	Variación
Traslado interno 4X4	\$ 40.000	Dependiente
Guía de cabalgata	\$ 20.000	Dependiente
Aquiler de equino y equipo	\$ 50.000	Dependiente
Poliza medica	\$ 3.000	Siempre
Desayuno	\$ 15.000	Siempre
Almuerzo	\$ 18.000	Siempre
Refrigerio	\$ 6.000	Siempre
Ingresos autorizados	\$ 10.000	Dependiente
Total	\$ 162.000	

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO


 santotovillavo

ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL
 — MULTICAMPUS —
 DE ALTA CALIDAD POR 8 AÑOS
Resolución 054325 del 29 de julio de 2022




 ICONTec
 ISO 9001
SC4289-1


 ICONTec
 ISO 21001
CE-2000233



VILLAVICENCIO
 Campus Aguas Claras - Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
 PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

Tabla 16. Costeo operacional,
Parapente

PARAPENTE		
Producto	Costo x persona	Variación
Traslado interno 4X4	\$ 40.000	Dependiente
Piloto de vuelo dirigido	\$ 60.000	Siempre
Aquiler de parapente y equipos	\$ 85.000	Siempre
Poliza medica extrema	\$ 15.000	Siempre
Total	\$ 200.000	

Tabla 17. Costeo operacional,
Tour o Recorridos

TOUR O RECORRIDOS		
Producto	Costo x persona	Variación
Traslado interno 4X4	\$ 45.000	Siempre
Guía	\$ 50.000	Siempre
Poliza medica	\$ 1.000	Siempre
Desayuno	\$ 15.000	Siempre
Almuerzo	\$ 18.000	Siempre
Refrigerio	\$ 5.000	Siempre
Ingresos autorizados	\$ 30.000	Dependiente
Total	\$ 164.000	

Estudio Organizacional

- **Estructura legal-jurídica (incluye la normatividad ambiental, técnica, licencias y permisos inherentes al negocio)**

Forma Jurídica:

Reising Ruta se ha constituido legalmente como una empresa de persona natural registrada, cumpliendo con todos los requisitos legales para su operación.

Registros y Permisos Legales:

Registro Mercantil: Inscripción de la empresa ante la Cámara de Comercio para poder operar formalmente en el mercado.

Registro Nacional de Turismo (RNT): Permiso obligatorio para empresas del sector turístico, que asegura la legalidad y calidad de los servicios ofrecidos.



Figura 2. Registro Nacional de Turismo, Agencia de turismo Reising Ruta

Registro Fontur: Registro ante el Fondo Nacional de Turismo, un requisito indispensable para empresas del sector turístico, asegurando su contribución al desarrollo del turismo en el país, su adhesión a las políticas y normativas del sector.

Normatividad Ambiental: Cumplimiento con la normatividad ambiental vigente en Colombia, que incluye prácticas sostenibles y responsables en relación con los ecosistemas locales. Esto también implica la obtención de permisos ambientales si los destinos turísticos atraviesan zonas protegidas o reservas naturales.

Normas Técnicas: Cumplimiento con las normas técnicas sectoriales, como las relacionadas con la seguridad en actividades de aventura (por ejemplo, senderismo, rafting, rapel) y el uso de equipos de protección adecuados.

- **Planeación estratégica**

Reising Ruta tiene como objetivo convertirse en la principal empresa turística del Departamento del Meta, ofreciendo experiencias únicas y sostenibles. Su estrategia se centra en la diferenciación a través de la oferta de turismo de aventura y ecoturismo, brindando experiencias auténticas que promuevan la conservación del medio ambiente.

Misión: Nuestra misión es ofrecer experiencias turísticas memorables que inviten a los viajeros a sumergirse en la belleza natural y cultural del Departamento del Meta. Nos enfocamos en conectar a las personas con la riqueza de sus paisajes, su biodiversidad y su gente, brindando oportunidades únicas para explorar sus maravillas naturales, tradiciones locales y costumbres autóctonas. Promovemos un turismo sostenible y responsable, respetando y preservando el entorno para futuras generaciones, mientras apoyamos y fortalecemos a las comunidades locales, garantizando que cada viaje sea una experiencia transformadora y enriquecedora para todos nuestros visitantes.

Visión: Ser la empresa líder en turismo de aventura en el Departamento del Meta en un plazo de tres a cinco años, reconocida nacional e internacionalmente por nuestro compromiso con la sostenibilidad, la calidad de nuestros servicios y la satisfacción de nuestros clientes.

Para esto se realizará bajo el enfoque de PHVA (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar), buscando un ciclo de mejora continua que permitirá implementar y ajustar sus estrategias de manera efectiva para alcanzar la misión y visión.

Planificar:

En esta etapa, se definen los objetivos estratégicos de Reising Ruta para convertirse en la principal empresa turística del Departamento del Meta y alcanzar el liderazgo en el turismo de aventura. La planificación incluye:

1. Realizar un análisis del mercado, la competencia y los recursos internos de la empresa para identificar oportunidades y amenazas.
2. Establecer objetivos concretos, medibles y alcanzables que se alineen con la misión de proporcionar experiencias turísticas inolvidables y sostenibles, y con la visión de ser líderes en turismo de aventura y ecoturismo.
3. Plantear acciones específicas para la diferenciación en el mercado, la mejora continua de los servicios, la promoción de la sostenibilidad y la satisfacción del cliente.

Hacer:

En esta fase, se implementan las estrategias y acciones definidas en la planificación. Algunas actividades clave serían:

1. Ejecutar las acciones de marketing para posicionar la marca a nivel nacional e internacional, promocionando la oferta turística en diferentes canales.
2. Desarrollar alianzas estratégicas con operadores locales para garantizar experiencias auténticas y sostenibles.
3. Mejorar la gestión de reservas, la logística de los viajes y la atención al cliente para

asegurar una experiencia fluida.

Verificar:

En esta etapa, se evalúan los resultados obtenidos para comprobar si las acciones están logrando los objetivos planificados:

1. Medir el rendimiento de las estrategias aplicadas a través de indicadores de desempeño, como el crecimiento en el número de clientes, la satisfacción del cliente, la eficiencia operativa y la reducción de impacto ambiental.
2. Recopilar opiniones y comentarios de los clientes sobre sus experiencias en pre a la aventura y post a la aventura, para identificar áreas de mejora.
3. Verificar que las acciones cumplan con los principios de turismo responsable.

Actuar:

Con base en los resultados obtenidos en la fase de verificación, se toman acciones correctivas o se ajustan las estrategias para mejorar el desempeño. Las acciones incluyen:

1. los resultados no cumplen con los objetivos, se modifican los planes o se mejoran los procesos.
2. Aplicar nuevas ideas para mejorar las experiencias turísticas y ajustar los servicios a las tendencias del mercado.
3. Actualizar la planeación estratégica anualmente o cuando sea necesario para adaptarse a las nuevas realidades del mercado.

- **Objetivos estratégicos (para el corto y mediano plazo)**

Corto Plazo:

1. Lograr un crecimiento del 10% en el número de clientes durante el primer año de

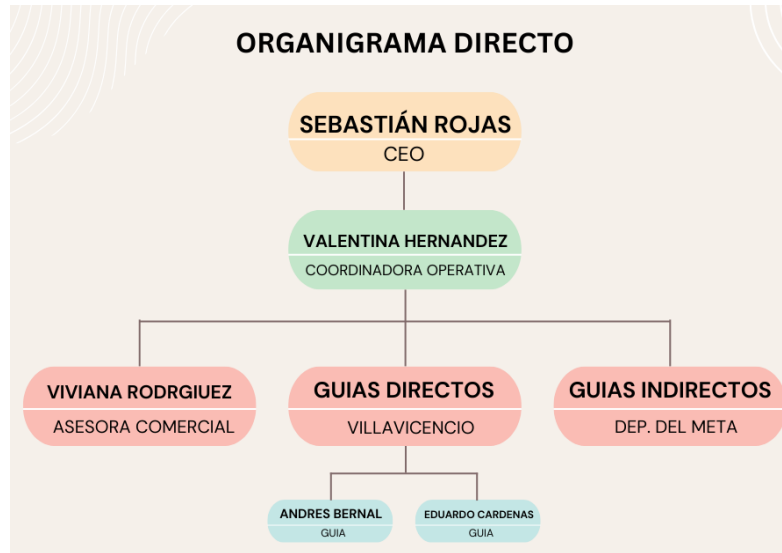
Opción de Grado II: Creación de Empresa

- operaciones. Este objetivo se establece para asegurar un crecimiento inicial sólido y medible.
2. Desarrollar y lanzar un sitio web interactivo para facilitar la promoción y venta de los paquetes turísticos.
 3. Establecer alianzas estratégicas con al menos 10 empresas locales para ampliar la oferta de experiencias turísticas. Buscando expandir la oferta de Reising Ruta al asociarse con empresas locales que ofrezcan servicios complementarios (como transporte, alojamiento o actividades turísticas).

Mediano Plazo:

1. Incrementar la participación en el mercado turístico del Departamento del Meta, alcanzando un 25% de cuota de mercado en el sector de turismo de aventura.
2. Implementar un programa de fidelización de clientes y lograr que el 20% de los clientes realicen al menos dos compras dentro de este período. Ofrecerá incentivos como descuentos o beneficios especiales para quienes reserven más de una vez.
3. Expandir la oferta de experiencias turísticas a nivel Orinoquia, cubriendo otras regiones de los Llanos Orientales. Esto diversificará la oferta y reducirá la dependencia de una sola región.

- **Estructura orgánica y requerimientos de personal**



Requerimientos Directos

- CEO (Propietario y Jefe Inmediato)

Sebastián Rojas, máximo responsable de la dirección estratégica y operativa de la empresa. propietario y jefe inmediato, con un papel clave en la toma de decisiones, ante la visión y misión de la empresa, y en la supervisión de todas las áreas de la misma. La importancia del CEO radica en su capacidad para liderar, planificar y asegurar el crecimiento a largo plazo de Reising Ruta, estableciendo alianzas estratégicas, supervisando el desempeño del equipo y garantizando que los valores de sostenibilidad y calidad del servicio se mantengan.

- Coordinadora Operativa

Valentina Hernández, responsable de la planificación y ejecución de todas las operaciones turísticas que realiza la empresa, un rol crucial porque asegura que cada viaje o experiencia se organice con precisión, cumpliendo con los estándares de calidad y sostenibilidad. También coordina con los proveedores, guías y operadoras locales para que todas las actividades se desarrollen sin contratiempos, buscando en todo momento garantizar la logística, la seguridad y la satisfacción de los clientes, así como en gestionar eficientemente los recursos para asegurar el éxito de cada operación turística.

- **Asesora Comercial**

La Asesora Comercial es esencial para el contacto directo con los clientes a través de las plataformas digitales. Se encarga de recibir reservas, responder consultas y brindar información detallada sobre las experiencias turísticas que ofrece la empresa. Además, juega un papel fundamental en la generación de ventas y en la construcción de relaciones con los clientes a través de la atención personalizada y el seguimiento post-venta. Su rol es importante porque contribuye directamente al crecimiento de la empresa mediante la captación y retención de clientes, lo que a su vez fomenta la lealtad y aumenta las ventas.

- **Guías Directos**

Los guías directos son los encargados de llevar a cabo las experiencias turísticas que la empresa organiza en Villavicencio. Su papel es vital para la ejecución exitosa de las actividades sobre todo de senderismo de la capital del Meta, ya que están en contacto directo con los turistas, transmitiendo conocimientos sobre los destinos, asegurando la seguridad durante las actividades y ofreciendo una experiencia memorable. La importancia de los guías directos radica en su capacidad para gestionar las actividades de forma eficiente y profesional, siendo el rostro de la empresa ante los clientes y garantizando que las aventuras cumplan con los estándares de calidad.

Requerimientos indirectos

Tabla 18. *Requerimientos indirectos operativos*

Municipio	Guías Indirectos	Capacidad Máxima de Turistas por Operación	Vehículos Indirectos (Capacidad)
Acacías	3 guías para ruta de torrentismo	8	1 campero (9 personas)
Cubarral	5 guías para ruta de rafting	21	2 camionetas (10 personas cada una)
La Macarena	10 guías para ruta de recorrido	70	10 camionetas (10 personas cada una)

Opción de Grado II: Creación de Empresa

	16 guías para 6 rutas senderistas	112	
La Uribe	8 guías para 3 rutas de senderismo	56	8 camionetas (10 personas cada una)
	10 guías para ruta de tubing	20	
	5 guías para ruta de canyoning	19	
Lejanías	6 guías para ruta de recorrido	42	3 camionetas (10 personas cada una)
Mesetas	18 guías para 6 rutas de senderismo	126	18 camionetas (10 personas cada una)
	14 guías para ruta de rafting	63	
	10 guías para ruta de tubing	30	
	4 guías para 2 rutas de torrentismo	14	
	4 guías para ruta de canyoning	14	
	5 guías para ruta de espeología	18	
	5 guías para ruta de recorrido	35	
	4 guías para ruta de cabalgata	12	
Puerto Gaitán	5 guías para ruta de recorrido fluvial	36	3 lanchas (12 personas cada una)
Restrepo	3 guías para ruta de senderismo	15	3 camionetas (10 personas cada una)
	3 guías para 2 rutas de torrentismo	10	
	3 guías para ruta de recorrido	15	
	3 guías para ruta de canyoning	10	
San Juan de Arama	4 guías para ruta de senderismo	20	3 camionetas (10 personas cada una)
Villavicencio	6 guías para ruta de parapente	6	5 camperos (9 personas cada uno)
	2 guías para 2 rutas de senderismo	12	

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO


 santotovillavo

ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL
 — MULTICAMPUS —
 DE ALTA CALIDAD POR 8 AÑOS
Resolución 014325 del 29 de julio de 2022


 icontec
 ISO 9001
 SC4289-1


 icontec
 ISO 21001
 CE-2000231


 IQNET
 CERTIFICADO
 DE CALIDAD

VILLAVICENCIO
 Campus Aguas Claras - Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
 PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

	3 guías para ruta de rapel	10	
	3 guías para ruta de torrentismo	10	
Vista Hermosa	15 guías para 4 rutas de senderismo	90	10 camionetas (10 personas cada una)

- **Guías Indirectos:** Los guías indirectos contratados por alianzas con operadoras locales permiten una mayor flexibilidad para gestionar operaciones en varias áreas del Departamento del Meta, sin incurrir en costos fijos permanentes. Su importancia radica en ampliar el alcance de la empresa, permitiendo ofrecer una variedad más amplia de destinos, sin la necesidad de contratar personal adicional permanente y es crucial para ir maximizando la capacidad operativa durante temporadas altas y ajustándose a la demanda en temporadas bajas.
- **Vehículos Indirectos:** El uso de vehículos indirectos, como camionetas y camperos, también permite optimizar la logística y asegurar el transporte de turistas a los diferentes puntos de las actividades. Esto reduce la inversión en flota propia y permite operar en zonas más remotas con mayor eficiencia.

- **Manual de funciones**

Gerente General:

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Gerente General
JEFE INMEDIATO:	No aplica (Propietario)
TRABAJADORES A CARGO:	Coordinadora Operativa, Asesora Comercial, Guías Turísticos
ESTUDIOS:	TECNICO O PROFESIONAL
OBJETIVO DEL CARGO	
Responsable de la toma de decisiones estratégicas y la supervisión de todas las áreas operativas de la empresa. Esto incluye la planificación a largo plazo, la gestión de recursos, la evaluación del desempeño general y la toma de decisiones críticas para el crecimiento sostenible del negocio. Garantiza que todas las actividades se alineen con la visión y los objetivos estratégicos de la empresa, además de identificar oportunidades de expansión, alianzas estratégicas y nuevos mercados. El enfoque en la optimización de los recursos y la eficiencia operativa es crucial para el crecimiento continuo de la empresa.	
FUNCIONES	

Opción de Grado II: Creación de Empresa

NUMERO	TAREAS A REALIZAR	FRECUENCIA		
		PERMANENTE	OCASIONAL	ESPONTÁNEO
1	Definir la estrategia y dirección general de la empresa	X		
2	Supervisar las operaciones de la empresa y la gestión de personal	X		
3	Controlar el presupuesto y recursos financieros	X		
4	Establecer alianzas estratégicas con otras empresas y operadores		X	
5	Tomar decisiones sobre nuevas ofertas y actividades turísticas		X	
6	Solucionar problemas operativos y administrativos			X
7	Representar la empresa en eventos y reuniones del sector		X	

Coordinadora Operativa:

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO				
NOMBRE DEL CARGO:		Coordinadora Operativa		
JEFE INMEDIATO:		Gerente General		
TRABAJADORES A CARGO:		Guías Turísticos		
ESTUDIOS:		TECNICO O PROFESIONAL		
OBJETIVO DELCARGO				
Encargada de gestionar todos los aspectos logísticos y operativos de las actividades turísticas. Esto incluye la planificación de rutas, la coordinación del equipo de guías, la asignación de recursos y la supervisión del cumplimiento de los estándares de calidad y seguridad en cada operación. Su función es garantizar que todas las actividades turísticas se desarrollen de manera fluida, segura y conforme a los planes establecidos. Además, supervisa la ejecución eficiente de las actividades para asegurar que los clientes disfruten de una experiencia organizada y bien estructurada.				
FUNCIONES				
NUMERO	TAREAS A REALIZAR	FRECUENCIA		
		PERMANENTE	OCASIONAL	ESPONTÁNEO
1	Planificar y coordinar las actividades y rutas turísticas	X		
2	Supervisar la logística y asignación de guías para cada operación	X		

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO

 santotovillavo

ACREDITACIÓN
INSTITUCIONAL
— MULTICAMPUS —
DE ALTA CALIDAD POR 8 AÑOS
Resolución 034325 del 29 de julio de 2022



VILLAVICENCIO
Campus Aguas Claras - Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

Opción de Grado II: Creación de Empresa

3	Asegurar la calidad de los servicios ofrecidos a los clientes	X		
4	Atender problemas operativos durante las actividades			X
5	Coordinar con proveedores y operadores locales para asegurar recursos		X	
6	Revisar la disponibilidad y estado de vehículos y equipos necesarios		X	
7	Evaluar el desempeño de los guías y hacer ajustes en la operación		X	

Asesora Comercial

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO				
NOMBRE DEL CARGO:		Asesora Comercial		
JEFE INMEDIATO:		Gerente General		
TRABAJADORES A CARGO:		No aplica		
ESTUDIOS:		TECNICO - PROFESIONAL		
OBJETIVO DELCARGO				
Papel esencial en la interacción con los clientes a través de medios digitales como redes sociales, correos electrónicos y plataformas de reservas. Su responsabilidad incluye no solo gestionar reservas y consultas, sino también proporcionar un servicio de atención al cliente excepcional, resolviendo dudas y ofreciendo información detallada sobre los paquetes turísticos. Además, la asesora comercial es clave para mantener una comunicación continua con los clientes, ayudando a fortalecer la imagen de la empresa y fomentar la fidelización mediante una experiencia de usuario ágil y satisfactoria.				
FUNCIONES				
NUMERO	TAREAS A REALIZAR	FRECUENCIA		
		PERMANENTE	OCASIONAL	ESPONTÁNEO
1	Atender consultas y reservas a través de redes sociales y otros medios digitales	X		
2	Gestionar el sistema de reservas, asegurando disponibilidad y coordinación con la operación	X		
3	Brindar información detallada sobre los paquetes y actividades turísticas	X		

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO

 santotovillavo

ACREDITACIÓN
INSTITUCIONAL
— MULTICAMPUS —
DE ALTA CALIDAD POR 8 AÑOS
Resolución 014325 del 29 de julio de 2022



VILLAVICENCIO

Campus Aguas Claras - Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

Opción de Grado II: Creación de Empresa

4	Mantener actualizadas las redes sociales y otros canales de comunicación digital		X	
5	Canalizar feedback de los clientes hacia la Gerencia para mejoras en el servicio		X	
6	Resolver dudas o problemas de los clientes relacionados con las actividades			X

Guías Turísticas

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO				
NOMBRE DEL CARGO:		Guías Turísticos		
JEFE INMEDIATO:		Coordinadora Operativa		
TRABAJADORES A CARGO:		AUXILIARES DE GUIANZA, INDIRECTOS		
ESTUDIOS:		TECNICO - PROFESIONAL		
OBJETIVO DELCARGO				
Responsables de la experiencia directa del cliente durante las actividades turísticas. Su principal función es acompañar a los turistas, proporcionando información relevante sobre los destinos, cultura, flora y fauna, y asegurándose de que se cumplan todas las normas de seguridad en las excursiones. Además de garantizar la seguridad de los participantes, los guías se encargan de que la experiencia sea educativa y memorable, transmitiendo entusiasmo y conocimiento para que cada actividad sea enriquecedora tanto en términos de disfrute como de aprendizaje para los visitantes.				
FUNCIONES				
NUMERO	TAREAS A REALIZAR	FRECUENCIA		
		PERMANENTE	OCASIONAL	ESPONTÁNEO
1	Guiar a los turistas en las rutas y actividades programadas	X		
2	Asegurar el cumplimiento de las normas de seguridad y manejo de riesgos	X		
3	Brindar información cultural, histórica y ambiental durante las excursiones	X		
4	Realizar inspección previa de las rutas para verificar su estado		X	

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO

 santotovillavo

ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL
— MULTICAMPUS —
DE ALTA CALIDAD POR 8 AÑOS
Resolución 054325 del 29 de julio de 2022



VILLAVICENCIO
Campus Aguas Claras - Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

Opción de Grado II: Creación de Empresa

5	Asistir a los turistas en caso de emergencias o situaciones imprevistas			X
6	Coordinar con la Coordinadora Operativa cualquier ajuste necesario en la ruta			X
7	Cerrar el informe de actividad y reportar detalles al finalizar las operaciones		X	

• **Análisis de costos y gastos administrativos.**

CONCEPTO	MONTO (\$)	VECES	CANTIDAD	TOTAL ANUAL
COSTOS				
Rut	\$ -	1 Vez		\$ 0,00
Registro Mercantil	\$ 65.900,00	1 Vez		\$ 65.900,00
Rnt	\$ -	1 Vez		\$ 0,00
Registro Fontur	\$ -	1 Vez		\$ 0,00
Página Web	\$ 1.850.000,00	1 Vez		\$ 1.850.000,00
Dominio De Pagina Web	\$ 138.000,00	Anual		\$ 138.000,00
Publicidades Redes Sociales	\$ 500.000,00	Mensual		\$ 6.000.000,00
Creación De Contenido	\$ 350.000,00	Mensual		\$ 4.200.000,00
Computador portátil	\$ 1.800.000,00	1 Vez		\$ 1.800.000,00
Celular móvil	\$ 490.000,00	1 Vez		\$ 490.000,00
Router	\$ 108.000,00	1 Vez		\$ 108.000,00
Cámaras fotográficas	\$ 3.000.000,00	1 Vez		\$ 3.000.000,00
Cámaras de video	\$ 1.890.000,00	1 Vez		\$ 1.890.000,00
Inversión de implementación de oficina	\$ 4.400.000,00	1 Vez		\$ 4.400.000,00
Impuesto FONTUR	\$ 110.000,00	Trimestral		\$ 440.000,00
Costos de producción Senderismos	\$ 170.000,00	Dependiente	34 por mes aprox	\$ 69.360.000,00
Costos de producción Rafting	\$ 177.000,00	Dependiente	40 por mes aprox	\$ 84.960.000,00
Costos de producción Tubing	\$ 184.000,00	Dependiente	15 por mes, solo	\$ 11.040.000,00

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO

 santotovillavo

ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL
— MULTICAMPUS —
DE ALTA CALIDAD POR 8 AÑOS
Resolución 054325 del 28 de julio de 2022



VILLAVICENCIO
Campus Aguas Claras - Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

Opción de Grado II: Creación de Empresa

			4 meses del año aprox	
Costos de producción rapel, torrentismo y canyoning	\$ 187.000,00	Dependiente	5 por mes aprox	\$ 11.220.000,00
Costos de producción espeología	\$ 174.000,00	Dependiente	3 por mes aprox	\$ 6.264.000,00
Costos de producción cabalgata	\$ 162.000,00	Dependiente	4 por mes aprox	\$ 7.776.000,00
Costos de producción parapente	\$ 200.000,00	Dependiente	3 por mes aprox	\$ 7.200.000,00
Costos de producción tour o recorridos	\$ 164.000,00	Dependiente	6 por mes aprox	\$ 11.808.000,00
GASTOS				
Arriendo punto físico	\$ 600.000,00	Mensual		\$ 7.200.000,00
Conexión a internet	\$ 125.900,00	Mensual		\$ 1.510.800,00
Salario Coordinadora Operativa	\$ 3.500.000,00	Mensual		\$ 42.000.000,00
Salario Asesora Comercial	\$ 1.300.000,00	Mensual		\$ 15.600.000,00
Salario Guia Villavicencio 1	\$ 1.100.000,00	Mensual		\$ 13.200.000,00
Salario Guia Villavicencio 2	\$ 1.100.000,00	Mensual		\$ 13.200.000,00
Salario CEO	\$ 3.900.000,00	Mensual		\$ 46.800.000,00
Servicios Publicos	\$ 200.000,00	Mensual		\$ 2.400.000,00
TOTAL				\$ 375.920.700,00

Análisis. El total anual de costos y gastos asciende a \$375.920.700, reflejando una inversión significativa que incluye tanto costos iniciales como operativos mensuales y costos variables según la actividad del negocio. Las mayores inversiones se concentran en la tecnología (página web, equipos), marketing (publicidad y contenido) y personal, lo cual es consistente con un negocio que depende de la visibilidad en línea y la calidad de las experiencias turísticas.

Estudio Financiero (Proyecciones a tres años)

- Análisis de la Inversión**

Categoría	Descripción	Total Inversión (\$)
Activos Fijos	Equipos tecnológicos y mobiliario necesarios para las operaciones iniciales, como computadoras, cámaras, y mobiliario de oficina.	\$ 13.198.000,00
Intangibles	Costos relacionados con registros, página web, dominio y marketing digital.	\$ 1.985.900,00
Capital de Trabajo	Capital necesario para cubrir costos operativos, nómina y servicios públicos durante los primeros meses.	\$ 19.390.800,00
Inversion Total		\$ 34.574.700,00

Fuente	Porcentaje (%)	Monto (\$)
Recursos Propios	60%	\$ 20.744.820,00
Préstamo Bancario	40%	\$ 13.829.880,00

Análisis. La estructura de la inversión revela un enfoque equilibrado entre recursos propios y financiamiento externo. Al destinar un 60% de los fondos a recursos propios, la empresa muestra un compromiso significativo de los fundadores, lo que puede fortalecer la confianza de inversores y socios. Sin embargo, la dependencia de un 40% de préstamos bancarios puede incrementar el riesgo financiero, especialmente en los primeros meses, donde la generación de ingresos puede ser incierta. Y La inversión en activos fijos, que constituye el 38.2% del total, indica que la empresa está preparada para iniciar operaciones con los recursos tecnológicos y de mobiliario necesarios. Esto es esencial para establecer una infraestructura sólida y operar eficientemente desde el principio. Sin embargo, una atención constante al mantenimiento y la actualización de estos activos será necesaria para evitar obsolescencia.

- Presupuesto de Ingresos**

Actividad	Precio Unitario (\$)	Cantidad Mensual Aproximada	Meses de Operación	Total Anual Año 1 (\$)
Senderismos	\$ 220.000,00	34	12	\$ 89.760.000,00
Rafting	\$ 230.000,00	40	12	\$ 110.400.000,00

Opción de Grado II: Creación de Empresa

Tubing	\$ 184.000,00	15	4	\$ 11.040.000,00
Rapel, torrentismo y canyoning	\$ 270.000,00	5	12	\$ 16.200.000,00
Espeología	\$ 240.000,00	3	12	\$ 8.640.000,00
Cabalgata	\$ 220.000,00	4	12	\$ 10.560.000,00
Parapente	\$ 220.000,00	3	12	\$ 7.920.000,00
Tour o recorridos	\$ 230.000,00	6	12	\$ 16.560.000,00
TOTAL ANUAL EN VENTA APROXIMADA				\$ 271.080.000,00
				X 3 AÑOS = \$ 813.240.000

Análisis. El portafolio de actividades es diverso, lo que puede ser positivo para mitigar riesgos. Dependiendo de una sola actividad para generar ingresos puede ser arriesgado, especialmente si se enfrenta a condiciones adversas (clima, regulación, etc.). La variedad permite atraer diferentes segmentos de clientes y maximizar las oportunidades de venta.

La estructura del presupuesto de ingresos es sólida, con una buena mezcla de actividades que permiten diversificar el riesgo y atraer diferentes clientes. Las proyecciones son optimistas, pero su éxito dependerá de una ejecución efectiva, la calidad del servicio y la adaptación a las condiciones del mercado.

- **Presupuesto de Egresos**

Costo Fijo	Monto Año 1 (\$)
INGRESO	\$ 271.080.000,00
Arriendo punto físico	\$ 7.200.000,00
Conexión a internet	\$ 1.510.800,00
Salario Coordinadora Operativa	\$ 42.000.000,00
Salario Asesora Comercial	\$ 15.600.000,00
Salario Guia Villavicencio 1	\$ 13.200.000,00
Salario Guia Villavicencio 2	\$ 13.200.000,00
Salario CEO	\$ 46.800.000,00
Servicios Públicos	\$ 2.400.000,00
Impuesto FONTUR	\$ 440.000,00
GANANCIA	\$ 128.729.200,00

Análisis. La capacidad de generar ingresos que superan considerablemente los costos fijos es un indicador positivo para la sostenibilidad del negocio. Sin embargo, es esencial que la empresa mantenga control sobre sus gastos y se prepare para fluctuaciones en los ingresos, especialmente en temporada baja.

- **Presupuesto de Efectivo**

Año	Flujo de Caja (\$)
Año 1	\$ 67.277.200,00
Año 2	\$ 73.488.076,00
Año 3	\$ 80.094.906,28

Análisis. El presupuesto de efectivo muestra un panorama positivo para la empresa, con un flujo de caja proyectado en crecimiento. Este crecimiento sostenido es esencial para garantizar la viabilidad y el desarrollo a largo plazo del negocio.

- **Estado de Ganancias y pérdidas**

Ingresos Totales (\$)	Egresos Totales (\$)	Utilidad Bruta (\$)
\$1,355,400,000	\$271,080,000	\$1,084,320,000

Análisis. El estado de ganancias y pérdidas muestra una empresa en una posición financiera sólida, con un alto nivel de rentabilidad y control de costos. Mantener la eficiencia operativa y buscar oportunidades de crecimiento serán claves para sostener este éxito en el futuro.

- **Balance General**

Categoría	Descripción	Monto (\$)
Activos	Activos Fijos	
	Equipos tecnológicos y mobiliario	\$13,198,000.00
	Intangibles	
	Costos relacionados con registros	\$1,985,900.00
	Capital de Trabajo	
	Capital necesario para operaciones	\$19,390,800.00
Total Activos		\$34,574,700.00
Pasivos	Préstamo Bancario	\$13,829,880.00
	Recursos Propios	\$20,744,820.00
Total Pasivos		\$34,574,700.00

Análisis. El balance general muestra un equilibrio entre activos y pasivos, lo que es indicativo de una buena salud financiera. La empresa tiene más recursos propios que deudas, lo que es un indicador positivo de su capacidad para afrontar obligaciones financieras. Además, presenta una empresa bien estructurada financieramente, con una sólida base de activos y una gestión prudente de los pasivos. Mantener este equilibrio y continuar invirtiendo en crecimiento y eficiencia será crucial para asegurar el éxito y la sostenibilidad a largo plazo. La vigilancia continua sobre los flujos de caja y la deuda será fundamental para mitigar riesgos financieros.

- **Indicadores y evaluación financiera**

Indicador	Cálculo	Resultado
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	$= \$34.574.700 / \$128.729.200$	0.27 años
Punto de Equilibrio	$= \$375.920.700 / \$230.000 - \$164.000$	6713 reservas por año
Retorno sobre la Inversión (ROI)	$= (\$128.729.200 / \$34.574.700) * 100$	372%
Valor Presente Neto (VPN)	$= \$271.080.000 - \$128.729.200$	\$ 142.350.800,00

Tasa Interna de Retorno (TIR)	Tasa que iguala VPN a cero	Necesario calcular
Ganancia Total		\$128,729,200.00

Análisis. El análisis de los indicadores financieros muestra un panorama muy positivo para la empresa. Con un corto periodo de recuperación de la inversión y un alto ROI, la operación es atractiva y rentable. Sin embargo, es fundamental calcular el punto de equilibrio, el VPN y la TIR para tener una visión completa y tomar decisiones informadas sobre futuras inversiones y estrategias de crecimiento.

Análisis de Impactos

- **Impactos Económicos**

Positivos:

- **Desarrollo local:** Al trabajar con operadores turísticos locales y proveedores del Departamento del Meta, se generarán ingresos para la comunidad local, impulsando la economía regional.
- **Generación de empleo:** La contratación de guías turísticos y la necesidad de servicios asociados como transporte, alojamiento y restauración crean nuevas oportunidades laborales.
- **Inversión en infraestructura:** La demanda de servicios turísticos puede incentivar inversiones en infraestructura como carreteras, señalización, servicios básicos en zonas turísticas, lo cual beneficia a la región en general.

Negativos:

- **Incremento en el costo de vida:** A medida que el turismo crece, los precios de bienes y servicios pueden aumentar, afectando a los habitantes locales, especialmente en zonas rurales.
- **Estacionalidad en la demanda:** Dado que las actividades turísticas pueden

dependen de la temporada, puede haber fluctuaciones en el ingreso tanto para la empresa como para los empleados temporales, afectando la estabilidad económica.

- **Impactos Sociales**

Positivos:

- Fomento de la identidad cultural: Al promover actividades turísticas que resalten la cultura local, se refuerza el orgullo y el sentido de pertenencia entre las comunidades.
- Desarrollo de capacidades: La capacitación de guías locales y otros actores del sector turístico mejorará las habilidades y competencias de los empleados y colaboradores.
- Integración social: La colaboración con comunidades locales para ofrecer experiencias auténticas contribuye a la cohesión social y fomenta el respeto mutuo entre los visitantes y los residentes.

Negativos:

- Choque cultural: La afluencia de turistas puede generar alteraciones en las costumbres locales o llevar a conflictos culturales, si no se gestiona adecuadamente la interacción entre turistas y residentes.

- **Impactos Ambientales**

Positivos:

- Conservación de la naturaleza: El turismo sostenible puede fomentar la conservación de áreas naturales, ya que el ingreso generado se destina a la protección de recursos naturales y a la sensibilización sobre la importancia de

cuidar el medio ambiente.

- Promoción del ecoturismo: Al ofrecer actividades basadas en el respeto a la naturaleza, se genera conciencia ambiental tanto entre los turistas como en las comunidades locales.

Negativos:

- Degradación ambiental: El turismo descontrolado o mal gestionado puede resultar en la degradación de los ecosistemas, incluyendo la contaminación de ríos, deforestación y erosión de suelos en áreas de alta afluencia turística.
- Generación de residuos: El incremento de turistas genera más residuos sólidos y demanda de recursos como agua y energía, lo que puede agotar los recursos locales y aumentar la contaminación.

- **Medidas de Mitigación**

- Estacionalidad del turismo: Implementar estrategias de promoción durante todo el año para suavizar las fluctuaciones en la demanda turística.
- Choque cultural: Desarrollar campañas de sensibilización tanto para los turistas como para la comunidad, promoviendo el respeto por las costumbres locales.
- Degradación ambiental: Limitar el número de visitantes en zonas sensibles, crear políticas de manejo de residuos, e involucrar a las comunidades en programas de conservación y educación ambiental.

Conclusiones

- Con objetivos estratégicos bien definidos tanto a corto como a mediano plazo, Reising Ruta se encuentra bien posicionada para consolidarse en el mercado turístico del Departamento del Meta. La planificación estratégica a través de alianzas locales, programas de fidelización de clientes y la expansión de experiencias turísticas a nivel nacional, fortalece la sostenibilidad a largo plazo del proyecto y abre nuevas

- oportunidades para escalar y diversificar su oferta.
- El proyecto tiene un fuerte enfoque en el desarrollo local, lo que genera empleo y fomenta el desarrollo de capacidades en las comunidades rurales del Meta. La inclusión de operadores locales y la promoción de la identidad cultural ayudan a crear valor compartido entre la empresa y la comunidad, lo que favorece una mayor aceptación social y el fortalecimiento de las relaciones con los locales.

Evidencia de Puesta en marcha

- **RNT (Registro Nacional de Turismo)**



2024012312563356418894

Registro No. 192951

REGISTRO NACIONAL DE TURISMO
REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL
CERTIFICA QUE

ROJAS MELO JUAN SEBASTIAN
NIT: 1006773994-5
REISING RUTA

Dirección Comercial:
CL 3 NO. 14 71-VILLAVICENCIO META

Dirección para notificaciones:
CL 3 NO. 14 71 BARRIO HACARITAMA

Fecha de asignación número del RNT: 23 de enero de 2024

Se encuentra inscrito en el Registro Nacional de Turismo como:

AGENCIAS DE VIAJES
AGENCIA DE VIAJES Y DE TURISMO

Fecha de Expedición: 23/01/2024
Fecha de Vencimiento: 31/03/2025

CESAR ALEJANDRO CASALLAS LUGO
CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO



Figura 2. Registro Nacional de Turismo, Agencia de turismo Reising Ruta

- **Redes Sociales:**



Figura 3. Instagram, @reisingruta



Figura 4. Tik Tok, @reisingruta

Opción de Grado II: Creación de Empresa



Figura 5. Facebook, @reisingruta

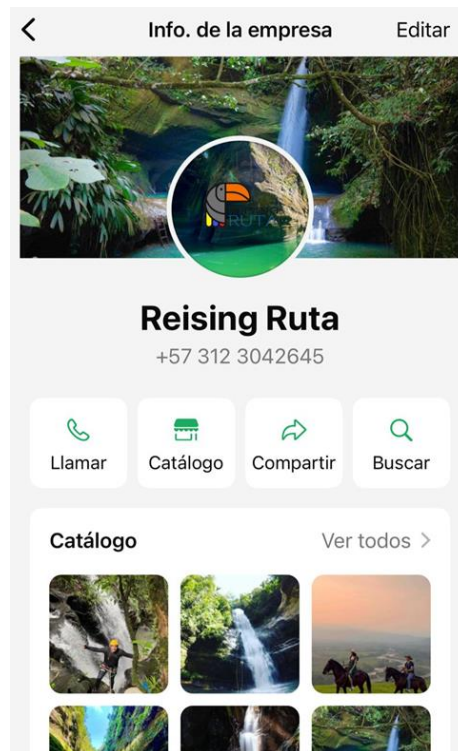


Figura 6. WhatsApp, Línea De Atención

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO



ACREDITACIÓN
INSTITUCIONAL
— MULTICAMPUS —
DE ALTA CALIDAD POR 8 AÑOS
Resolución 054325 del 29 de julio de 2022



VILLAVICENCIO
Campus Aguas Claras - Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

- **Fotos de operaciones turísticas:**



Figura 7. Operación turística, Cascada Arenales



Figura 8. Operación turística, Río Guejar



Figura 9. Operación turística, Río Guape



Figura 10. Operación turística, Cascada Caracas



Opción de Grado II: Creación de Empresa

- **Captura de entrevistas y artículos**



Figura 11. Artículos Publicados, entrevistas

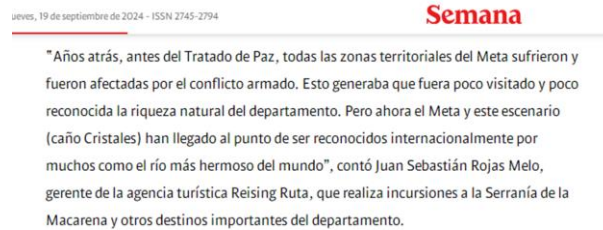


Figura 12. Fragmento del artículo, Caño Cristales se alista para recibir a más de 15 mil turistas este año. Estos son los detalles



Figura 13. Fragmento del artículo, Definen la fecha en la que los visitantes podrán disfrutar de Caño Cristales en 2024: el río más lindo del mundo

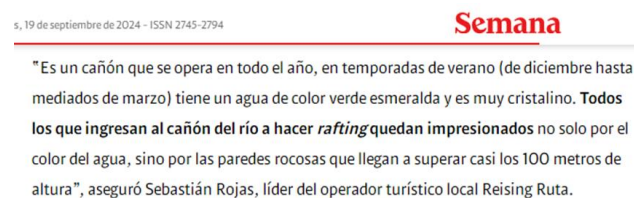


Figura 14. Fragmento del artículo, Mucho más que Caño Cristales: estas son las otras maravillas naturales del Meta

Bibliografía

- **Redes Sociales**

Instagram

<https://www.instagram.com/reisingruta>

Tik Tok

<https://www.tiktok.com/@reisingruta>

Facebook

<https://www.facebook.com/ReisingRuta>

WhatsApp

<https://wa.me/573123042645>

- **Entrevistas y artículos**

Artículos, Resvista Semana

Semana, R. (2024, 9 mayo). Caño Cristales se alista para recibir a más de 15 mil turistas

este año. Estos son los detalles. Semana. <https://www.semana.com/amp/mejor-colombia/articulo/cano-cristales-se-alista-para-recibir-a-mas-de-15-mil-turistas-este-ano-estos-son-los-detalles/202458/>

Semana, R. (2024b, mayo 10). Mucho más que Caño Cristales: estas son las otras

maravillas naturales del Meta. Semana. <https://www.semana.com/amp/mejor-colombia/articulo/mucho-mas-que-cano-cristales-estas-son-las-otras-maravillas-naturales-del-meta/202450/>

Artículos, Infobae

Montenegro, J. M. A. (2024b, mayo 10). Definen la fecha en la que los visitantes podrán

disfrutar de Caño Cristales en 2024: el río más lindo del mundo. Infobae.

<https://www.infobae.com/colombia/2024/05/10/definen-la-fecha-en-la-que-los-visitantes-podran-disfrutar-de-cano-cristales-en-2024-el-rio-mas-lindo-del-mundo/?outputType=amp-type>

Referencias

- Ingreso de Divisas por turismo en Colombia Registró Cifra Récord y creció 22,4 %*. MINCIT. (Marzo, 2024). <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/record-ingreso-divisas-por-turismo-en-colombia>
- Gonzales Bottía, H. (n.d.). *El Turismo Como Alternativa de Desarrollo Para Villavicencio y el departamento del meta*. El turismo como alternativa de desarrollo para Villavicencio y el departamento del Meta | Banco de la República. <https://www.banrep.gov.co/es/el-turismo-alternativa-desarrollo-para-villavicencio-y-el-departamento-del-meta>
- El turismo fue dinamizador de la economía en 2022*. Gobernación del Meta. (2023, Mayo 18). <https://meta.gov.co/noticias/el-turismo-fue-dinamizador-de-la-econom%C3%ADa-en-2022/2229#:~:text=Entre%20los%20logros%20m%C3%A1s%20representativos,generando%2025.000%20empleos%20directos%20e>
- Gil Valdés, Dr. V. (2022, February 13). *Deportes extremos: adrenalina con medidas de seguridad*. Santalucia.es. <https://www.santalucia.es/seguo-accidentes/articulos/deportes-extremos-seguridad>
- Fraile, J. (2023, February 22). *El meta descubre UN Destino Que Revolucionará el turismo de aventura en Colombia*. Caracol Radio. <https://caracol.com.co/2023/02/22/el-meta-descubre-un-destino-que-revolucionara-el-turismo-de-aventura-en-colombia/>
- Prieto, Z. (2023, March 28). *Turismo: ¿El Nuevo Petróleo del Meta?*. Consejo de Redacción. <https://consejoderedaccion.org/sello-cdr/investigacion/turismo-el-nuevo-petroleo-del-meta/>
- Colombia, A. W. R. (2023, December 26). *Meta, Donde El Turismo y la Naturaleza son Uno Solo*. W Radio. <https://www.wradio.com.co/2023/12/26/meta-donde-el-turismo-y-la-naturaleza-son-uno-solo/>
- Castaño, M. A. (2024, April 11). *Arauca, chocó y meta: Los tres ejes que quieren impulsar en estos cuatro años*. ELESPECTADOR.COM.

<https://www.elespectador.com/colombia/mas-regiones/gobernadores-de-arauca-choco-y-meta-gestionan-seguridad-y-vias-de-sus-departamentos/>

Sanabria, P. M. (2022, June 5). *Internacional* | RCN Radio. El Joropo se tomó las calles y pantallas de Time Square en Nueva York. <https://www.rcnradio.com/internacional/el-joropo-se-tomo-las-calles-y-pantallas-de-time-square-en-nueva-york>

Moreno, J. (2023, September 27). *Promoción, Capacitación y Producto Turístico, Los Desafíos del Turismo en el Meta*. Periódico del Meta. <https://periodicodelmeta.com/dia-mundial-del-turismo-cotelco-meta-desafios-52200-2/>

López, P. (2023, September 4). *En el meta, Aerolíneas Incrementan Operatividad de Vuelos a partir de Este mes*. Incremento de vuelos en el Meta. <https://www.radionacional.co/noticias-colombia/incremento-de-vuelos-en-el-meta>