# ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ECO HOTEL EN LA FINCA EL VIJAL CORREGIMIENTO LA IBERIA MUNICIPIO DE TULUÁ VALLE DEL CAUCA

**GUIDO MAURICIO BARÓN CHAVEZ**

**SANDRA LISBED VELANDIA LÒPEZ**

**UNIDAD CENTRAL DEL VALLE DEL CAUCA**
**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES**
**PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**
**TULUÁ**
**2011**

# ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ECO HOTEL EN LA FINCA EL VIJAL, CORREGIMIENTO LA IBERIA MUNICIPIO DE TULUÁ VALLE DEL CAUCA

**GUIDO MAURICIO BARÓN CHAVEZ**

**SANDRA LISBED VELANDIA LÒPEZ**

**Trabajo de grado para optar al Título de Administrador de Empresas**

**Director**

**ENEIS JARAMILLO RODRIGUEZ**

**Especialidad**

**Administración de Empresas**

**UNIDAD CENTRAL DEL VALLE DEL CAUCA**
**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES**
**PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**
**TULUÁ**
**2011**

**Nota de Aceptación**

_____

_____

_____

_____

_____
Firma del Presidente del Jurado

_____
Firma del Jurado

_____
Firma del Jurado

Tuluá, agosto de 2011

## DEDICATORIA

### SANDRA LISBED VELANDIA LÓPEZ

Este trabajo es producto de todo el esfuerzo que he dedicado a formarme como profesional sin duda alguna y quienes tienen mayor mérito son:

En primer lugar a Dios por darme toda la fortaleza para poder seguir adelante con mis metas y no dejarme desfallecer ante cualquier obstáculo.

A mis padres Hernando y Mireya porque nunca han titubeado ni dudado en ningún momento para ofrecerme su apoyo durante toda mi vida.

A mi esposo Adrián quien me brindo su amor, su cariño y su apoyo incondicional durante toda la carrera.

A mi adorada hija Kren Sofia quien me prestó el tiempo que le pertenecía para terminar mi carrera; que con sus ojitos y cariño me dan la fuerza necesaria para estar de pie y con la cabeza en alto para enfrentar cualquier situación por difícil que sea.

Y a toda mi familia por estar allí siempre apoyándome en el transcurso de mi vida.

### GUIDO MAURICIO BARÓN CHAVEZ

A Dios por darme la sabiduría y acompañarme siempre en mis metas y logros.

A mis padres porque siempre han creído en mí, y me han dado todo su amor y su apoyo a lo largo de mi vida.

A toda mi familia por comprenderme siempre y en especial a mi abuelo que desde el cielo siempre ha estado conmigo.

A todas aquellas personas que de una u otra forma me han brindado su apoyo incondicional.

## AGRADECIMIENTOS

En primer lugar a Dios porque él nos ha bendecido y permitido realizar un sueño en convertirnos en unos profesionales, a nuestros padres que nos han apoyado con su amor y su dedicación en darnos siempre lo mejor incondicionalmente. También a nuestros profesores y compañeros en poder compartir muchos momentos a lo largo de nuestra carrera. A nuestra Directora de Tesis por tener la disposición y brindarnos su ayuda.

## TABLA DE CONTENIDO


| | pág. |
|---|---|
| RESUMEN | |
| GLOSARIO | 13 |
| INTRODUCCIÓN | 16 |
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 18 |
| 1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA | 18 |
| 1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA | 19 |
| 1.3 FORMULACION DEL PROBLEMA | 24 |
| 1.4 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA | 24 |
| 2. JUSTIFICACIÓN | 25 |
| 3. OBJETIVO GENERAL | 27 |
| 3.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS | 27 |
| 4. MARCO REFERENCIAL | 28 |
| 4.1 MARCO HISTORICO | 28 |
| 4.1.1 Reseña histórica del corregimiento de la Marina y la Iberia | 28 |
| 4.1.2 Reseña histórica de la finca el Vijal | 28 |
| 4.2 MARCO TEORICO | 29 |
| 4.3 ESTADO DEL ARTE | 32 |
| 4.3.1 Situación actual de la formación en Turismo en Colombia | 32 |
| 4.3.2 Política Turística Nacional | 35 |
| 4.3.3 Visión 2020 del Sector Turístico | 35 |
| 4.3.4 Documento Conpes | 37 |
| 4.3.5 Bases del plan Nacional de Desarrollo “prosperidad para todos 2010-2014” | 37 |
| 4.3.6 Política para el desarrollo del Ecoturismo | 38 |
| 4.3.7 Política de Turismo Cultural “ identidad y desarrollo competitivo del patrimonio” | 40 |
| 4.3.8 Política de Turismo de convenciones y congresos | 42 |
| 4.3.9 Los planes Regionales de competitividad (PRC) | 43 |
| 4.3.10 El turismo en el plan de desarrollo Departamental | 43 |
| 4.3.11 El turismo en los instrumentos de planificación Municipal | 44 |
| 4.3.11.1 El turismo en el plan de ordenamiento Territorial del Municipio de Tuluá | 44 |
| 4.3.12 El turismo en el Plan de Desarrollo Municipal | 47 |
| 4.4 MARCO JURÍDICO Y LEGAL | 48 |
| 4.4.1 Normatividad jurídica que regula el eco-turismo en Colombia | 48 |
| 4.4.2 Constitución Política de Colombia de 1991 | 48 |
| 4.4.3 Ley 99 del 22 de diciembre de 1993 | 49 |
| 4.4.4 Acuerdo No. 010 de 2005 de la UCEVA | 49 |
| 4.5 DISEÑO TEÓRICO METODOLÓGICO | 50 |
| 4.5.1 Tipo de investigación | 50 |
| 4.5.2 Método de la investigación | 50 |
| 4.5.3 Técnicas para recolectar la información | 50 |

4.5.4 Tratamiento de la información 51
4.5.5 Población o universo 51
4.5.6 Segmento poblacional 51
4.5.7 Estimación del tamaño de la muestra 51
5. ESTUDIO DE MERCADOS 53
5.1 OBJETIVO DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS 53
5.2 MERCADO A PENETRAR 53
5.2.1 Análisis del Sector del Turismo 53
5.2.2 Macro ambiente 53
5.3 ANALISIS DEL ENTORNO 62
5.3.1 Microambiente 62
5.4 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO 65
5.5 ESTIMACION DE LA DEMANDA 66
5.6 ANALISIS DE LA OFERTA 67
5.7 MECANSMOS Y PROCESOS DE INVESTIGACIÓN 68
5.7.1 Perfil del consumidor 69
5.7.2 Segmentación del mercado 69
5.7.3 Plan muestreo 69
5.7.4 Diseño de la encuesta 70
5.7.5 Diseño del procedimiento de recolección de datos 71
5.7.6 Tabulación y análisis de la encuesta 71
5.7.7 Conclusiones de la investigación de mercado 87
5.8 Estrategias de mercadeo 88
5.8.1 Estrategias de servicio 88
5.9 ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD 95
5.10 ESTRATEGIA DE PLANEACION 96
6. ESTUDIO TÉCNICO 97
6.1 LOCALIZACIÓN GENERAL DEL PROYECTO 97
6.2 IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS 98
6.3 LISTADO DE EQUIPOS 100
6.4 DESCRIPCIÓN DE LOS INSUMOS 100
6.5 DISTRIBUCIÓN ESPACIAL 101
6.6 LA ORGANIZACIÓN 102
6.7 GESTIÓN TECNOLÓGICA 105
6.8 TRAMITES NECESARIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL PROYECTO EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ 105
7. ESTUDIO FINANCIERO 107
7.1 Activos Fijos 107
7.2 Vehículos 108
7.3 Equipos de Oficina 108
7.4 Muebles y enseres 109
7.5 Activos intangibles 109
7.6 Capital de Trabajo 109
7.7 MATERIALES DE MANTENIMIENTO 110

7.8 CAJA Y BANCOS 111
8. CONCLUSIONES 117
9. RECOMENDACIONES 118
10. BIBLIOGRAFÍA 119
11. Anexos 121

## LISTA DE TABLAS


| | Pág. |
|---|---|
| Tabla 1. Evolución demográfica de Tuluá | 62 |
| Tabla 2. Movimientos de pasajeros Central de transportes Tuluá año 2010 | 67 |
| Tabla 3.Ficha técnica estudio de mercados | 71 |
| Tabla 4. Activos fijos construcciones | 108 |
| Tabla 5. Equipo de oficina | 109 |
| Tabla 6. Muebles y enseres | 109 |
| Tabla 7. Útiles de aseo | 110 |
| Tabla 8. Insumos de producción | 110 |
| Tabla 9. Insumos de consumo | 111 |
| Tabla 10. Sueldos mensuales con prestaciones y seguridad social | 112 |
| Tabla 11.Otros | 113 |
| Tabla 12. Presupuesto ventas en unidades | 114 |
| Tabla 13. Presupuesto gastos de administración | 114 |
| Tabla 14.Presupuesto gastos de ventas | 115 |
| Tabla 15. Estado de resultados o de ganancias y pérdidas (GYP) | 115 |
| Tabla 16. Flujo de efectivo o flujo de caja | 116 |
| Tabla 17. Balance general proyectado | 117 |

## LISTA DE GRAFICOS


| | **Pág**. |
|---|---|
| Grafico 1. Motivo de Viaje | 55 |
| Grafico 2. Ciudad destino | 55 |

## LISTA DE FIGURAS


| | **Pág**. |
|---|---|
| Figura 1. Mapa Turístico del Valle del Cauca | 57 |
| Figura 2. Mapa Turístico del Valle del cauca | 92 |
| Figura 3. Mapa Turístico del Valle del Cauca. Red de festivales Musicales | 93 |
| Figura 4. Mapa Turístico del Valle del Cauca. Ruta eco turística y de aventura | 93 |
| Figura 5. Mapa Turístico del Valle del Cauca. Ruta aventura | 94 |
| Figura 6. Diagrama del flujo del Servicio. | 99 |
| Figura 7. Área del terreno. | 101 |

## RESUMEN

El estudio de factibilidad para la creación de un Eco Hotel en la finca el Vijal, corregimiento la Iberia Municipio de Tuluá Valle, se realizó con el objetivo de poder determinar la viabilidad de realizar este proyecto, para esto se dividió el estudio en algunas áreas relevantes para la ejecución de este.

Se realizó una investigación de mercado para poder establecer las necesidades y preferencias de nuestros futuros clientes potenciales y adicionalmente determinar nuestro mercado objetivo.

Una vez identificado el mercado objetivo se procedió a realizar unas estrategias de marketing que será aplicada para el proyecto.

Se realizó un estudio de la estructura organizacional que tendrá el proyecto, para su puesta en marcha.

Posteriormente se realizó el estudio técnico del proyecto en el que se describió la ubicación del resort, los datos generales de la obra y las distribuciones y descripción de las áreas del Eco Hotel el Vijal y se determinó el presupuesto de las obras a ejecutarse.

Finalmente se analizó la viabilidad financiera de emprender este proyecto; este estudio proporciona el montó de la inversión para la creación del Eco Hotel y su puesta en marcha, la estructura de financiamiento, el presupuesto de costos y gastos, la demanda proyectada en base al porcentaje de ocupación, flujo de caja proyectado con el que se pudo establecer los parámetros de rentabilidad, como la tasa interna de retorno y se complementó este estudio con el análisis de sensibilidad

## GLOSARIO

- **AGROTURISMO:** Es una clase de turismo especializado en donde se pretende involucrar al visitante con el campesino en las labores agrícolas, por eso la idea es desarrollarlo en lugares en donde se puedan llevar a cabo este tipo de actividades. Además tiene como objetivo generar un ingreso adicional a la economía rural.

- **BALANZA TURÍSTICA:** Confrontación del ingreso de divisas, producto de la entrada de visitantes extranjeros en un Estado con el egreso de divisas efectuadas por sus nacionales que salen al extranjero.

- **BIODIVERSIDAD:** Conjunto de todas y cada una de las especies de los seres vivos y sus variedades, sean terrestres, acuáticas vivan en el aire o en el suelo, sean plantas o animales Alta variedad de seres vivos sobre la tierra y los patrones naturales que conforma variedad de ecosistemas y las diferencias genéticas dentro de cada aspecto que permite la combinación de múltiples formas de vida y cuyas mutuas interacciones y con el resto del entorno, fundamenta el sustento de la vida sobre el planeta.

- **CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA:** La conservación de la naturaleza se basa esencialmente en tres aspectos**:**
  - Ordenar el espacio y permitir diversas opciones de uso de los recursos.
  - Conservar el patrimonio natural, cultural e histórico de cada país.
  - Conservar los recursos naturales, base de la producción.

- **CORRIENTE TURÍSTICA:** Conjunto de personas que con fines turísticos se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continúo con características especiales para la realización de actividades ajenas a las de rutina.

- **CONCIENCIA TURÍSTICA:** Conjunto de actitudes y comportamiento de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción de turista a través de la hospitalidad y comprensión. Conocimiento de los lugares y locales para los turistas, que sin llegar al servilismo conduce a una convivencia cordial

- **GUÍA TURÍSTICA:** Expresión que designa los fascículos, libros u otro tipo de publicación que tiene como fin esencial dotar al turista de la información histórica.

- **ITINERARIO:** Es el recorrido establecido trazando en los mapas correspondientes y que comprende: punto de origen, punto de toque y punto definitivo del destino.

- **MEDIO AMBIENTE:** Se entiende por medio ambiente todo lo que afecta a un ser vivo y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o la sociedad en su vida. Comprende el conjunto de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y un momento determinado, que influyen en la vida del ser humano y en las generaciones venideras. Es decir, no se trata sólo del espacio en el que se desarrolla la vida sino que también abarca seres vivos, objetos, agua, suelo, aire y las relaciones entre ellos, así como elementos tan intangibles como la cultura.

- **MERCADO TURÍSTICO:** El término mercado está relacionado con las actividades de compra- venta (oferta y demanda), que el caso turístico se refiere a los servicios que demandan los clientes potenciales, y la oferta de servicios por parte de las empresas prestadoras de los mismos.

- **PRODUCTO TURÍSTICO:** Constituido por el conjunto de aspectos tantos naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombreen los lugares distantes al habitual. En la otra parte tratamos de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario para que individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas.

- **RUTA:** Es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención.

- **RECURSOS TURÍSTICOS:** Es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural.

- **TURISMO:** Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un

periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

- **TURISTA:** Es la persona que se traslada de su domicilio habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico. Es aquella persona que visita distintos puntos de su país o del planeta, y que lo hace para aprender o para aumentar su conocimiento cultural, se diferencia así del viajero.

- **TURISMO ECOLÓGICO O ECO-TURISMO:** Es un enfoque para las actividades turísticas en la cual se privilegia la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los visitantes, debido a su rápido crecimiento también se le ve como un subsector de la actividad turística. En su acepción más común la etiqueta eco-turística implica un viaje ambientalmente responsable, a regiones poco perturbadas para disfrutar del medio natural y de la cultura de los habitantes de tal medio, para promover tanto la apreciación de las riquezas naturales y culturales de los lugares a visitar, como para dar a la conservación un valor monetario tangible, que sirva de argumento para convencer tanto a los visitantes como a los lugareños de la importancia de la conservación de sus recursos.

- **TURISMO TRADICIONAL:** Lo que están acostumbrados hacer los turistas de viajar de un lugar a otro, para divertirse solamente sin ninguna preservación al medio ambiente o conservación del mismo.

- **TOUR:** Es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia.

- **VALORES TURÍSTICOS:** Son los aspectos materiales o inmateriales que en un Estado o región que por su atractivo para las personas de otros lugares son subjetivamente susceptibles de convertirse en motivo turístico.

# INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años Colombia se ha convertido en un destino turístico gracias a su diversidad natural, clima, paisajes y cultura. El ecoturismo ha surgido como una oportunidad de luchar contra la pobreza y mejorar la calidad de vida de muchas personas; en donde el entorno natural se protege y es rentable, así mismo se preserva el patrimonio cultural de cada región.

Desde el gobierno de Álvaro Uribe Vélez se ha trabajado con las rutas turísticas y con el lema "VIVE COLOMBIA VIAJA POR ELLA", donde la seguridad democrática ha convertido a nuestro país en un destino turístico y seguro para turistas nacionales y extranjeros.

Muchas regiones del país se han venido fortaleciendo como destinos turísticos, lo vemos en el Valle del Cauca, y en el Eje Cafetero, donde ofrecen gran variedad de paquetes turísticos a sus visitantes. En Tuluá, ciudad intermedia y cercana a todos los destinos de turismo que ofrecen estas regiones, la Cámara de Comercio y la Alcaldía Municipal, por medio del Centro Nacional de la Productividad, han certificado a 200 empresas prestadoras de servicios turísticos de la zona centro y norte del Valle, para crear y fortalecer rutas turísticas en nuestro Municipio y zonas aledañas.

El Estudio de factibilidad para la creación de un Eco Hotel en la finca el Vijal, corregimiento la Iberia del Municipio de Tuluá-Valle, surge de la necesidad de ofrecerle a los turistas, tanto nacionales como extranjeros, la posibilidad de recrearse y disfrutar del contacto con la naturaleza y de liberarse de las tensiones de la vida cotidiana y del stress de la ciudad, así mismo contribuye al desarrollo de esta Región.

Lo que incentiva la creación de este proyecto es que en la ciudad, y en sus alrededores, no se cuenta con ningún Eco Hotel con características de preservación ambiental, teniendo en cuenta la importancia de la riqueza ecológica y paisaje rural.

El desarrollo metodológico se basa en la teoría de Rodrigo Varela Villegas, de su libro Innovación empresarial arte y ciencia en la creación de empresas.

El proyecto de evaluación de viabilidad del Eco Hotel El Vijal, empresa Limitada se ha dividido en tres objetivos: El estudio de mercado; el estudio Técnico y organizacional, y la realización y evaluación financiera. En el primer objetivo se conocerán los clientes potenciales del turismo ecológico, en el segundo objetivo se estudiara la capacidad instalada para le prestación del servicio de Eco Hotelería, su normatividad y constitución legal. En el tercer objetivo se evaluara

la viabilidad y  la rentabilidad de la creación de un Eco Hotel en la finca el Vijal del corregimiento la Iberia,  Municipio de Tuluá-Valle.

# 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

## 1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

El eco-turismo, frecuentemente confundido con los deportes de alto riesgo**,** en un medio de exuberante flora y fauna, consiste realmente en visitas a las áreas geográficas relativamente inalteradas o que en su defecto hayan sido adecuadas para el turismo (siempre y cuando ésta no represente la devastación ambiental), con la finalidad de disfrutar y apreciar sus atractivos naturales o culturales, por medio de un proceso que promueva la conservación. De este modo el ecoturismo tiene un bajo impacto ambiental y propicio a la participación activa de las poblaciones generando el ambiente ideal para el desarrollo socio-económico de la región en la que estén inmersos este tipo de proyectos ya que permite la redistribución de sus beneficios.

Dentro del eco-turismo responsable, el hombre hallará un motivo para reflexionar acerca del valor de sus abundantes recursos y la necesidad de contar con una política reguladora en la materia. Según la Organización mundial del turismo[1], los ingresos generados en los países en vía de desarrollo por la actividad turística alcanzan un 42% del total de los servicios y presentan un pronóstico de crecimiento explosivo para los próximos años, especialmente el ecoturismo en áreas de riqueza naturales o culturales, esto debido a la actual necesidad humana que surge ante la posibilidad de cambiar la imagen cotidiana de una ciudad cosmopolita, inmersa en la contaminación visual, el ruido y la polución; por la imagen de un paisaje natural que ofrezca tranquilidad y permita la desconexión del mundo artificial o selva de concreto en la que habitualmente se desenvuelve el hombre.

Colombia, posee evidentes ventajas comparativas para convertirse en uno de los lugares más atractivos del mundo en términos de diversidad de paisajes, climas y áreas de interés natural o cultural. Para que esa situación se transforme en una herramienta clave para en el desarrollo sostenible, deberá hacerse hincapié en la planificación y conservación de nuestro patrimonio y haciendo capacitación, con el objetivo fundamental de preservar su verdadera esencia, su autenticidad.

De este modo, el eco-turismo no sólo representa una opción sostenible y rentable de proteger el ecosistema; también es una oportunidad en la lucha contra la pobreza, tal como ha sido reconocido en la reciente Cumbre del Desarrollo Sostenible, efectuada en Johannesburgo – Sudáfrica, puesto que ofrece características ideales para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa y

[1] ACOSTA JARAMILLO. ALEJANDRA MARÍA Factibilidad para la construcción de un parque eco turístico en el Municipio de Tuluá del Valle del Cauca en el distrito cinco del picacho 2009, Tesis Universidad del Valle.

brinda una oportunidad a las comunidades rurales ubicadas en lugares remotos, cuyo acceso a las inversiones o fondos públicos es limitado, pero que están inmersos en su biodiversidad, enmarcada en parajes inolvidables.

La riqueza de los recursos naturales, es y será uno de los pilares más importantes del patrimonio natural de este país; y considerando la situación económica, pero sobre todo política de la actualidad, es realmente escasa la certeza de que los irrisorios fondos que reciben en la actualidad los parques naturales para su conservación sean incrementados en el futuro por venir. En este sentido, resulta muy oportuna la intervención del sector privado, para que se promueva una adecuada intermediación en todo lo relacionado a la utilización de los recursos económicos y financieros que permitan los beneficios ambientales, sociales y económicos que contribuyen al desarrollo sostenible de la región, garantizando que los dividendos económicos obtenidos por el cobro de ingresos, concesiones, etc. sean reinvertidos en la propia región, para efectos de conservación y mantenimiento de los ecosistemas, generación de empleo y reactivación económica multisectorial en general.[2]

Sería entonces necesario iniciar un estudio de factibilidad para la creación de un Eco Hotel en la finca el Vijal de propiedad de la UCEVA IES, proyecto que implemente una estrategia de eco-turismo responsable, independientemente de los procesos políticos que tienen paralizado al país, y dejar atrás la actitud improvisada que nada aporta para poner en marcha un ambicioso proyecto turístico bien planificado y estructurado, en el que participen todos los sectores de nuestra sociedad y se obtenga un beneficio recíproco que propenda a la distribución equitativa de los beneficios económicos, sociales y culturales que ofrece este tipo de proyectos. Es por eso que se plantea el siguiente proyecto.

## 1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La Política de Seguridad Democrática, liderada por el Gobierno anterior, reactivó el turismo y en especial el de muchos rincones de Colombia. Donde las caravanas turísticas han dado la confianza para viajar y conocer muchas regiones y costumbres del país, todo esto enmarcado bajo el lema “vive Colombia viaja por ella”; este proceso de consolidar el turismo nacional y reactivar las rutas turísticas existentes en el país, y abrir nuevas rutas en ciudades intermedias con alto potencial en el ámbito eco y agro turístico, muestran a Tuluá como una ciudad intermedia, con un alto potencial para explotar este turismo que día a día cobra mayor relevancia en la generación de empleo y acorde al PIB Nacional.

[2] OMT Organización Mundial del Turismo referencia tomada año 2007-2008.

El Valle del Cauca, es beneficiado por la geografía para el desarrollo del ecoturismo. La multiplicidad de climas, la variedad de culturas y legados religiosos e históricos, han propiciado la inquietud de desarrollar un proyecto eco turístico. El centro del Valle especialmente el Municipio de Tuluá y más específicamente en el distrito 5 entrada a la Iberia, es un sector que posee las características que se requieren para el desarrollo de proyectos eco-turístico por la riqueza de su flora y fauna representadas por bosques del Municipio hacia la zona cordillerana que son de alto valor, la flora es abundante y en los bosques pueden apreciarse los siguientes:

- Narcisos, Geranios, Camelias, Margaritas, Dalias, Líricos, Hortensias, Amapolas, Jazmines, Begonias, Pensamientos, Violetas, Tulipanes, Crisantemos, Magnolias y Orquídeas.

Igualmente rica y variada es la fauna, y en las zonas selváticas de las cordilleras hay especies como:

- tatabro, venados, danta, guagua, tigrillo, mico, zorro, pericos ligeros, ardilla, armadillo, guatín, casa cusa, lancha zaino y muchos otros.

En la fauna marina abundan peces de agua dulce especialmente boca chico, veringo, y sabaleta entre otro. Es rico en vegetación y presenta las condiciones adecuadas y propicias para el desarrollo de proyectos de eco hoteles, porque cuenta con su materia prima principal la cual es rica en vegetación, es así como se dan las condiciones propicias para el desarrollo proyectos eco-turísticos en la región bajo las normas existentes. Entre las leyes de protección ambiental tenemos el decreto extraordinario No 2420 de 1968, el cual tiene como objetivo reglamentar en forma técnica el manejo de las zonas de interés general, fomentar y restaurar la flora silvestre nacional, además de promover el desarrollo y utilización de nuevos y mejores métodos de conservación y aprovechamiento de la flora silvestre nacional.[3]

El Municipio de Tuluá es uno de los afortunados para desarrollar esta serie de propuestas socioeconómicas y con el plan de desarrollo turístico de Tuluá se pretende dar fortalecimiento empresarial y comercial a 200 empresas prestadoras de servicios turísticos en el centro y norte del Valle del Cauca,[4] el cual sería de gran importancia para el sector turístico del corregimiento de La Marina y la Iberia que presentan características especiales de ubicación en el Municipio de Tuluá y

[3] ALBÁN MERCADO, FERNANDO proyecto planificación de producción agropecuaria sostenible en la finca el Vijal tesis tecnología agropecuaria ambiental 2009

[4] Dato obtenido de la Cámara de Comercio de Tuluá e informe desarrollado por el Periódico de Nuestra Región (http://elperiodicowebtulua.blogspot.com).

en el Departamento del Valle del Cauca, (a solo 20 minutos del casco urbano), que los hacen unos corregimientos de la ruta agro turística donde las personas pueden llegar y encontrarse con ambientes naturales y de recreación, fincas hoteles, zonas de camping, restaurantes, reservas naturales, caminatas ecológicas, deportes extremos, fácil acceso de vías con un gran valor en sus paisajes y sirviendo de mirador para la ciudad de Tuluá. No obstante, debido a la inseguridad que se vivió hace años y a la poca información que se ha dado de este bello corregimiento hay poca explotación de esta ruta turística de La Marina.[5]

Con base a las ventajas competitivas que se presenta en los corregimientos de la Marina y la Iberia para los visitantes, éstos prometen ser unos corregimientos que reúne las características específicas para formular una propuesta que fortalezca la economía, y a la vez des estigmatiza la mala imagen que cobro esta región en el año 98, como uno de los lugares más violentos en el Valle del Cauca.

El Municipio de Tuluá cuenta con el apoyo institucional necesario para el desarrollo de proyectos eco-turísticos, si se tiene en cuenta que el desarrollo de este tipo de proyectos empresariales se hace en zonas boscosas, se requiere un cuidado importante para los visitantes. Esta es una zona de influencia turística porque cuenta con las condiciones propicias para el desarrollo de proyectos generado apoyo y la unión de esfuerzos para crear conciencia del eco turismo en todos los habitantes del municipio, en la zona rural y urbana.

El Municipio ha creado condiciones de favorabilidad para difundir información histórica, cultural y turística en las escuelas y colegios para realizar talleres de capacitación, con el fin de divulgar la identidad histórica cultural y natural del municipio, entre los estudiantes prestadores de servicios turísticos y comunidad local. De ésta manera iniciar una preparación para promocionar el sector turístico y consecutivo a esto desarrollar proyectos enfocados al eco-turismo, con la activa participación de los programas de desarrollo, a través de la dirección del turismo y apoyándose en el Plan de Desarrollo Turístico para el Departamento de Valle del Cauca, expedido por la secretaria Departamental de Cultura y Turismo.

Así Tuluá puede llegar a ser una ciudad de influencia de turismo, si se construye una visión de futuro en el desarrollo nacional y de mercado territorial con la integración de todo tipo de esfuerzo, recursos, personas y entidades públicas y/o privadas cuyo propósito y función propendan al desarrollo empresarial para alcanzar un mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes para lograr un desarrollo social - económico de la región y sus alrededores como Andalucía, Bugalagrande, San Pedro, siendo el epicentro el centro Vallecaucano empatando con el norte, sur, occidente y sur occidente del departamento, donde hace impacto la UCEVA como inicio de desarrollo turístico en la finca el Vijal a través de la

[5]Proyecto planificación de producción agropecuaria sostenible en la finca el Vijal tesis tecnología agropecuaria ambiental 2009 Turístico que sea visitada por las todas las personas que deseen disfrutar de ambientes naturales antes mencionados

creación de un eco-hotel que capture gran potencial de visitantes internos y extranjeros, que ofrezca nuevas alternativas a los visitantes, encontrando atracciones naturales en el centro del valle del cauca como el desarrollo de proyectos eco-turísticos.

Tuluá cuenta con excelentes vías de acceso: principal vía terrestre es la carretera panamericana que la comunica con Colombia y el continente, en la zona Buga – Tuluá y Tuluá – La Paila, se agilizó con la doble calzada, reduciendo el tiempo entre Cali y Bogotá; la vía marítima por la cercanía del puerto de Buenaventura con la vía que de Tuluá empalma con la de Buga – madroñal, también se une a los puertos de la costa norte por medio de una red carreteable pavimentada desde Cartagena, Barranquilla y Santa Marta; la vía aérea permite comunicación del aeropuerto Farfán Heriberto Gil Martínez de Tuluá con los aeropuertos el Dorado de Bogotá, Alfonso Aragón Bonilla de Cali, Mate caña de Pereira, El edén de Armenia, el Olaya Herrera de Medellín; Por vía terrestre: tomando la vía panamericana partiendo de la república argentina atravesando Bolivia, Chile, Perú y Ecuador para llegar a Colombia. En Colombia la vía panamericana atraviesa directamente el Municipio de Tuluá. Por vía marítima: se llega al puerto de buenaventura en el océano pacifico y desde allí por vía pavimentada hasta Buga y luego a Tuluá.[6]

Lo que incentiva para la creación de un eco hotel en la finca el vijal, corregimiento la Iberia Municipio de Tuluá Valle es que en la ciudad y en sus alrededores no se cuenta con ningún eco hotel de este tipo; teniendo en cuenta la importante riqueza ecológica ya que es un destino turístico que ya ofrece deportes de aventura y turismo rural como la utilización de los ríos en los cuales se puede realizar rápel sobre la cascada y rafting por el rió Tuluá que atraviesa dicho corregimiento, también otras actividades en la zona aledaña como:

- Observación de aves, senderismo, visitas a cultivos de flores exóticas, visitas a cultivos de guadua, recorrido a caballo, además ofrece hospedaje, parque ecológico entre pájaros y flores, en los corregimientos del Municipio como Campo alegre, Mate guadua y la Marina; su cercanía con ciudades como Guadalajara de Buga, donde se encuentra la basílica del Señor de los Milagros; Bolívar, donde se encuentra la represa SARA BRUT; La Unión Valle, donde se encuentra el emporio GRAJALES, el más importante fabricante de vino del Colombia, con sus viñedos, cultivos y hoteles; Cartago, donde se realiza anualmente la feria del Bordado, Municipio reconocido por su riqueza arquitectónica como la Casa del Virrey; Toro donde hay restos de un mamut, y cuenta con una capilla patrimonio histórico Nacional; Ginebra y Sevilla, epicentros culturales y gastronómicos; Roldanillo y el museo Rayo; el Lago calima, uno de los más grandes lagos

[6] Plan Territorial del Municipio de Tuluá Valle del cauca (2008 – 2010).

artificiales, donde se practican deportes y campeonatos náuticos, La Hacienda el Paraíso donde se desarrolla la Historia de María la famosa novela de Jorge Isaac, los ingenios azucareros, y muchas otras opciones que pueden estas al alcance de nuestros visitantes en un lapso no mayor a tres horas, por la mejor carretera del país que es la doble calzada. Sin contar la cercanía de Tuluá con la zona cafetera que es bien sabido ha surgido como una fuerte opción turística en el entorno nacional. Esta diversidad brinda a los visitantes la oportunidad de descansar, de interactuar con la naturaleza, conociendo sus valores y a la vez generando cultura entre los mismos.

Todos los argumentos presentados anteriormente constituyen un pilar sólido para desarrollar un proyecto eco turístico en esta zona; esta debe tener un terreno firme, preferiblemente plano, que tenga diversidad en flora, que cuente con buena iluminación y ventilación, facilidades de acceso por vías carreteables y demás especificaciones topográficas, para permitir la construcción de un complejo turístico que aprovecha y respeta las características del entorno, con un tipo de construcción que respete el medio ambiente.

En este lugar se encontrarán los servicios básicos para una estadía confortable, teniendo en cuenta la preservación ecológica respecto a iluminación artificial y servicios sanitarios ahorradores.

Se contemplan también los deportes extremos como el canotaje, escalada en roca y rappel, con personal entrenado y certificado; todo ésto en pro de que este complejo se proyecte como una alternativa turística de renombre en el país y por supuesto rentable que brinda a propios y extraños un ambiente limpio para disfrutar de la sana diversión en compañía de sus semejantes; con las comodidades de la modernidad, pero guardando siempre vigilancia, control, mantenimiento y promoción de la biodiversidad circundante y propendiendo por generar una cultura de amor al planeta, con miras a garantizar no solo los beneficios para esta generación que tiene en este eco hotel una opción de sano esparcimiento en el Municipio, sino que también dejaremos espacios conservados para las futuras generaciones que puedan evidenciar que es posible lucrarse y obtener beneficios financieros sin acabar con las zonas verdes, que son oxigenadores del planeta. En una sociedad como la que tenemos hoy en día y con el advenimiento de tecnologías y trajines cotidianos; el ser humano debe encontrar un lugar para liberarse de las tensiones y para recordar que hace parte de un ecosistema que puede disfrutarse pero debe preservarse.

## 1.3. FORMULACIÓN DE EL PROBLEMA

¿Cuál es la factibilidad para la creación de un eco hotel en la finca el Vijal, corregimiento de la Iberia del Municipio de Tulua-Valle?

## 1.4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué tipo de estudio de mercados permite conocer los clientes potenciales del turismo ecológico dando respuesta al desarrollo de un eco hotel en la finca el Vijal, corregimiento la Iberia municipio Tuluá Valle?

¿Qué estudio técnico se precisa para la prestación del servicio de un Eco Hotel en la finca el Vijal corregimiento la Iberia de la Ciudad de Tuluá?

¿Porque es importante para la propuesta del Eco Hotel el estudio financiero que permita evaluar la viabilidad y la continuidad del proyecto en el tiempo?

## 2. JUSTIFICACIÓN

El turismo en los últimos tiempos ha sido un sector importante en el desarrollo de la economía de muchos países, logrando así la generación de empleos directos e indirectos y tomando cada vez más fuerza en el desarrollo social y cultural de muchos países. Las políticas proteccionistas del Medio Ambiente han encaminado a desarrollar un turismo ecológico dentro del cual los aficionados de la aventura puedan estar más en contacto con la naturaleza, y por ende a la cultura de las poblaciones cercanas, fortaleciendo de esta forma la esencia de los pueblos con sus costumbres y tradiciones siendo esto un atractivo para sus visitantes.

Además, se pretende mejorar la malla turística donde la finca el Vijal sea ejemplo a otras fincas en la creación de sitios turísticos, proporcionado así un crecimiento económico auto sostenible y un desarrollo social y familiar que mejore la calidad de vida de todos los moradores de esta región centro vallecaucana y en donde los visitantes puedan disfrutar de un ambiente natural de descanso y además disfrutar de la cultura y calidez de su gente.

Se toma como base un autor importante en la evolución del turismo es Thomas Cook fundador de los viajes organizados, a partir de la reconstrucción de antecedentes del turismo se pueden ver las oportunidades y ventajas que posee Colombia para el desarrollo de proyectos eco-turísticos los cuales pueden ofrecer atracciones propias del medio ambiente como la interacción con la naturaleza.

Hoy día se está tornando nuevamente a lo sano, y a una visión más conservacionista tanto para el individuo como para el medio que lo rodea. Estudios realizados resaltan la importancia de la preservación del medio ambiente y de la conciencia que deben tomar las personas por un ambiente más saludable. Esto ha llevado a la preservación de las áreas naturales y el fomento de las mismas, a través de este recurso del ecoturismo, que ha generado economía y que busca cuidar los espacios ambientales.

El eco-turismo proyectado de una forma responsable puede generar en el hombre un motivo para reflexionar acerca del valor de sus abundantes recursos y la necesidad de contar con una política reguladora en la materia; con el fin de lograr un equilibrio entre la naturaleza y el ser humano, el cual es muy necesario, ya que el mundo está haciendo auge para proteger las áreas naturales.

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, dada la diversidad de actividades favorables que traen bonanzas económicas: es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; y así mismo un mercado de empleos diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; genera una

balanza de pagos favorables; y sobre todo, desarrolla las actividades económicas locales.

En cuanto a la cultura es realmente el centro de acción de la empresa turística, éste determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendiendo su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía.

Generalizando el Turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos.[7]

La planificación del turismo debe enfocarse en determinar el marco físico, normativo, fiscal y social que garantice la sostenibilidad de su desarrollo, entendiendo por esto, que sea soportable ecológicamente a largo plazo, que sea respetuoso del patrimonio cultural local y regional, viable económicamente y "equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales" (Lanzarote 1995). La OMT define el desarrollo turístico sostenible como el que "atiende las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro". Se concibe como una vía la región de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (OMY, 1999).[8]

El desarrollo de un Eco Hotel es una oportunidad para la preservación del medio ambiente, una herramienta en la lucha contra la pobreza, una opción para la generación de empleo y la reactivación económica multisectorial en general; lo que dará como resultado la optimización de estrategias para dar un mejor aprovechamiento a la administración de recursos eco-turísticos y la apropiación del valor estratégico del potencial natural de esta región.
Por este motivo se realizará en Estudio de factibilidad para la creación de un Eco Hotel, que se llevará a cabo bajo la formación y conocimientos adquiridos por nosotros como estudiantes de administración de empresas y como requisito para optar al título en ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

[7] http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml

[8] Plan de desarrollo turístico Municipio de Tuluá (INFITULUÁ).

# 3. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un Eco Hotel en la finca el Vijal en el corregimiento de la Iberia, Municipio de Tuluá-Valle del Cauca que se enfoque a determinar el marco físico, normativo fiscal y social que garanticen la sostenibilidad de su desarrollo.

## 3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Realizar un estudio de mercados para conocer los clientes potenciales del turismo ecológico en el Municipio de Tuluá.
- ✓ Elaborar el estudio técnico, organizacional, normativo y legal para le prestación del servicio de Eco Hotelería en la finca El Vijal del corregimiento de La Iberia, Municipio de Tuluá.
- ✓ Desarrollar un estudio financiero que permita evaluar la viabilidad y la rentabilidad del proyecto, en la finca El Vijal del corregimiento de La Iberia del Municipio de Tuluá.

# 4. MARCO REFERENCIAL

## 4.1 MARCO HISTÓRICO

**4.1.1. Reseña histórica del corregimiento de la Marina y la Iberia**. En el año de 1936 con la llegada a la región de la familia Cortázar, provenientes de la mesa Cundinamarca, quienes adquirieron terrenos del señor Carlos Sarmiento Lora, que aquella época se denominaba la Platina, dio inicio a una nueva población donde se trazaban calle y se crearon servicios públicos aprovechando el rio Morales y las acequias adyacentes al sector, esto atrajo a muchas familias de Santander, Tolima, Norte del Valle, Calderas y Antioquia.

En enero de 1940 se protocolizo su fundación y para esa fecha era un caserío de 150 casas de guadua y bareque, contando con escuela, Iglesia, Inspección de policía y servicio de telégrafo y luego esta población crecía, dando origen a muchas veredas donde se encuentra ubicada la finca el Vijal, en el corregimiento la Iberia, que en la actualidad cuenta con una población aproximada de 568 habitantes, 141 hogares, 136 viviendas.

Área de 3371Has, distribuidas en 722 predios, cuenta con una altura promedio de 1.300 M.S.N.M.

**4.1.2. Reseña histórica de la finca el Vijal**. La finca el Vijal, se encuentra ubicada en los corregimientos de la Marina y la Iberia, adquirida por la Unidad Central del Valle del Cauca – UCEVA a la señora María Josefina Rivera de Giraldo, mediante escritura pública 1262 del 19 de agosto 1983, Notaria Segunda de Tuluá – Valle. La finca se dedicaba en principio a la ganadería y al cultivo del café y como reserva ecológica, centro de investigación y docencia de la unidad Central del Valle del Cauca – UCEVA.

En la actualidad la finca el Vijal cuenta con el alcantarillado y energía pero con deficiencias en la infraestructura de la vivienda, por lo tanto hay que hacer algunas mejoras en este aspecto.[9]

No presenta ningún proyecto productivo, por lo cual se requiere hacer una planificación de la misma, ya que se observa que en años anteriores se aprovechaban los recursos**.**

[9] Dato obtenido del proyecto planificación de producción agropecuaria sostenible de la finca El Vijal en el corregimiento la iberia de Tuluá valle 2009 (UCEVA Facultad de Ingeniería Ambiental)

## 4.2 MARCO TEÓRICO

El desarrollo del proyecto para analizar la factibilidad para crear un Eco Hotel en la finca el Vijal del corregimiento de la iberia de la ciudad de Tuluá valle se da por la necesidad que ha surgido de crear propuestas que ayuden a fomentar la cultura para la creación de un Eco Hotel, proporcionando así un desarrollo económico y donde los visitantes puedan disfrutar de un ambiente natural de descanso y además disfrutar de la cultura y calidez de su gente. Además, ayudará a mejor el nivel económico de muchos personas de esta región. Se toma como base el concepto de ecoturismo aprobado por la Organización mundial del turismo según **CEBALLOS LASCURAÍN** quien define el término de eco-turismo por su importancia y beneficios para con la naturaleza y la sociedad. En virtud de que el ecoturismo es un fenómeno complejo, multidisciplinario e intersectorial, sólo a través del establecimiento de un mecanismo dinámico y flexible que logre coordinar los diversos intereses y acciones de las partes involucradas se podrá impulsar un verdadero desarrollo eco turístico. En los antecedentes del turismo se pueden ver las oportunidades y ventajas que posee Colombia para el desarrollo de proyectos eco-turísticos los cuales pueden ofrecer atracciones propias del medio ambiente como la interacción con la naturaleza.

Hoy día se está tornando nuevamente a lo sano, saludable y a una visión más preservadora tanto para el individuo como para el medio que lo rodea. Estudios realizados resaltan la importancia de la preservación del medio ambiente y de la conciencia que deben tomar las personas por un ambiente más saludable. Esto ha llevado a la preservación de las áreas naturales y el fomento de las mismas, a través de este recurso del ecoturismo, que ha generado economía y que busca cuidar los espacios ambientales, comunidades locales, ONGS, la iniciativa privada (sobre todo la industria turística), instituciones financieras y los turistas mismos Los sectores que deben participar en el desarrollo de un proceso integral de ecoturismo son: gobierno (incluyendo a las autoridades de turismo y de áreas.

El eco-turismo proyectado de una forma responsable puede generar en el hombre un motivo para reflexionar acerca del valor de sus abundantes recursos y la necesidad de contar con una política reguladora en la materia; con el fin de lograr un equilibrio entre la naturaleza y el ser humano, el cual es muy necesario, ya que el mundo está haciendo auge para proteger las áreas naturales.

Analicemos brevemente el papel de cada uno de ellos.

**a) Gobierno.** El papel del sector público es vital en el desarrollo del ecoturismo. Lo más importante es que se le conceda una alta prioridad al ecoturismo en los planes de gobierno, tanto a nivel federal, como estatal y municipal.

**b) Autoridades y personal de áreas protegidas.** En virtud de que los parques naturales y otras áreas protegidas normalmente constituyen el principal atractivo del ecoturismo, es de vital importancia que las autoridades y el personal de dichas áreas protegidas jueguen un papel central en la gestión y el desarrollo del ecoturismo.

**c) Comunidades locales.** Las comunidades que se encuentran dentro o cerca de un área protegida son frecuentemente ignoradas o soslayadas en la planificación y manejo del ecoturismo.

**d) Industria turística.** Sabemos que, en términos globales, la industria turística es grande y compleja. Numerosas personas y agencias dentro de esta industria a nivel mundial juegan un papel vital en la planificación y el desarrollo del ecoturismo, porque finalmente son éstas quienes arman una alta proporción de los viajes de los eco turistas, tanto a nivel nacional como internacional.

**e) ONGs.** Muchas organizaciones no gubernamentales, sobre todo las vinculadas con la conservación y el desarrollo sostenible, constituyen un recurso de gran valor para el ecoturismo.

**f) Instituciones financieras.** A fin de que los parques naturales y las comunidades puedan captar plenamente los beneficios financieros del ecoturismo, en la mayoría de los casos se requerirá el desarrollo de infraestructura física

**g) Los turistas mismos.** Desde luego que la fuerza motriz detrás de toda actividad eco turístico la constituyen los consumidores mismos, es decir, los eco turistas. A fin de cuentas, ellos son quienes deciden dónde y cuándo irán y cuáles Actividades recreativas desean llevar a cabo dentro de las áreas protegidas.

Inclusive mejorar muchos de sus hábitos y actitudes respecto del medio ambiente y convertirse en un activo conservacionista.

Las iniciativas eco turísticas deberán estar vinculadas tanto con un desarrollo rural adecuado como con un manejo sano de los sitios de atracción. En muchas áreas su gestión puede reforzarse mediante la cooperación y apoyo financiero de las operaciones de ecoturismo. Las concesiones no habrán de otorgarse hasta que no exista una capacidad administrativa comprobable.

En una región que constituye un destino eco turístico normalmente se encuentran involucrados un gran número de partes interesadas y autoridades competentes, por lo que se requerirán mecanismos de vinculación y coordinación a fin de lograr una integración de autoridades. Por ejemplo, aquellas entidades oficiales vinculadas con carreteras, aeropuertos, áreas protegidas, infraestructura y

servicios locales (de agua potable, drenaje y alcantarillado, tratamiento de basuras, policía, bomberos, etc.)

**La teoría del Liderazgo Carismático** Es una extensión de la teoría de la atribución. Señala que los seguidores hacen atribuciones de habilidades heroicas o extraordinarias al liderazgo cuando observan determinados comportamientos. En su mayor parte, los estudios sobre el liderazgo carismático se han dirigido a la identificación de aquellos comportamientos que separan a los líderes carismáticos de sus contrapartes no carismáticos.

Algunos ejemplos de individuos que se citan con frecuencia como líderes carismáticos incluyen a Franklin D. Roosevelt, John E Kennedy, Martin Luther King, Jr., Walt Disney, Mary Kay Ash (fundadora de Mary Kay Cosmetics), Ross Perot, Steve Jobs (cofundador de Apple Computer), Ted Tumer, Lee Lacocca (ex presidente del consejo de administración de Chrysler)[10]

Varios autores han tratado de identificar las características del líder carismático. Robert House (conocido por su trayectoria-meta) identificó tres características: una confianza muy elevada en sí mismos, dominio y fuertes convicciones en sus creencias. Warren Bennis, después de estudiar a 90 de los líderes más eficaces y exitosos de Estados Unidos, encontró que tenían cuatro rasgos comunes: tenían una visión compulsiva o sentido de propósito; podían comunicar esa visión en términos claros, de manera que sus seguidores pudieran identificarse fácilmente con la misma; demostraron consistencia y enfoque en la persecución de su visión; y conocían sus puntos fuertes y los capitalizaban.

Sin embargo, el análisis más amplio ha sido el de Conger y Kanungo, de McGill University. Entre sus conclusiones, señalan que los líderes carismáticos tienen una meta ideal que desean alcanzar; otro ejemplo de líder carismático el Rector JAIRO GUTIÉRREZ OBANDO de la Unidad Central del Valle del Cauca donde tiene un fuerte compromiso personal con sus metas; el poder de liderazgo, y tienen confianza en sí mismos; y se les percibe como agentes de cambio radical en lugar de administradores del statu quo.

Recientemente se ha concentrado la atención en un intento por determinar cómo los líderes carismáticos influyen en sus seguidores. El proceso comienza cuando el líder articula una visión atractiva. Esta visión proporciona una sensación de continuidad a sus seguidores, al vincular el presente con un mejor futuro para la organización. Luego, el líder comunica sus expectativas de alto desempeño y expresa su confianza en que sus seguidores lo pueden alcanzar. Esto incrementa la autoestima y autoconfianza de sus seguidores. A continuación, el líder transmite por medio de palabras y acciones un nuevo conjunto de valores y, por su

[10] http://www.planeta.com/ecotravel/mexico/strategy/ecoturismo7.html

comportamiento, brinda un ejemplo que los seguidores pueden imitar. Por último, el líder carismático se auto sacrifica y tiene un comportamiento no convencional para mostrar valor y convicciones acerca de la visión.[11]

**Teoría de Maslow.** Abraham h. Maslow fue el autor más destacado de la teoría humanista, clasificó las necesidades humanas en cinco niveles que se han de satisfacer de manera progresiva. Estas necesidades constituyen una fuente de motivación que desaparece a medida que se van satisfaciendo. Maslow representa dichas necesidades:

**1**. Las necesidades fisiológicas, que son las necesidades básicas (comer, beber...). El individuo llega a creer que si tiene la comida garantizada para toda la vida, será feliz y no deseará nada más. **2**. cuando las primarias están satisfechas aparecen las necesidades de seguridad .que sirven para consolidad lo que se ha obtenido hasta ahora, como un contrato indefinido, seguro... **3**. las necesidades de amor y afecto y de sentirse aceptado por la comunidad, en el caso de una empresa, consiste en sentirse considerado respetado. **4.** después aparecen las necesidades de la propia estima: confianza en uno mismo, fama, consiste en que se valore la cantidad de trabajo de la persona. **5**. cuando el individuo ha satisfecho las necesidades anteriores llega la necesidad de autorrealización. Para Maslow la realización significa el deseo de ser más y llegar hasta donde la persona sea capaz.[12]

## 4.3 ESTADO DEL ARTE

### 4.3.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LA FORMACIÓN EN TURISMO EN COLOMBIA

En el ámbito turístico, la formación que se ofrece en Colombia es de dos modalidades: la presencial y bajo el sistema de la educación a distancia, que actualmente gozan con el reconocimiento, acreditación y certificación oficial pertinente.

La población de Instituciones de Educación Superior (IES)[13] está caracterizada por: aquellas instituciones que se encuentren bajo condición de calidad, es decir, que obtuvieran Registro Calificado o Acreditación de Alta Calidad; que pertenezcan al sector público o privado; que cuenten con los niveles de formación Técnico Profesional, Tecnológico y Profesional; que contemplen perfiles de

[11] http://www.sappiens.com/sappiens/comunidades/visitasarti.nsf/unids/Liderazgo

[12] TEORÍAS ADMINISTRATIVAS www.google.com.

[13] Para este diagnóstico, se tuvo en cuenta aquellas Instituciones de Educación Superior (IES) que a diciembre del año 2008 se encontraran registradas en el Sistema Nacional de Información de Educación Superior (SNIES) del Ministerio de Educación Nacional

formación tanto profesional como ocupacional; así como con la modalidad de formación fuera ésta presencial, a distancia o virtual.[14]

También se tuvo en cuenta la oferta de programas del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) [17], entidad gubernamental destinada a formar para el trabajo y el desarrollo humano, que tiene gran relevancia en la formación del sector turístico en el país.
El SENA cuenta hoy con 33 regionales ubicadas en todos los departamentos del país y en éstas se congregan 115 Centros de Formación con diferentes especialidades. De las 33 regionales, el 64%, es decir 21, imparten formación en los niveles técnico, técnico profesional y tecnológico en programas de turismo y hotelería.

En cuanto a la educación superior regulada por el Ministerio de Educación Nacional, en el país existen aproximadamente 86 programas para formación de recurso humano en turismo: 34 programas pertenecen al nivel técnico profesional, 26 al tecnológico y 26 al profesional, de estos últimos, solamente dos han sido acreditados en condición de Alta Calidad por el Consejo Nacional de Acreditación (CNA).[15]

En aproximadamente 29 ciudades de Colombia se ofrecen más de 480 programas de educación continuada (Diplomados, cursos de extensión o de actualización) y no más de ocho postgrados (Especialista, Magister o Maestría y Doctorado o PHD), con registro calificado, relacionados directamente con la formación en turismo. Cerca del 13% de estos programas están relacionados con el departamento de alojamiento y administración del alojamiento; el 80% están relacionados con la operación y administración del departamento de alimentos y bebidas; y cerca del 7% de los programas relacionados con la operación y organización de eventos.

La mayoría de estos programas son cursos cortos con una intensidad horaria entre 20 y 48 horas, los seminarios ofertados son cerca del 20% del total de programas existentes y tan solo el 2% son especializaciones y maestrías.[16]

---

[14] 17 MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/turismo/2010

[15] Según el decreto 2888 de 2007, “el Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, es la institución pública colombiana encargada de la función que le corresponde al Estado de invertir en el desarrollo social y técnico de los Colombianos ofreciendo y ejecutando la Formación Profesional gratuita, para la incorporación y el desarrollo de las personas en actividades productivas que contribuyan al desarrollo social, económico y tecnológico del país. El SENA es la principal institución del Sistema Nacional de Formación para el Trabajo”. Es el SENA la entidad encargada de acercarse al sector productivo y respondiendo a sus necesidades, formar el recurso humano necesario para los sectores productivos. Las empresas están obligadas a vincular a través de contrato de aprendizaje, a los estudiantes SENA que se encuentran en etapa productiva bajo las normas del Decreto 933 del 11 de abril de 2003. Además realizan mensualmente un aporte del 2% sobre el valor de su nómina para financiar el centro de formación.

[16] MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/turismo/2010.

La oferta de educación de postgrado y educación continuada se concentra en Bogotá y en departamentos como Antioquia, Valle del Cauca, Boyacá y Tolima.

Las instituciones educativas, agremiaciones y cajas de compensación son en la actualidad las que desarrollan programas dirigidos a fortalecer las competencias en cargos relacionados con la hotelería y a capacitar a quienes desean formar empresa.

La Asociación Colombiana de Hoteles COTELCO, es quien ofrece la mayor cantidad de cursos relacionados con la administración hotelera y el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA ofrece la mayor cantidad de cursos relacionados con la operación del alojamiento. Las cajas de compensación ofertan programas cortos de capacitación a aquellos afiliados y a las empresas que deseen que sus empleados actualicen sus conocimientos y desarrollen habilidades nuevas, así mismo, ofertan programas para creación y formación de empresas a aquellos que han sido desvinculados laboralmente haciendo uso del subsidio de desempleo.
De otra parte, con base en la información obtenida del Observatorio Laboral[17], se puede identificar el seguimiento a egresados de programas de formación del sector turístico.

Según los datos[18], se puede deducir que de los 4998 egresados graduados de todos los niveles de formación entre los años 2001 y 2007, el 83.23% 20 están vinculados formalmente en el sector laboral, siendo el nivel de formación de mayor contratación estudios de posgrados (especialización) ya que de los quince egresados graduados el 100% está empleado.

En el nivel de pregrado, la contratación es muy similar; es decir, en formación universitaria (en la actualidad cinco años) está contratado el 84%, en tecnológica (tres años) el 85% y en Técnico Profesional (dos años) el 79%.

Un análisis de los salarios, la duración de los programas y las exigencias para obtener el grado, concluye que la mejor remuneración se encuentra en el nivel técnico profesional ya que con solo cuatro semestres de duración de la carrera y sin realizar trabajo de grado, diferencia su escala salarial en solo el 24% de la remuneración del universitario, que debe permanecer diez semestres de duración en la institución educativa, presentar trabajo de grado, hacer exámenes de suficiencia en otras lenguas y muchos requisitos más.

---

[17] **El** Observatorio Laboral, creado por el Ministerio de Educación Nacional, analiza y divulga la información relacionada con los egresados de los programas académicos, su vinculación al mercado laboral, los niveles de remuneración que se ofrece a éstos, entre otros aspectos. Como complemento a la información resultante de las instituciones, el Ministerio de Educación adelanta actualmente la Encuesta de Seguimiento a Graduados para poder analizar qué sucede con los graduados desempleados o en la informalidad, el tiempo en que los egresados se demoran en conseguir empleo, calidad del empleo en términos de estabilidad y remuneración de acuerdo a lo estudiado y, además, conocer la opinión de los egresados referente a la educación recibida y su vinculación al mercado laboral.

[18] Estos datos incluyen exclusivamente aquellos programas inscritos ante el Ministerio de Educación Nacional, no se incluye el egresado del SENA que pertenece al Ministerio de Protección Social.

Este panorama evidencia que en el país, existe una amplia oferta de recurso humano para la hotelería, caso completamente contrario a lo que sucede con la formación en turismo. Sin embargo, debido a la misma estructura de la hotelería en el país (que son empresas familiares, aun cuando las proyecciones que se derivan del fomento a la inversión en este sector podrían modificar esta condición), se presenta un alto grado de empirismo en la ocupación de los cargos; por lo cual la empresa incurre en gastos de capacitación y adiestramiento y en últimas prefieren contratar personas con experiencia, por encima de las personas formadas para el desarrollo de la actividad.

Analizando la oferta de cargos que muestran los hoteles, el 75.25% corresponden al nivel operativo, seguido por el nivel medio o de supervisión con el 15.74% de los cargos; lo cual es coherente con las ocupaciones más demandadas por el sector, relacionadas por los hoteles y que en su mayoría corresponden a cargos de nivel operativo de supervisión a los que acceden los egresados de programas de formación en hotelería y turismo. Por otra parte, el 9.02% de los cargos ofertados para el nivel ejecutivo lo ocupan en su mayoría personas formadas en programas diferentes a los relacionados con el sector turístico.[19]

### 4.3.2 POLÍTICA TURÍSTICA NACIONAL.

Comprende un conjunto de planes, programas e instrumentos de obligatoria referencia para la planificación regional y municipal del turismo entre los cuales se encuentran:

### 4.3.3 Visión 2020 del sector turístico.

En el año 2000 se inició la construcción de una visión 2020 para el turismo colombiano que ha servido de referencia para los posteriores ejercicios de

Planeación y esfuerzos para consolidar el sector. Las diferentes autoridades regionales del turismo concertaron en el año 2006, la siguiente visión:[20]

“Para el año 2020 Colombia habrá posicionado la actividad turística como una de las de mayor importancia para el desarrollo económico del País, por consiguiente, será un país que habrá fortalecido la competitividad de sus productos y destinos en un trabajo que permitirá una relación armónica nación – región, donde los sectores públicos nacional y local jugarán un papel determinantes en la generación de condiciones óptimas para el desempeño empresarial.

[19] MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/turismo/2010.
[20] Plan Sectorial de Turismo 2008 – 2010 “Colombia, destino turístico de clase mundial”

En ese orden de ideas, Colombia habrá definido unos productos básicos en lo que recogerá toda su oferta turística nacional, Las regiones se habrán especializado en ofertas diferenciadas y los municipios se habrán comprometido en programas de mejoramiento en diferentes frentes teniendo como objetivo la competitividad de su producto turístico. Estos productos son: sol y playa; historia y cultura; etnoturismo; agroturismo; ecoturismo, deportes y aventura; ferias y fiestas y ciudades capitales. En este último, se conjugan subproductos como compras, salud, congresos, convenciones e incentivos. Se habrán consolidado ofertas como termalismo, crucerismo, parques temáticos y turismo náutico.

En el plano nacional, el país habrá conseguido consolidar una cultural turística en la sociedad; el turismo habrá contribuido a preservar los valores sociales y patrimoniales y será un elemento fundamental para generar orgullo nacional. Las comunidades se habrán vinculado a la actividad turística, beneficiándose del desarrollo que proporciona esta industria.

A nivel internacional Colombia se habrá concentrado en atraer turistas de altos ingresos, para lo cual habrá fortalecido su capacidad de investigación de mercados y de promoción.

Existirá un trabajo mancomunado entre el sector público y privado y los diferentes prestadores de servicios turísticos se identificaran como parte de una cadena de valor amplia, en la que su aporte es definitivo para la competitividad del producto y del destino. En ese sentido, estarán comprometidos con la calidad y la diferenciación del producto.

El recurso humano vinculado al sector tendrá altos niveles de calidad, su formación corresponderá con las exigencias del mercado y será un personal bilingüe.

La investigación y el desarrollo tecnológico en turismo tendrán un apoyo decidido de Estado y la información y el análisis económico del sector se habrán consolidado y serán fundamentales par a la toma de decisiones tanto en el sector público como privado”

Esta visión contempla diversidad de elementos que servirán de referencia para construir la visión del Plan de Desarrollo Turístico del Municipio de Tuluá y exista un nivel de articulación entre lo local, lo regional y lo nacional.

### 4.3.4 DOCUMENTO CONPES

El Conpes 3397 “Política Sectorial de Turismo” fue aprobado en noviembre de 2005 y propone lineamientos para el desarrollo del sector turismo y las estrategias que son necesarias implementar para lograr ese fin. Estas con las siguientes:

1. Fortalecimiento institucional necesario para el desarrollo de la actividad.
2. Mejoramiento de las condiciones de seguridad para los viajeros.
3. Establecimiento de una campaña agresiva y sostenida de promoción y mercadeo.
4. Preparación de la oferta turística.
5. Formación del recurso humano y sensibilización turística.
6. Consolidación de un sistema de información turística que permita formular políticas de gobierno y el uso de tecnologías de la información y la comunicación.

Del seguimiento a las recomendaciones del Conpes 3397 se ha logrado avanzar en la coordinación entre las entidades del nivel nacional dictando políticas de competitividad y promoción para el desarrollo de las diversas manifestaciones del turismo, orientando el desarrollo regional de destinos y productos competitivos aplicando instrumentos para la gestión de la calidad en la prestación de los servicios.

### 4.3.5 Bases del Plan Nacional de Desarrollo “Prosperidad para Todos 2010 - 2014”.

El Departamento Nacional de Planeación en las bases del Plan Nacional de Desarrollo para el periodo 2010 – 2014, concibe el turismo como “motor del desarrollo regional” y establece que es necesario mantener los logros alcanzados en el periodo 2006 - 2010 para “consolidar al sector como uno de los de mayores perspectivas de la economía nacional, garantizando que la actividad turística sea sostenible (entendida como el equilibrio adecuado entre las dimensiones de sostenibilidad ambiental, económica y sociocultural) e incluyente”. Para alcanzar este propósito se definen siete estrategias que son:

**1**. Fortalecer la institucionalidad y la gestión pública del turismo a nivel nacional y regional, mediante la creación en las regiones de organizaciones públicas
Público - privadas que formulen y ejecuten planes de desarrollo turístico y puedan realizar una adecuada interlocución con entidades del orden nacional. Se plantea la necesidad de fortalecer la coordinación de políticas y acciones a nivel nacional, mediante la creación de una Comisión Intersectorial, y en el nivel regional con las Comisiones Regionales de Competitividad para asegurar la articulación entre actores regionales y entre éstos y organismos del orden nacional

**2**. Mejorar la calidad de los servicios y destinos turísticos y promover la formalización que permita dar respuesta a los requerimientos de los consumidores y a las demandas del mercado mundial, cumpliendo con estándares mínimos en la prestación de los servicios, a través de procesos de normalización y certificación.

**3**. Fortalecer las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo, mediante la articulación de los programas de formación para la prestación de servicios con respecto a las necesidades del mercado nacional internacional y mediante la promoción de la investigación en materia de turismo, impulsada por las instituciones de educación y por el organismo rector del turismo en el país, teniendo como referente las tendencias actuales del turismo mundial.

**4**. Mejorar la gestión en infraestructura de soporte y conectividad para el turismo, para lo cual se continuará con los incentivos a la construcción, remodelación y ampliación de la planta hotelera, también mediante la cofinanciación de proyectos turísticos de alto impacto, la modificación de la reglamentación que rige el Fondo de Promoción Turística, la ampliación de la oferta de rutas y frecuencias aéreas y la declaratoria de zonas de desarrollo turístico prioritario

**5.** Impulsar la inversión en el sector turístico, buscando la generación de valor agregado nacional generando las condiciones que mantengan los incentivos para los inversionistas nacionales, así como el diseño de programas que hagan atractivo al sector para la inversión extranjera directa, haciendo énfasis en los incentivos a las inversiones en proyectos eco turísticos.

**6**. Fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados, indicando que los esfuerzos se dirigirán al turismo de naturaleza, cultural, de aventura, de sol y playa, de convenciones y eventos y de salud y bienestar.

**7.** Enfocar las iniciativas de promoción turística por segmentos especializados del turismo mediante el incremento de la investigación de mercados, que permitan definir aquellos con mayor potencial para posicionar al país internacionalmente. Adicionalmente, se fortalecerá el sistema de información turística para la toma de decisiones tomando relevancia el Registro Nacional de Turismo como instrumento de medición y control.

### 4.3.6 Política para el Desarrollo del Ecoturismo.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Ministerio de Ambiente, vivienda y Desarrollo Territorial, elaboraron la Política para el Desarrollo del Ecoturismo que tiene como objetivo el siguiente:

“Fortalecer y diversificar la actividad eco turística, teniendo como referente esencial su desarrollo sostenible, en razón del cual ésta debe propender por el uso racional de los recursos, el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores residentes en las regiones y el permanente esfuerzo para proporcionar una oferta competitiva de servicios, en armonía con la diversidad ecológica y cultural”.

En esta Política se entiende que el ecoturismo es un producto especializado fundamental para la diversificación de la oferta turística desarrollado con criterios de sostenibilidad que permita garantizar la perdurabilidad de los recursos naturales y culturales de las regiones y de las localidades. Para lograrlo es indispensable:

1. Optimizar equitativamente los beneficios derivados de la afluencia de turistas a las áreas donde se practica el ecoturismo.
2. Minimizar los impactos negativos que ella pueda causar sobre los recursos naturales y culturales.
3. Propiciar la integración de las comunidades locales y regionales en la planificación, gestión de proyectos y desarrollo de la actividad.
4. Impulsar el desarrollo de la mi pymes turísticas como mecanismo eficiente de participación de la comunidad regional y local en la prestación de los servicios.
5. Promover la educación y la investigación en los temas relacionados con el ecoturismo y productos afines, buscando que el conocimiento se revierta sobre la comunidad.
6. Ofrecer alternativas recreativas al público en general que contribuyan a la sensibilización sobre el patrimonio natural y cultural que poseen las diversas regiones del país y fortalecer la gestión de las áreas – protegidas o no - con vocación para este tipo de turismo; generar conciencia en todas las instancias – públicas y privadas- y en el visitante sobre el hecho de que el ecoturismo es esencialmente una experiencia educativa.

Las líneas estratégicas planteadas desglosan en detalle los lineamientos para que las regiones y localidades propendan por un desarrollo eco turístico ordenado que genere beneficios para las comunidades y para los empresarios, con mínimos impactos sobre el entorno y sobre la cultura local.

La primera de ellas sobre ordenamiento y planificación de las áreas sienta las bases para que todas las zonas públicas o privadas destinadas a desarrollo eco turístico tengan en cuenta las disposiciones en materia de uso de suelos y planes turísticos y/o ambientales vigentes en la jurisdicción. Mediante diversas herramientas, ya conocidas, se establecen unos requerimientos mínimos para emprender el desarrollo de un destino eco turístico.

La siguiente estrategia establece unas recomendaciones prácticas para la obtención de una infraestructura y planta turística adecuadas y hace un listado de las actividades asociadas al ecoturismo.

La tercera estrategia de establecimiento de programas de monitoreo y aplicación de correctivos para los impactos negativos, se detiene en las medidas aplicables para minimizar impactos sobre el suelo, sobre los recursos hídricos, sobre la vegetación, sobre la fauna silvestre, sobre el paisaje y sobre aspectos sanitarios.

La siguiente estrategia que indica la determinación de las responsabilidades de los actores regionales y locales" busca que los custodios, los operadores, los promotores, los empresarios prestadores de servicios, la comunidad local, el eco turista y otras instancias asuman actuaciones claras para la aplicación de los principios de esta política.

La estrategia que se refiere a la formación, capacitación y sensibilización de los actores regionales y locales, destaca la trascendencia de este elemento como mecanismo de lograr la competitividad y la sustentabilidad de los procesos.

Las tres estrategias siguientes que incluye la investigación de mercados y diseño de producto; desarrollo de estándares de calidad; promoción y comercialización de los servicios – cierran el círculo de los elementos técnicos que un destino eco turístico debe aplicar para ser eficiente, llegar a los segmentos del mercado que le interesan y producir satisfacción en los usuarios de sus servicios.

Los ejes transversales de la política, finalmente, establecen los mecanismos de apoyo –financiación, incentivos a la inversión, asistencia técnica - a los empresarios y a los destinos eco turísticos para que puedan lograr el objetivo de ser sustentables y competitivos.

Este Política es de relevancia para el caso del Municipio de Tuluá teniendo en cuenta que en el Plan de Ordenamiento Territorial se le brinda especial importancia al ecoturismo en el contexto de una propuesta de desarrollo estratégica de largo plazo.

### 4.3.7 Política de Turismo Cultural "Identidad y desarrollo Competitivo del Patrimonio".

Esta Política busca fomentar el turismo cultural ante nacionales y extranjeros incentivándoles conocer las costumbres y el patrimonio material e inmaterial del País, articulando procesos de identificación, valoración, competitividad, sostenibilidad y difusión del patrimonio cultural. Lo anterior para generar beneficios a la comunidad, así como los medios y motivaciones para cuidar y mantener el

patrimonio cultural, garantizando la sostenibilidad de los sectores cultural y turístico. La Política tiene como objetivo general el siguiente:

“Posicionar a Colombia como un destino de turismo cultural nacional e internacional que, a través del aprovechamiento de su diversidad y riqueza cultural, genere dinámicas de desarrollo local y cadenas productivas sostenibles que promuevan la competitividad del patrimonio y la identidad de las regiones”.

En función de este objetivo general, se definen objetivos específicos, principios y lineamientos estratégicos que en su conjunto estructuran el Plan. En cuanto a los lineamientos estratégicos se tienen los siguientes:
**1**. Sostenibilidad del turismo cultural; lo cual se constituye en la principal meta a lograr para este tipo de turismo, asociado a la protección de la integridad cultural y del ambiente que son las premisas para que el turismo, la cultural y la ecología se correspondan para garantizar la conservación de los recursos de tal manera que sean disfrutados por las generaciones futuras.

**2.** Gestión del turismo cultural; que contempla:
A. Mejoramiento de la oferta de turismo cultural.
B. Investigación de mercados.
C. Diseño del producto turístico cultural.
D. Participación de las comunidades receptoras y estructuración del sector.
E. Formación del talento humano para el turismo cultural.
F. Gestión de la información para la promoción del turismo cultural para el turista.
G. Mercadeo y promoción del turismo cultural.
**3.** Sinergia; con el fin de optimizar los recursos, programas, planes, procedimientos, reglamentaciones y actividades existentes para el fomento de los sectores turístico y cultural, con el fin de fortalecer, desarrollar y articular el turismo cultural del País.
**4**. Información; para lo cual se requiere implementar mecanismos de captación, registro, organización, suministro de datos, establecimiento de indicadores de seguimiento y ejecución de la Política.
**5**. Investigación; que permita generar un mayor conocimiento de las potencialidades de turismo cultural y conocer las tendencias nacionales e internacionales de los productos y los mercados, entre otros aspectos, que generen innovación o valor agregado a la gestión del turismo cultural.

Complementariamente se definen otros aspectos tales como fuentes de financiación y las entidades relacionadas con la implementación de la Política.

### 4.3.8 Política de Turismo de Convenciones y Congresos.

Para fomentar el desarrollo de este tipo de turismo, el Gobierno expidió el Documento Conpes 3640 de febrero de 2010 “LINEAMIENTOS DE POLÍTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE CONVENCIONES Y CONGRESOS” que tiene como objetivo central definir un conjunto de estrategias para el desarrollo planificado y sostenido del turismo de convenciones y congresos y de esta manera contribuir al logro del objetivo que tiene Colombia de convertirse en un destino turístico de clase mundial.

En dicho documento se indica que este tipo de turismo constituye aproximadamente el 20% de las llegadas internacionales y se caracteriza por ritmos de crecimiento sostenido, manifestando una alta rentabilidad y una contribución al desarrollo de otros sectores relacionados. Adicionalmente menciona que este segmento permite romper con la estacionalidad que caracteriza la demanda de los segmentos tradicionales; los encuentros que se realizan, en general, están destinados al intercambio del conocimiento en distintas áreas de la actividad humana, lo cual la convierte en una actividad de un alto valor agregado; el turista de este segmento, por lo general posee un alto poder adquisitivo y genera, a partir de una primera visita, nuevas visitas por motivos distintos.

En los aspectos de demanda, se menciona que el viajero de este segmento realiza un elevado gasto turístico, entre otros motivos por viajar subvencionados (laboratorios, corporaciones, empresas, gobiernos), tener personalmente un buen nivel de ingreso, por el tipo de alojamiento utilizado predominantemente, así como La realización de viajes pre evento o post evento, a lo cual se suman los gastos en la ciudad sede relacionados con la propia realización del evento. A ello deben sumarse que el 40% de los turistas de este segmento regresan al lugar donde estuvieron en reuniones con el propósito exclusivo de disfrutarlo con su familia en un viaje de turismo de ocio. En síntesis, se trata de un turismo altamente rentable.

Con la creación de la Corporación de Ferias de Occidente y el proyecto de ampliación del Coliseo de Ferias “Manuel Victoria Rojas” incluido en el Plan Parcial, se generan grandes posibilidades para desarrollar este renglón del turismo en el Municipio el cual se caracteriza por ser altamente rentable, toda vez que el viajero de este segmento realiza un elevado gasto turístico, entre otros motivos por viajar subvencionados (laboratorios, corporaciones, empresas, etc), gozar de un buen nivel de ingreso, por la demanda de alojamiento y alimentación que frecuentan, así como la realización de viajes pre evento o post evento. A ello deben sumarse los importantes gastos que se originan en la ciudad sede con motivo de la propia realización de la reunión.[21]

[21] Organización Mundial del Turismo (OMT). Conferencia de la OMT, documento principal 2005 página 1. Disponible en Word- tourism.org/

### 4.3.9 Los Planes Regionales de Competitividad (PRC).

Un instrumento de planeación de corto, mediano y largo plazo, cuya formulación y ejecución es una tarea prioritaria de las Comisiones Regionales de Competitividad – CRC, las cuales cuentan con insumos nacionales, regionales y sectoriales para su elaboración. Actualmente, las CRC priorizan acciones e incorporan nuevos insumos de transformación productiva, de acuerdo con los lineamientos de la Política de Productividad y Competitividad. Para lo anterior, cada CRC aplica una metodología y herramientas estandarizadas que aseguran un plan concertado y de calidad.

La Coordinación Nacional de las Comisiones Regionales de Competitividad - CNCRC, de acuerdo con el Decreto 1475 de 2008 es ejercida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el apoyo de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio – CONFECAMARAS, que busca la consolidación de los planes; la recolección de esfuerzos y trabajo de manera ordenada, de acuerdo a lo adelantado por las distintas entidades del orden nacional y territorial desde hace algún tiempo; la armonía con la Política Nacional de Productividad y Competitividad; y el monitoreo al funcionamiento de las CRC y los avances del plan.

Los PRC siguen un proceso de planeación constante con los actores de la comisión por lo cual, los planes están sujetos a modificación con el paso del tiempo y la toma de decisiones.

### 4.3.10 EL TURISMO EN EL PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL.

La Asamblea Departamental expidió la Ordenanza 246 que adopta el Plan de Desarrollo para el periodo 2008 – 2011 “BUEN GOBIERNO, CON SEGURIDAD LO LOGRAREMOS” el cual contiene el Capítulo III, capítulo III “DESARROLLO

ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD” define en el artículo 10 del Plan de Desarrollo Departamental, sobre lineamientos de Política de Desarrollo Económico referencia lo siguiente:

“especial atención se le dará al fomento del desarrollo del Turismo en todas las regiones del Departamento de acuerdo a los atractivos existentes y sus potencialidades, con el propósito de proyectar el Valle del Cauca entre los principales destinos turísticos nacionales y fortalecer la industria como importante factor de desarrollo económico. Con el lema “Valle del Cauca Territorio Turístico” y entendiendo que la cultura es el principal dinamizador del Turismo, se empezará a mover la industria del Turismo hacia el departamento”.

En consonancia con lo anterior, en el artículo 11 de dicho Plan, en el objetivo específico 3.7, relativo al turismo se dicta lo siguiente:

*"Impulsar el desarrollo turístico, competitivo y sostenible del Valle del Cauca, como actividad económica generadora de ingresos, empleo y calidad de vida, para que a través de las actividades turísticas y culturales involucre a los municipios de acuerdo a sus potencialidades".*

Este objetivo contempla estrategias tendientes a establecer alianzas con los Municipios e instituciones para la promoción, planificación e integración del sector turístico, también a consolidar los atractivos y productos turísticos municipales, realizar alianzas con instituciones educativas y gremios para el fortalecimiento del sector turístico y establecer encadenamientos productivos y de servicios que vinculen la población de todas las rutas turísticas del valle del cauca, donde se articulan las secretarias de agricultura, cultura, educación, turismo infraestructura.

### 4.3.11 EL TURISMO EN LOS INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN MUNICIPAL:

#### 4.3.11.1. EL TURISMO EN EL PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL MUNICIPIO DE TULUA.

Mediante Acuerdo 030 de diciembre de 2000, el Municipio de Tuluá adoptó el Plan de Ordenamiento Territorial, el cual define una visión de futuro que se presenta a continuación:

*"Tuluá será un Municipio–Región, comercial, Industrial y prestador de servicios de excelente calidad, generando una dinámica balanceada de los sectores agropecuarios y eco turístico en beneficio de la calidad de vida de la población Tulueña".*

Esta política busca potenciar una serie de oportunidades de desarrollo entre las cuales se incluye la relacionada con el turismo, indicándose lo siguiente:

*"Aprovechar los atractivos naturales del municipio con el fin de desarrollar la industria eco turístico, que constituya un nuevo renglón económico tanto para la población urbana como para la rural".*

En las estrategias territoriales se define que el Plan de Ordenamiento Territorial "constituye una acción de carácter integral que permite la sostenibilidad del territorio a partir de generar un proceso de transformación y elevamiento de las condiciones productivas de la zona rural que sea el soporte para implementar procesos ciertos para la conformación del cordón ecológico". Esta estrategia considera las siguientes acciones:

1. Creación del Corredor Ecológico que partiendo del río Cauca, tome el río Tuluá, una con el área urbana continuando al Oriente por el Jardín Botánico – La Marina – La Moralia – Venus  Jícaramata –Santa Lucía – Páramos y Paramillos Barragán-Puerto Frazadas- San Rafael.
2. Generación de dos anillos turísticos que potencien el desarrollo Ecoturístico y la recreación en las zonas altas y como actividad económica complementaria ligada al corredor ecológico que constituye la oferta para este tipo de actividad: uno entre Campo Alegre - San Carlos – Nariño y a futuro al Parque de la Guadua – Jardín Botánico; el segundo, entre Nariño – La Palmera – Tres Esquinas Tuluá.
3. La promoción del mejoramiento de la productividad de la zona rural, en especial en las áreas adyacentes y que hacen parte del corredor ecológico con el fin de iniciar un proceso gradual de restauración ecológica que no desmejore los ingresos de la población.
4. El mejoramiento de las condiciones de comercialización, mediante la promoción de esquemas asociativos y la especialización de cuatro centros de intercambio en la zona rural.

En el Artículo 27 del Plan de Ordenamiento Territorial se declara patrimonio cultural e histórico de edificaciones lo cual se constituye en una base para determinar una reglamentación aplicable a los procesos de intervención constructiva de los inmuebles.

En lo relacionado con los aspectos ambientales, el POT[22], define a su vez políticas para su preservación, tendientes a garantizar sus sostenibilidad y el uso equitativo y racional del suelo y el territorio. Es así como se identifican políticas y acciones relacionadas con el ecoturismo las cuales se transcriben a continuación:

*La complementación de las acciones en medio ambiente mediante la implementación de programas de divulgación, educación y capacitación Ambiental.*

Esta política contempla las siguientes acciones:

*Crear una red de grupos ecológicos en zona urbana y rural del municipio.*
*Realizar una guía histórico – ambiental del municipio de Tuluá.*

*Adecuar y promover espacios para la práctica de ecoturismo.*

Y continúa con lo siguiente:

*Explotar el potencial eco turístico que posee el municipio, a través de las siguientes acciones:*

[22] Artículo 14 del Acuerdo 030 que adopta el Plan de Ordenamiento Territorial.

Las acciones para alcanzar este propósito son:

Diseñar un cordón eco turístico que atraviese el municipio de oriente a occidente.
Construir una adecuada infraestructura eco turística, recreacional y deportiva.
Determinar los sitios que conformaran el cordón eco turístico basado en su oferta ambiental.
Impartir publicidad a entidades promotoras de turismo para dar a conocer nuestro potencial eco turístico.
Normatizar el uso del cordón eco turístico utilizándolo como mecanismo para impartir educación ambiental.
Impulsar áreas de especial belleza y significado ambiental como patrimonio de la humanidad.

Además de lo anterior, en el modelo territorial rural definido en el Plan de Ordenamiento Territorial se define como parte de las políticas generales[23] la relacionada con la promoción de nuevas actividades en la zona rural incluyendo la explotación del Ecoturismo, con diferentes tratamientos dependiendo de las zonas, aprovechándose de todo el potencial existente en el municipio al respecto.

Este propósito se manifiesta en el Régimen de Usos para los Centros Poblados[24] se define como usos compatibles el ecoturismo, los servicios hoteleros y de alimentación.

Todos estos son elementos que además de regulatorios son indicativos y orientadores en el desarrollo, administración y control del uso y aprovechamiento del territorio, que permiten formular una política de promoción del ecoturismo en el Municipio de Tuluá y facilitan la construcción de instrumentos para alcanzar estos propósitos que hacen parte de la Visión de Futuro del Plan de Ordenamiento Territorial.

En este proceso se analizan las disposiciones dictadas por el Acuerdo 030 de 2000, que adopta el POT en cuanto al sistema de áreas protegidas y definición de zonas de protección ambiental y paisajística, protección de los recursos naturales, reglamentación de usos del suelo y régimen de parcelación y construcción para la zona rural.

[23] Artículo 100, ibídem
[24] Artículo 106, ibídem

### 4.3.12 EL TURISMO EN EL PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL

Mediante Acuerdo No. 007 del 29 de mayo de 2008 “Por el cual se adopta el Plan de Desarrollo del Municipio de Tuluá para el periodo 2008-2011 “TULUÁ, UN TERRITORIO PARA TODAS Y TODOS” parte de reconocer la visión de futuro del Plan de Ordenamiento Territorial y sus bases como elemento direccionador de largo plazo, incluyendo todas aquellas relacionadas con el fomento y promoción del sector turístico.

Es así como en el Eje Económico “ESTIMULO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO” define como su objetivo general[25] “Propiciar condiciones desde la perspectiva del desarrollo sostenible para el aprovechamiento de las ventajas comparativas de Tuluá, mejorando su competitividad y ampliando las oportunidades para la generación de ingresos y empleo de calidad y fomentando la creación y consolidación de empresas”, para lo cual se definen una serie de objetivos específicos relacionados con el sector agropecuario, transporte, trabajo y seguridad social, promoción al desarrollo, turismo y competitividad, equipamiento municipal.

En el caso del objetivo específico asociado al turismo y competitividad se tiene lo siguiente:

1. Incrementar el número de turistas Nacionales e Internacionales que visitan el Municipio de Tuluá.
2. Establecer Mecanismos para generación de nuevos procesos de oferta y demanda a nivel económico.
3. Fortalecer e incrementar la vocación turística de la economía rural, enfatizando en los modelo de agroturismo, turismo ecológico y agro aventura.
4. Fortalecer y consolidar las rutas turísticas establecidas en el municipio
5. Desarrollar instrumentos de información que permitan identificar oportunidades para la creación de empresas, en función de las vocaciones productivas, identificadas con potencial de desarrollo para la ciudad y la región.

También se pueden identificar otros elementos transversales que tienen incidencia en el desarrollo del turismo sea en materia de infraestructura (vial o de servicios públicos), equipamientos y gestión del desarrollo. En esta materia se resalta lo relacionada con el objetivo específico denominado “promoción del Desarrollo” que procura conformar el Centro Regional Empresarial y Cultural, fomentar el desarrollo del polígono intercambio regional Plan Parcial Cinco y fortalecer escenarios y mecanismos de gestión para mejorar los niveles de competitividad del sector productivo, comercial, agroindustrial, micro empresarial y de los empresarios ubicados en el municipio.

[25] Artículo 16, del Acuerdo No 007 de 2008, que adopta el Plan de Desarrollo Municipal 2008 – 2011

Estos lineamientos junto con aquellos dictados a nivel nacional y departamental, conforman un marco general a partir del cual la Municipalidad y sus instituciones, concertadamente con el sector empresarial, los gremios económicos y representantes del sector productivo, además de las instituciones educativas y organizaciones de la sociedad civil, pueden construir un modelo planificado para el desarrollo del turismo que responda a las potencialidades del Municipio, con enfoque regional y visión estratégica y de largo plazo.
En este contexto INFITULUA por mandato de la Administración Central implementa el proceso de formulación del presente Plan de Desarrollo Turístico.

## 4.4. MARCO JURÍDICO Y LEGAL

Es necesario partir de unas bases legales cuando se va a elaborar un proyecto de investigación como este y el desarrollo del mismo:

**LEY 300 DE 1996**
(Julio 26)
Diario Oficial No. 42.845, de 30 de Julio de 1996
Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.

**4.4.1. Normatividad jurídica que regula el ecoturismo en Colombia.** En 1.996 el estado colombiano expidió la Ley 300 o la Ley General del Turismo, a través de la cual busca regular este tipo de actividad en el país. Algunos de sus artículos tocan directamente sobre la explotación económica de recursos ecológicos.

**El *Artículo 26***, define el Ecoturismo como aquella forma de turismo especializado y dirigió, que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. El Ecoturismo debe propender la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos.

Por otro lado, *el* ***Artículo 27*** indica que siempre que las actividades turísticas que se pretenden desarrollar en áreas Naturales, será estas entidades “El Ministerio de Medio Ambiente y Ministerio de Desarrollo” los entes encargados que definan la viabilidad de los proyectos, los servicios que ofrecerán, las actividades permitidas, capacidad de carga y modalidad de la operación.

**4.4.2.** A partir de la expedición de la **Constitución Política de 1991**, donde el Turismo se rige como un sector económico esencial para el desarrollo del País y

sus regiones, asunto que fue además refrendado por la Corte Constitucional institución que en la sentencia C – 959/073

**4.4.3. Ley 99 del 22 de diciembre de 1993.**

**4.4.4 La UCEVA, en su acuerdo No. 010 de 2005**, y en su reconocimiento de su autonomía administrativa, financiera y presupuestal; al igual que en su afán de fortalecer el patrimonio propio e independiente, tiene la posibilidad jurídica de adelantar dicho proyecto. Es importante anotar, que tal autonomía está dada desde el acuerdo **No. 24 de 1971**, enmarcado por el Concejo Municipal de Tuluá.

**En el Artículo 7**, indica que la extensión contribuye a la solución de necesidades de capacitación, asesoría y proyección social a la comunidad; en este sentido el proyecto "Estudio de factibilidad para la Creación de un Eco Hotel en la finca el Vijal, corregimiento la Iberia Municipio de Tuluá Valle" sin lugar a dudas, es una expresión constitucional que se enmarca tanto en su autonomía como en la posibilidad de generar proyección social.

**El Artículo 8:** del mismo estatuto, literal c, establece la posibilidad de propiciar la integración con los demás sectores básicos de la actividad Municipal, regional, nacional e internacional. El proyecto, es indiscutiblemente una opción de integración a la actividad económica municipal y regional, como una experiencia más de la responsabilidad social y ambiental de la UCEVA con la región.

**Artículo 54:** Relacionado con el Bienestar Universitario, señala que la mencionada dependencia institucional, ejecutará programas diseñados para atender, promover y desarrollar las siguientes áreas: Desarrollo humano, salud, promoción socio económico, recreación y deportes, área cultural y área de apoyo académico; así el proyecto del Eco Hotel, se constituye en una alternativa para apoyar el desarrollo de esta actividad misional de la institución y fortalecer el trabajo de la oficina BINGES.

**Artículo 55**, relacionado con los ingresos y patrimonio de la institución, indica que los mismos están constituidos por los bienes muebles e inmuebles que actualmente posee y los que adquiere posteriormente, asi como sus frutos y rendimientos. En este sentido, el Eco Hotel se constituye en un nuevo bien que proporciona nuevos frutos y rendimientos económicos que podrán ser utilizados para el desarrollo y fortalecimiento de la actividad misional.

## 4.5. DISEÑO TEÓRICO METODOLÓGICO

### 4.5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La siguiente investigación tiene carácter descriptiva aplicada, porque el estudio recolectará información en aspectos relacionados con el sector del turismo bajo la rama del eco-turismo; así mismo analizar factores del mercado, variables externas y del sector para posteriormente decidir sobre la factibilidad que tiene la construcción del Eco Hotel en el Corregimiento de la Iberia, Municipio de Tuluá.

### 4.5.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

En el proyecto utilizará el método deductivo por ser un proceso que permite conocer el mercado del turismo bajo la rama del eco-turismo con el fin de justificar la creación de un Eco Hotel parque, este método parte de datos generales aceptados como válidos, para llegar a una conclusión de tipo particular. La investigación se iniciará con el análisis que permitirá identificar las oportunidades y amenazas del mercado del turismo y su entorno.

### 4.5.3. TÉCNICAS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN

**Fuentes primarias:** Las técnicas empleadas para la realización de la presente investigación fueron: La Técnica Documental, la Técnica de Campo y la Técnica Estadística. En la técnica documental se realizó una extensa revisión bibliográfica, acerca de las generalidades del turismo, el ecoturismo, documentación de carácter teórico y las normas legales sobre la materia, y análisis de variables geográficas y socioculturales del entorno; por medio de la Técnica de Campo se obtuvo un contacto directo con la población objeto de estudio que permitió el acopio de testimonios que faciliten la confrontación de la teoría con la práctica y finalmente mediante técnicas estadísticas se logró sistematizar y cuantificar los datos obtenidos en el trabajo de campo para ofrecer una mejor interpretación y mayor confiabilidad de los resultados.

Los instrumentos utilizados serán la Encuesta cuya medición es de carácter cualitativo-cuantitativo; puesto que proporciona información complementaria para la investigación y permiten cuantificar la información obtenida a través de las muestras. El diseño de la encuesta está enfocado en tres principales ejes temáticos que son: ***Las preferencias de la comunidad de contar con Eco Hotel en la zona de Tuluá y su entorno de acuerdo a las condiciones geográficas. El Segundo eje temático comprende las preferencias de las personas en cuanto a la oferta de servicios y frecuencia de visita al Eco Hotel, y en tercer lugar las alternativas que pueden llegar a prestar un Eco Hotel en este lugar.***

**Fuentes secundarias:** Se recolectará información por parte del DANE, Cámara de Comercio, Organización Mundial del Turismo y normas nacionales, para el mejor aprovechamiento de la información con relación al Eco Hotel.

### 4.5.4. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN:

La información obtenida se clasificó y ordenó utilizando modelos estadísticos para tal fin que muestren de forma clara, sencilla y precisa los datos recolectados para posteriormente estos ser analizados y procesados en la evaluación del proyecto y realizar las inferencias al desarrollo del proyecto.

### 4.5.5. POBLACIÓN O UNIVERSO

La población o universo que se tiene en cuenta en el Eco Hotel equivale al total de población residente en el Municipio de Tuluá y su entorno, el cual corresponde a 608.045 habitantes (Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística y Planeación Municipal). Que es la zona de influencia del mismo.

### 4.5.6. SEGMENTO POBLACIONAL

Como segmento poblacional o de mercado se utiliza el total de población del municipio de Tuluá y su entorno, la cual corresponde a 608.045 habitantes (Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística y Planeación Municipal y Planeación Municipal).

### 4.5.7. ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para calcular el tamaño de la muestra, teniendo en cuenta que se conoce el tamaño del universo objeto de estudio, se procederá a aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{e^2 (N - 1) + (Z^2 \times P \times Q)}.$$

Donde,

**Z =** # unidad de desviación estándar en la distribución normal que producirá el grado de confianza; en este caso el grado de confiabilidad equivale al 95%, por tanto el valor de la desviación estándar corresponde a 1.96.

**N =** Población o universo objeto de estudio, en este caso equivale a 608.045 habitantes.

**e =**Error muestral; en este caso se estima el 5%

**Aplicación de la Formula**

$$\mathbf{n} = \frac{(1.96)^2 \times 50 \times 50 \times 608.045}{25 \times (608.045 - 1) + 1.96^2 \times 50 \times 50}.$$

$$\mathbf{n} = \frac{5{,}839{,}664{,}180}{15{,}210{,}704}.$$

**n =** 384

Por lo Por lo tanto el tamaño de la muestra para el desarrollo de la presente investigación corresponde a 384 encuestas.

# 5. ESTUDIO DE MERCADO

## 5.1. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Estudiar la factibilidad de crear un Eco Hotel en la finca el Vijal del corregimiento de la Iberia del Municipio de Tuluá-Valle, que satisfaga las expectativas de los clientes potenciales de todas las edades y estratos.

## 5.2. MERCADO A PENETRAR

En el comportamiento de cada uno de los negocios que atiende la empresa, existen particularidades relacionadas con las fuerzas que determinan estructuralmente su desempeño, según el tipo de servicio que ofrece y el mercado al cual va dirigido.

Por ello se hace necesario estudiar esas fuerzas que explican cómo se da la competitividad en el sector del turismo.

### 5.2.1. Análisis del sector del turismo

### 5.2.2. Macroambiente

**Turismo a nivel internacional.** El turismo es un gran negocio, según la Organización Mundial del Turismo, es la industria más grande del mundo y actualmente provee más del 10% de los empleos globales y el 11% del producto bruto mundial. El número anual de viajes turísticos en todo el mundo se deberá duplicar a 1.6 millones para el año 2020.
América Latina se proyecta positivamente dentro del sector, dado que en los últimos tres años los indicadores de llegadas de turistas internacionales han sido superiores a los del Caribe y América del Norte. La Organización Mundial del Turismo, ha clasificado la región de las Américas y ha determinado en su último estudio de tendencias, que las llegadas de turistas internacionales a la región, asciende a 136 millones de personas, generando ingresos por concepto de turismo internacional de $154.000 millones de dólares. Lo anterior genera gran expectativa y proyección a inversionistas extranjeros o nacionales, con base en una idea de negocio, y con la intención de migrar de océanos rojos a océanos

azules,[26] por medio de conceptos innovadores o creativos, explotando específicamente en el sector del turismo nuevas tendencias, como el turismo ecológico o el turismo de aventura. Bien lo plantea Chan Kim, en cuanto la necesidad de dejar a un lado la competencia destructiva entre las empresas si se quiere ser competitivo a futuro, ampliando los horizontes del mercado y generando valor a través de la innovación.

El turismo a nivel internacional crece de manera constante, gracias a diversas estrategias de las empresas de aviación de reducir los precios de los tiquetes y ofrecer promociones cuando se aproxima la fecha del viaje. Es importante resaltar la labor de la Organización Mundial del Turismo que, gracias a sus estudios sistémicos del comportamiento del mercado, le permite a la población en general (usuarios, inversionistas, estudiantes, viajeros, etc.) conocer información con un alto grado de confianza y así tomar decisiones que permitan el desarrollo del sector turístico.

La primera posición en países visitados la ocupa Francia, es importante resaltar que ha llegado a un punto en donde su crecimiento del 3% es muy bajo; contrario a la situación enfrentada por Colombia, que a pesar de no encontrase en las primeras posiciones de países visitados, si presenta un crecimiento del 15%.

**Turismo Nacional.** El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determinó que en Colombia la participación del sector turístico en el PIB no es superior al 3%, mientras que en países como España representa el 18%, y en países del Caribe hasta del 30%. Actualmente, en el país el 10% de la población económicamente activa se emplea en actividades turísticas. El turismo en el contexto de la economía colombiana, y teniendo en cuenta el aporte al volumen total de exportaciones, ocupa el tercer lugar después del café y las trasferencias e ingresos personales. Colombia cuenta con 1.141.748 km² de territorio continental y 988.000 km² de territorio marítimo. Como resultado de su ubicación tropical y de la diversidad climática y topográfica, posee una gran oferta ambiental en recursos forestales, hídricos y de biodiversidad que son el sustento de la producción nacional y de la multiplicidad de usos del territorio[27].

En cuanto a biodiversidad, Colombia posee una de las mayores concentraciones de especies por unidad de área en el mundo, sustentando un potencial de "mercados verdes" en ecoturismo, fauna, productos maderables y productos agro ecológicos.

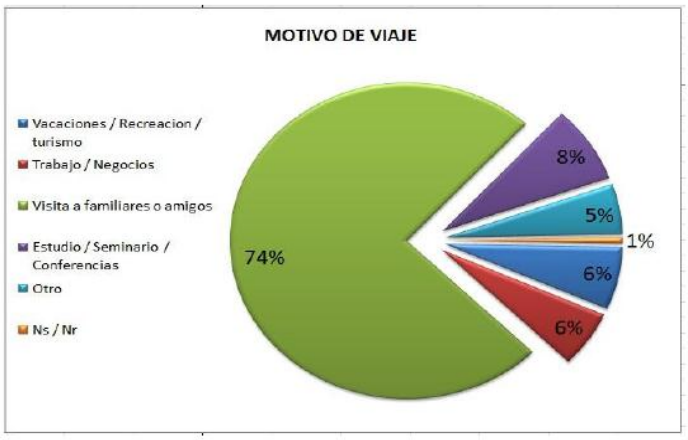
En cuanto a los motivos de viaje de los colombianos es interesante analizar el comportamiento al 2009, en donde el factor más alto es la “visita a familiares o amigos,” seguido por “vacaciones, recreación o turismo” (ver gráfico 1) y las

[26] Chan Kim. La estrategia del Océano Azul. En: http://www.innovacion.com.es.
[27] http://internacional.universia.net/iberoamerica/datos-paises/colombia/aspectos-generales.htm

principales ciudades destino, según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, son: Bogotá, Cartagena, Medellín, Cali y San Andrés. (Ver gráfico 2)

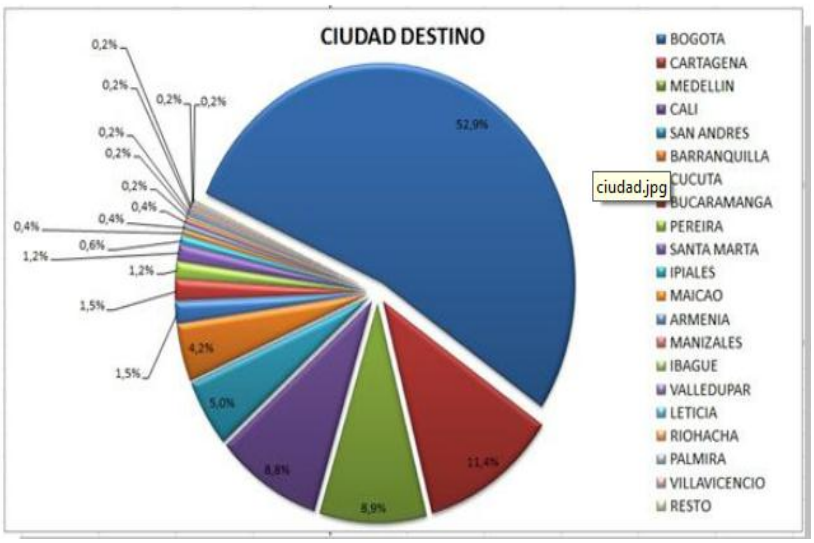
Los motivos de viaje y las ciudades destino de preferencia de los turistas se presentan en la gráfica 1 y gráfica 2.

**Grafico 1. Motivo de viaje.**




**Fuente:** ***Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. 2009.***

**Grafico 2. Ciudad destino.**




**Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. 2009.**

**Turismo en el Valle del Cauca.**

En el ámbito regional el turismo como sector económico ha venido recibiendo apoyo desde diversas instituciones públicas incluyendo alcaldías y gobernación, y entidades del sector privado tales como cámaras de comercio, agremiaciones, además del sector académico representado en universidades. Estos esfuerzos han surgido de iniciativas independientes y autónomas en la mayoría de los casos, que han conllevado a que la Gobernación del Valle y la Cámara de Comercio de Cali asuman un rol de liderazgo, buscando su articulación en una política regional de mayor integralidad y estructuración.

- ✓ **El Destino Paraíso.** Como parte de esta dinámica, se ha implementado un proceso de desarrollo turístico subregional denominado "Destino Paraíso", en el cual confluyen la Gobernación del Valle del Cauca, los Municipios de Palmira, El Cerrito, Ginebra, Guacarí y Buga, cuatro entidades privadas y cinco mayoristas turísticos de la región, además de un numeroso grupo de micro y pequeñas empresas turísticas (alojamientos, restaurantes, atractivos, transportes, recreación y esparcimiento), las cuales constituyeron la Corporación Destino Paraíso.

  Este proyecto inicio con una cofinanciación del Banco Interamericano de Desarrollo por tres años; y busca desarrollar el tejido de una red de relaciones entre los actores para la planeación del desarrollo del turismo en el destino, la formalización de negocios, el fortalecimiento empresarial, la capacitación y asistencia técnica para la prestación de servicios turísticos de calidad, las economías de escala, la generación de alianzas para la promoción y comercialización de la oferta de productos y paquetes turísticos atractivos para los turistas y la población local del destino.

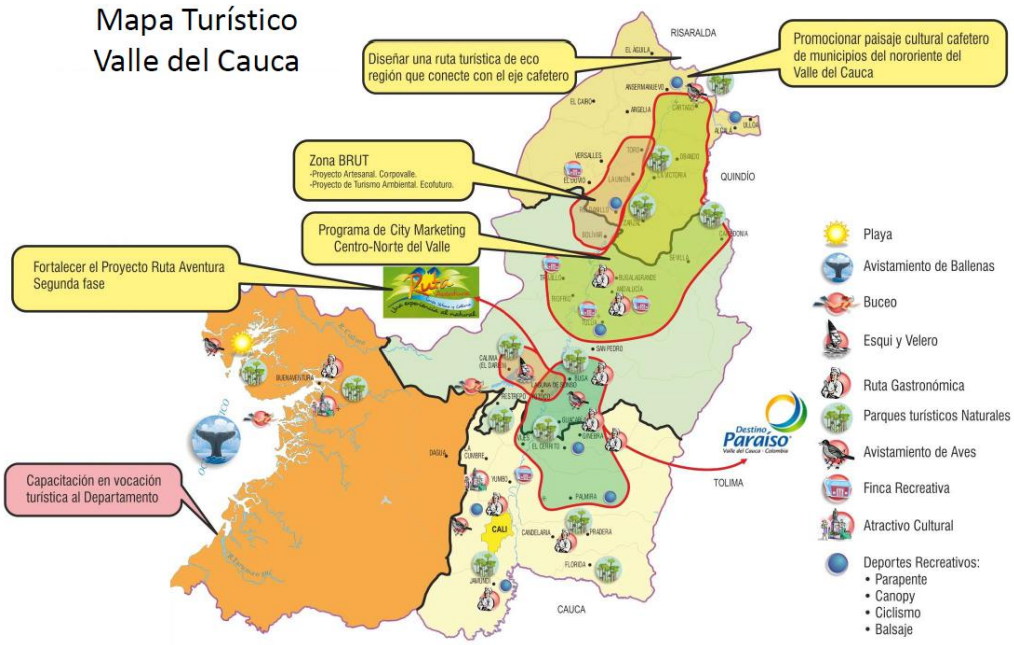
  Se constituye en un proyecto de desarrollo turístico rural basado en las experiencias asociadas a la cultura de la caña y del azúcar que se concretan en iconos de gran reconocimiento como la Hacienda El Paraíso escenario de la novela del romanticismo del siglo XIX "La María" de Jorge Isaac; el Museo de la Caña y las haciendas vallecaucanas localizadas en la región. Destino Paraíso ha desarrollado su propia marca y una estrategia de marketing integrada para estos negocios turísticos, creando un sello de calidad del destino para los productos y servicios ofrecidos por estos microempresarios.

  El Municipio de Tuluá no hace parte del Destino Paraíso y las posibilidades de su incorporación al mismo es remota, debido a que el proyecto se circunscribe al territorio del sur del Departamento en el cual se localizan los elementos de la cultura vallecaucana mencionados anteriormente. No

obstante, se hace necesario buscar estrategias de articulación con este proyecto en el diseño de rutas e implementación de alianzas para el mercadeo y la promoción regional, considerando la necesidad de mantener la individualidad de cada subregión como producto.

El Municipio de Tuluá, requiere aplicar procesos de mejoramiento en los aspectos de calidad y servicio al cliente, entre otros, a pesar de lo cual, ha logrado posicionarse a nivel nacional en lo religioso y cultural, como se muestra en la **figura 1.**

**Figura 1. Mapa Turístico del Valle del Cauca.**




**Fuente:** Gobernación Valle del Cauca.

**El Turismo del Eje Cafetero.** En esta región el turismo se ha constituido en una alternativa real de desarrollo económico, especialmente para el departamento del Quindío. Prueba de ello es el posicionamiento de la región, a nivel nacional, como primer destino turístico al interior del país con más de 500.000 visitantes por año y su ubicación como el segundo destino, después de ciudades de la costa atlántica como Cartagena, Santa Marta y San Andrés, que están en el mercado como destinos turísticos de sol y playa[28]. Este turismo rural se fundamenta en el paisaje

[28] Plan de Desarrollo Turístico Quindío 2020. Víctor Rafael Fernández Ávila, Carlos Alberto Mendoza Muñoz. Mayo 2005.

cultural cafetero, representados en la oferta de atractivos naturales culturales y temáticos con los que cuenta el departamento, entre los que se encuentra el Parque Nacional del Café, el Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria PANACA, el Parque Nacional de la Acuicultura y la Pesca, y el Parque Nacional de la Biodiversidad PANABI, que exponen al visitante una serie de valores y características del medio rural, que de una u otra forma están relacionados con la vocación agropecuaria del departamento y la idiosincrasia campesina de sus habitantes. Adicionalmente, la región ofrece parajes apropiados para el ecoturismo y el turismo paisajístico, tales como el Valle de Maravélez en el municipio de La Tebaida y el Valle de Cocora en el municipio de Salento, además de la integración con rutas al Parque Nacional Natural de los Nevados.

La región, específicamente el Departamento del Quindío, le apuesta a afianzar el sector turismo que en el año 2005 le aporto el 14,42%22 del PIB Departamental, definiendo en la AGENDA INTERNA PARA LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD, la creación de nuevos servicios asociados al turismo, como la organización de eventos, los servicios de salud, el turismo de aventura y la construcción de más parques temáticos.

**Turismo a nivel local, Municipio de Tuluá.**

**El turismo en los instrumentos de Planificación Municipal.** Mediante Acuerdo 030 de diciembre de 2000, el Municipio de Tuluá adoptó el Plan de Ordenamiento Territorial, el cual define una visión de futuro que se presenta a continuación:

*"Tuluá será un Municipio–Región, comercial, Industrial y prestador de servicios de excelente calidad, generando una dinámica balanceada de los sectores agropecuarios y eco turístico en beneficio de la calidad de vida de la población Tulueña".*

Esta política busca potenciar una serie de oportunidades de desarrollo entre las cuales se incluye la relacionada con el turismo, indicándose lo siguiente:

*"Aprovechar los atractivos naturales del Municipio con el fin de desarrollar la industria eco turístico, que constituya un nuevo renglón económico tanto para la población urbana como para la rural".*

En las estrategias territoriales se define que el Plan de Ordenamiento Territorial "constituye una acción de carácter integral que permite la sostenibilidad del territorio a partir de generar un proceso de transformación y elevamiento de las condiciones productivas de la zona rural que sea el soporte para implementar

procesos ciertos para la conformación del cordón ecológico". Esta estrategia considera las siguientes acciones:

1. Creación del Corredor Ecológico que partiendo del río Cauca, tome el río Tuluá, una con el área urbana continuando al Oriente por el Jardín Botánico – La Marina – La Moralia – Venus Jícaramata –Santa Lucía – Páramos y Paramillos Barragán-Puerto Frazadas- San Rafael.

2. Generación de dos anillos turísticos que potencien el desarrollo Ecoturístico y la recreación en las zonas altas y como actividad económica complementaria ligada al corredor ecológico que constituye la oferta para este tipo de actividad: uno entre Campo Alegre - San Carlos – Nariño y a futuro al Parque de la Guadua – Jardín Botánico; el segundo, entre Nariño – La Palmera – Tres Esquinas Tuluá.

3. La promoción del mejoramiento de la productividad de la zona rural, en especial en las áreas adyacentes y que hacen parte del corredor ecológico con el fin de iniciar un proceso gradual de restauración ecológica que no desmejore los ingresos de la población.

4. El mejoramiento de las condiciones de comercialización, mediante la promoción de esquemas asociativos y la especialización de cuatro centros de intercambio en la zona rural.

En el Artículo 27 del Plan de Ordenamiento Territorial se declara patrimonio cultural e histórico de edificaciones lo cual se constituye en una base para determinar una reglamentación aplicable a los procesos de intervención constructiva de los inmuebles.

En lo relacionado con los aspectos ambientales, el POT[29], define a su vez políticas para su preservación, tendientes a garantizar sus sostenibilidad y el uso equitativo y racional del suelo y el territorio. Es así como se identifican políticas y acciones relacionadas con el ecoturismo las cuales se transcriben a continuación:

- ✓ Crear una red de grupos ecológicos en zona urbana y rural del Municipio.
- ✓ Realizar una guía histórico – ambiental del Municipio de Tuluá.
- ✓ Adecuar y promover espacios para la práctica de ecoturismo.
- ✓ Y continúa con lo siguiente:

[29] Artículo 14 del Acuerdo 030 que adopta el Plan de Ordenamiento Territorial. *La complementación de las acciones en medio ambiente mediante la implementación de programas de divulgación, educación y capacitación Ambiental*

- ✓ Explotar el potencial eco turístico que posee el Municipio, a través de las siguientes acciones:

- ✓ Diseñar un cordón eco turístico que atraviese el Municipio de oriente a occidente.

- ✓ Construir una adecuada infraestructura eco turística, recreacional y deportiva.

- ✓ Determinar los sitios que conformaran el cordón eco turístico basado en su oferta ambiental.

- ✓ Impartir publicidad a entidades promotoras de turismo para dar a conocer nuestro potencial eco turístico.

- ✓ Normatizar el uso del cordón eco turístico utilizándolo como mecanismo para impartir educación ambiental.

- ✓ Impulsar áreas de especial belleza y significado ambiental como patrimonio de la humanidad.

- ✓ Además de lo anterior, en el modelo territorial rural definido en el Plan de Ordenamiento Territorial se define como parte de las políticas generales la relacionada con la promoción de nuevas actividades en la zona rural incluyendo la explotación del Ecoturismo, con diferentes tratamientos dependiendo de las zonas, aprovechándose de todo el potencial existente en el Municipio al respecto.

**Estudio del impacto de cinco rutas eco turísticas Elaborado por la secretaria de asistencia agropecuaria Y medio ambiente – Sedama del Municipio de Tuluá.**

La Secretaria de Asistencia Agropecuaria y Medio Ambiente – Sedama del Municipio de Tuluá contrató le elaboración del estudio de impacto ambiental de cinco Rutas Eco turísticas; estudio que se adelantó de manera coordinada con respecto a la identificación de potencialidades del Plan de Desarrollo Turístico, en cuanto a su estructuración y caracterización básica. Las rutas son las siguientes:

- ✓ **Ruta del Anillo Agrícola:** Articula los siguientes corregimientos: Tres Esquinas, Bocas de Tuluá, La Palmera y Nariño.

- ✓ **Ruta del Maíz en Campoalagre.** Comprende la gastronomía en torno de productos a base de maíz tales como trasnochados, cuaresmeros y pandebonos, tortas, envueltos, masato, champús, chancarina y otros.

- ✓ **Ruta de la Vuelta a Oriente.** Integra La Rivera, La Cruz, El Picacho, La Marina, La Moralia y La Iberia.

- ✓ **Ruta hacia el Jardín Botánico o Mateguadua destino eco turístico.** Incluye Cienegueta y Mateguadua.

- ✓ **Ruta al Paramo de Barragán y Santa Lucia.** Contiene los corregimientos de San Rafael, Puerto Frazadas, Santa Lucia, Jicaramata, Monteloro y Venus para conectar con las rutas de la zona media.

Esta propuesta de rutas eco turísticas se adoptará en el Plan de Desarrollo Turístico junto con las recomendaciones dadas en el estudio elaborado por la SEDAMA, para que posteriormente se inicie un proceso de organización del conjunto de componentes, recursos y elementos de orden institucional, cultural, ambiental, social - comunitario, productivo, territorial, físico y de infraestructura en cada una de estas que permita su adecuada presentación y disposición al recorrido de visitantes y turistas.

Por lo anterior, cada ruta se debe organizar en torno a un tema que la caracterice y la identifique y deberá ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma como expresión de la identidad cultural y ambiental de la región. Debe presentar una imagen integral a partir de la complementariedad entre sitios, servicios, atractivos y lenguaje comunicacional.

Las rutas se organizan con los propietarios, empresarios y residentes que van a intervenir en la recepción y atención de los turistas, brindándoles diferentes servicios e información. Esto puede ser provisto por alguna persona, por medio de carteles o señales y folletos disponibles para el visitante. Es posible concentrar parte del servicio al turista en algún punto de la ruta para evitar recargar ciertos espacios que es necesario proteger y preservar o que tal vez no pueda recibir demasiada cantidad de visitantes.

## 5.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO

### 5.3.1. Microambiente

- ✓ **Entorno Demográfico.**

Según Planeación Nacional, en su Departamento de Estudios Socio económicos y con datos procesados del Censo 2005 proyectados a 2011, Tuluá tiene 201.670 habitantes con distribución de población 86% urbana y 14% rural, el 53% de sus habitantes son de sexo femenino y 47% del sexo masculino. Observando la composición por grupo de edad se observa que el 30% de la población es menor de 15 años, mientras que los mayores de 60 representan el 5%. El 75% es población económicamente activa. El 28% es menor de 25 años y 7,4% mayor de 65 años. El 84% de la población es menor de 50 años. (ver tabla 1)

**Tabla 1. Evolución Demográfica de Tuluá.**

| Evolución demográfica de Tuluá entre 1680 y 2011 | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **1680** | 1786 | 1870 | 1905 | 1920 | 1950 | 1960 | 1970 | 1980 | 1990 | 2000 | 2005 | 2011 |
| **3.571** | 5.729 | 7.687 | 10,310 | 11,651 | 14.365 | 31.387 | 49.015 | 70.391 | 91.584 | 126.333 | 183.236 | 201.670 |

Fuente: Dane.

- ✓ **Entorno Económico.**

Su influencia socioeconómica se extiende sobre las localidades vecinas de Andalucía, Bugalagrande, Bolívar, Riofrío, Roldanillo, Trujillo, Zarzal, Sevilla, Buga, San Pedro y otras cuya población total asciende a 608.045 habitantes según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística del año 2005 con proyección al 2011.

En la subregión correspondiente al área de jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tuluá, el Municipio concentra el 77,27% de las grandes empresas, el 77,19% de las medianas empresas, el 85,77% de las pequeñas empresas y el 73,47% de las microempresas de la región. El informe sobre el comportamiento empresarial de la Cámara de Comercio de Tuluá a marzo de 2010, muestra que el sector comercial y reparaciones abarca el 50,7% de las empresas y genera el 45,2% de los empleos, pero el mayor número de activos lo concentra el sector agrícola con el 29,76%, seguido de las actividades de comercio y reparaciones que abarcan el 12,62%, mientras que las industrias manufactureras el 11,99%. El resto se distribuye en menores participaciones en los demás sectores económicos.

Este comportamiento se presenta en el contexto subregional ya descrito, en el cual predominan las empresas comerciales e industriales (50,72% y 10,35% del total de empresas matriculadas) que generan el 39,4% y 18,6% del empleo respectivamente, pero en el cual los activos se concentran en las industrias manufactureras (44,34%) y la agricultura, Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura que recoge el 25,46%, los servicios de intermediación financiera reúne el 12,28%, mientras que el comercio y reparaciones el 6,75%.

Las actividades relacionadas con los servicios turísticos y particularmente los hoteles, restaurantes, bares y similares comprenden el 9,23%, del número de establecimientos, contribuyen con el 5,3%, del empleo generado y concentra tan solo el 0,31% de los activos. El sector es el tercero en cantidad de empresas, el quinto en generación de empleo y el onceavo en activos, denotando una participación secundaria en la estructura económica local.

De lo anterior, se puede inferir que la estructura económica municipal está asociada a las actividades del sector terciario de la economía que incluye las actividades comerciales y de servicios, encadenados a las actividades agrícolas e industriales en tanto estas concentran las mayores inversiones en activos (conjuntamente concentran el 41,75% del total). La economía local se enmarca en unos encadenamientos subregionales que le imprimen un carácter agroindustrial, contexto en el cual Tuluá ha desarrollado la oferta de bienes y servicios necesarios para atender las demandas de dicha estructura productiva constituyéndose en el epicentro económico de la zona centro y norte del Departamento. Las actividades asociadas al sector turismo se muestran con una participación marginal en esta estructura económica y productiva, teniendo un gran potencial de crecimiento en el contexto municipal y regional.

- ✓ **Entorno Cultural.**

**Costumbres:** La comunidad está compuesta por familias que oscilan entre los cuatro y cinco miembros, unidas por el vínculo matrimonial y unión libre , son en su totalidad campesinas que se dedican a la agricultura (cultivo de café), la ganadería y el comercio.

Sus ratos libres los dedican al juego de gallos, de tejo, tomar cerveza y una minoría a hacer deporte. Son radicalistas, conservan los partidos tradicionales.

**Alimentación:** La base de la alimentación es la yuca, el plátano y la carne. Los platos típicos son el sancocho con gallina, bandeja paisa, el plátano asado con carne, ají y el guarapo.

**Celebraciones:** Se celebran las fiestas religiosas especialmente la Semana Santa en vivo, Fiestas del Campesino en La Iberia, peleas de gallos, fiestas de La Moralia, fiestas de Reyes, ferias ganaderas y las Fiestas del Morro en El Picacho.

**Servicios Públicos:** Cuenta con los servicios de agua, luz eléctrica, alcantarillado, teléfono, una plaza de mercado y un matadero.

**Comunicaciones:** Cuentan con servicio de llamadas telefónica con la empresa Telefónica.

Su índice estructural vial es el siguiente: Vías en buen estado.

**Sitios Turísticos**: Reservas Naturales de la Sociedad Civil Los Chagualos, Bosqueverde, Villamaría y Piedras Blancas, Bosque La Valenzuela y el Jardín Botánico Juan María Céspedes, y fincas de la región.

✓ **Entorno Jurídico y Legal.** A partir de la expedición de la Constitución Política de 1991, el Turismo se erige como un sector económico esencial para el desarrollo del País y sus regiones, asunto que fue además refrendado por la Corte Constitucional institución que en la sentencia C – 959/073, señaló lo siguiente:

*"…el sector turístico, integrado por agentes estatales, particulares y entidades de naturaleza mixta, constituye una actividad de importancia nacional que cumple una función social, por lo cual su existencia, promoción y desarrollo se encuentra vinculado con los fines esenciales del Estado previstos en el artículo 2º de la Carta Política, en particular, los relacionados con servir a la comunidad y promover la prosperidad general, por cuanto la actividad turística contribuye de manera eficaz al mejoramiento de las condiciones económicas y sociales. (…)".*

El desarrollo legislativo en esta materia comprende inicialmente la expedición de la Ley 300 de 1996, en la cual se entendió el turismo como una industria esencial para el desarrollo del país y de las regiones, indicando además que cumple una función social, definió los objetivos de política orientada principalmente al mejoramiento de la competitividad de los productos y destinos turísticos, y al desarrollo de políticas de promoción y mercadeo a nivel nacional. Para tal fin se crearon los instrumentos de ordenación, disciplina del mercado y promoción para que Colombia se posicionara en los mercados turísticos internacionales, así mismo, la Ley reconoció la importancia de los valores culturales para el turismo y propuso herramientas para su gestión tales como la declaratoria por parte de los Concejos Municipales de recursos turísticos según su interés cultural y la Asociación de Municipios a través de círculos metropolitanos turísticos de interés cultural y turístico.
Además, la Ley 300 de 1996 identificó modalidades de turismo relacionadas con el aprovechamiento del patrimonio cultural tales como el etnoturismo, el turismo

metropolitano y el ecoturismo, las cuales son prioritarias para su fomento debiendo ser promovidas mediante programas y herramientas de coordinación interinstitucional.

En 2005, se expidió el documento Conpes 3397 que sirvió de base para la elaboración de la Ley 1101 de 2006 “'Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones” con la cual se buscó potencializar aún más el sector turístico nacional, a partir del ingreso de nuevos recursos destinados a la competitividad, al mercadeo y a la promoción de Colombia como destino turístico, tanto a nivel doméstico como internacional.

Contempla también la destinación especial de recursos del Banco de Proyectos Turísticos, para proyectos de promoción y mercadeo turístico relacionados con los sitios declarados por la UNESCO como “patrimonio Mundial de la Humanidad”. Así mismo, la Ley establece que la Política de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo debe incluir y dar prioridad a dichos proyectos.

Este conjunto de disposiciones legales ha sido reglamentado por el Gobierno Nacional en diversidad de áreas y materias, siendo todos estos elementos de referencia para estructurar un plan que responda a la normatividad en cuanto a sus alcances y propuestas y por ende viable en su proceso de implementación y ejecución.

El Plan de Desarrollo Turístico Municipal de Tuluá debe responder a este marco legal y jurídico para logar su validez y viabilidad institucional tanto a nivel local como ante las autoridades del orden regional y nacional.

## 5.4. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Los servicios son una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones ofrecidos a la venta y son básicamente intangibles ya que no tienen como resultado la obtención de la propiedad de algo.

Igualmente, podemos definir a un Eco Hotel como “concepto de alojamiento, que permita al viajero disfrutar de sus vacaciones al mismo tiempo que protege el medio ambiente y se caracteriza por respetar la biodiversidad y el patrimonio cultural de su entorno y que proveen a los huéspedes servicios adicionales como restaurantes, piscinas, cabalgatas, cancha de futbol, gimnasio, caminatas ecológicas, juegos extremos.

Algunos hoteles tienen servicios de conferencias y animan a grupos a organizar convenciones y reuniones en su establecimiento”. Con esto definimos un servicio básico que cumplen la mayoría de nuestros competidores, así que la

diferenciación de este proyecto resulta primordial, haciéndola a través de las siguientes características:

Primero, ofrecer un servicio eco hotelería para lograr una ventaja competitiva que los consumidores percibirán como un valor agregado que no encuentran en otros sitios, ya que no cuentan con este instrumento de diferenciación ambiental, el cual indica que los insumos y materias primas para su funcionamiento se usan de manera sostenible, las materias primas que usa no son nocivas para el medio ambiente, sus procesos de producción involucran un uso menor de energía o que hacen uso de fuentes de energía renovable (eólica, solar y similar), o ambas, recicla sus desechos.

Es así como la creación de un Eco Hotel en la finca el Vijal del corregimiento de la Iberia en el Municipio de Tuluá-Valle maneja un concepto de servicio diferente a los ofrecidos por los demás hoteles que están en esta región, resaltando la importancia de preservar el medio ambiente y exaltar la cultura que habita este Departamento.

Teniendo en cuenta la definición de ventajas comparativas como aquellas *"que están soportadas por los valores agregados que se le incorporan a los productos o servicios, que superan las expectativas generadas en el cliente sobre los productos o servicios inicialmente ofrecidos"* y de ventajas competitivas como aquellas "estrategias para posicionar su producto o servicio, frente a los competidores que existen en el mercado"[30].

## 5.5. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA.

Las limitaciones en cuanto a la disponibilidad de información sobre el mercado turístico interno se profundizan aún más para el caso de las regiones y los municipios, lo cual dificulta establecer un marco confiable de cifras que permita establecer un punto de partida especialmente en los procesos de planificación.

Este es un vacío que el proyecto deberá asumir. Por tanto, no existen cifras que permita dimensionar el mercado del turismo en el contexto de la subregión del centro – norte del Departamento del Valle del Cauca ni a nivel del Municipio de Tuluá. Tampoco existen cifras sobre la cantidad de visitantes al municipio, no obstante se pueden realizar algunas aproximaciones.

Para esto se tomará como principal fuente de información los registros de pasajeros que llegan a la terminal de transportes terrestre. Se considera poco representativo el reporte de pasajeros al aeropuerto "Heriberto Gil Martínez".

---

[30] Manual para la creación de empresas, Guía de planes de negocios. Carlos Julio Galindo Ruíz. ECOE EDICIONES. 1ª Edición 2005 Pág. 19.

El uso de la terminal de transportes de Tuluá asciende 3’419.688 viajes que incluye llegadas, viajes con origen en Tuluá, viajes en tránsito convertido en origen y viajes solo en tránsito.( ver tabla No. 2)

**Tabla 2. Movimiento de pasajeros Central de Transportes Tuluá año 2010.**

| PERIODO AÑO 2010 | CANTIDAD | % |
|---|---|---|
| **ENERO** | 327.249 | 10% |
| **FEBRERO** | 265.847 | 8% |
| **MARZO** | 286.878 | 8% |
| **ABRIL** | 284.464 | 8% |
| **MAYO** | 288.422 | 8% |
| **JUNIO** | 295.859 | 9% |
| **JULIO** | 302.141 | 9% |
| **AGOSTO** | 301.341 | 9% |
| **SEPTIEMBRE** | 284.683 | 8% |
| **OCTUBRE** | 298.402 | 9% |
| **NOVIEMBRE** | 286.936 | 8% |
| **DICIEMBRE** | 197.466 | 6% |
| | **3.419.688** | **100%** |

**Fuente: Central de Transportes de Tuluá.**

## 5.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta turística del Municipio se estructura a partir del principal evento como es la Feria de Tuluá, pero también el desarrollo comercial y de servicios que se ha consolidado en la Ciudad convoca una importante proporción de visitantes que se pueden clasificar en dos grupos; los viajeros de negocios por una parte y los demandantes de bienes y servicios por otra. Los primeros generalmente son personas que se desplazan solas y realizan su visita en función de las actividades laborales y profesionales que desarrolla y demandan servicios de hospedaje por lo menos una noche y dos días, mientras que los compradores son viajeros que realizan sus actividades y regresan a su lugar de origen en el transcurso del mismo día.

Las actividades en torno de los negocios, el comercio y los servicios que se desarrollan en la Ciudad se constituyen en el principal motivador de las visitas, el

cual se complementa con el interés de realizar actividades recreativas, recorridos por la ciudad, actividades nocturnas, de entretenimiento y diversión, además de culturales y recorridos en la zona rural. No obstante, existe un desconocimiento sobre las actividades a realizar y de los sitios que se pueden visitar durante la estadía.

El turista de Tuluá se caracteriza por ser un viajero de negocios que se desplaza sin compañía, motivado por sus actividades profesionales y laborales, que proviene de otra ciudad del Departamento del Valle del Cauca o del Eje Cafetero; este visitante se interesa adicionalmente por las actividades de entretenimiento y diversión nocturna, además del consumo en gastronomía y compras y muestra disposición a visitar otros sitios urbanos y rurales tanto de Tuluá como de la región circunvecina.

El viajero o turista de negocios se caracteriza por ser exigente en cuanto a la calidad de los servicios consumidos, le preocupa los aspectos de seguridad, destina un gasto mayor al promedio de los turistas, el cual destina además del hospedaje, a la gastronomía y las compras. Esto se convierte en una oportunidad para difundir otra opción de hospedaje y visitas al Municipio, con lo es un Eco Hotel.

## 5.7. MECANISMOS Y PROCESOS DE INVESTIGACIÓN.

Dentro de estos mecanismos y procesos de investigación se encuentran:

- ✓ Investigación Exploratoria o Cualitativa.
- ✓ Investigación Cuantitativa o Descriptiva.

La investigación exploratoria o cualitativa, busca exclusivamente tener una idea concreta sobre las cualidades del servicio en el que se desea incursionar. Se realiza por medio de entrevistas, que suministran datos actuales sobre el comportamiento, percepciones y actitudes de los clientes potenciales.

La investigación cuantitativa o descriptiva consiste en describir las características de una población: hábitos de compra, tamaño del mercado, acciones de competidores, etc. Además de determinar las respuestas a las preguntas quién, qué, dónde, cómo y cuándo.

Para el proyecto se decidió utilizar la investigación cuantitativa como mecanismo de investigación, cuyo proceso detallamos a continuación.

**5.7.1. Perfil del consumidor.** Todas aquellas personas que deseen vivir la experiencia del eco turismo ecológico en la región de la Iberia, Igualmente personas que estén preocupadas y que desee liberarse de las tensiones, del stress de la ciudad en compañía de sus seres queridos y para recordar que hace parte de un ecosistema que puede disfrutarse pero debe preservarse.

**5.7.2. Segmentación del mercado.** Parejas jóvenes o grupos de amigos, ya sean de Andalucía, Bugalagrande, Bolívar, Riofrío, Roldanillo, Trujillo, Zarzal, Sevilla, Buga, San Pedro y otras localidades vecinas, interesados en realizar actividades de eco-turismo y aventura. Personas mayores, ya sean matrimonios de la tercera edad, que desean salir para descansar y disfrutar del campo junto con su familia, especialmente los nietos.

### 5.7.3. Plan de muestreo

**Definición de la Población.**

La población o universo que se tiene en cuenta en el Eco Hotel equivale al total de población residente en el Municipio de Tuluá, y su entorno el cual corresponde a 608.045 habitantes (Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística y Planeación Municipal). Que es la zona de influencia del mismo.

**Definición de la muestra**

Para calcular el tamaño de la muestra, teniendo en cuenta que se conoce el tamaño del universo objeto de estudio, se procederá a aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{e^2 (N - 1) + (Z^2 \times P \times Q)}.$$

Donde,

**Z =** Unidad de desviación estándar en la distribución normal que producirá el grado de confianza; en este caso el grado de confiabilidad equivale al 95%, por tanto el valor de la desviación estándar corresponde a 1.96.

**N =** Población o universo objeto de estudio, en este caso equivale a 608.045 habitantes.

**e =**Error muestral; en este caso se estima el 5%

**Aplicación de la Formula**

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 50 \times 50 \times 608.045}{25 \times (608.045 - 1) + 1.96^2 \times 50 \times 50}.$$

$$n = \frac{5{,}839{,}664{,}180}{15{,}210{,}704}.$$

**n =** 384

Por lo Por lo tanto el tamaño de la muestra para el desarrollo de la presente investigación corresponde a 384 encuestas.

**5.7.4. Diseño de la encuesta.** La base de nuestro proyecto es encontrar o inferir los gustos, preferencias y necesidades de los turistas y hacer de su estadía un momento inolvidable.

Para iniciar el proceso de investigación cuantitativa nos planteamos una encuesta que consta de 15 preguntas, las mismas que nos ayudarán a conocer las necesidades y preferencias de los posibles clientes.

Para esto es necesario vincular el comportamiento del consumidor con escalas de medición de actitudes. En mercadeo, la escala de actitudes tiende a centrarse en la medición de las creencias del encuestado acerca de los atributos del producto y los sentimientos del encuestado con relación a la calidad deseable de estos atributos. Los procedimientos para la medición de actitudes dependen de los datos de los encuestados. Para esto es necesario vincular el comportamiento con escalas de medición.

La fuente potencial de datos, obviamente son los turistas, los cuales nos proporcionarán la información necesaria, para la elaboración y análisis de datos.

Nuestra encuesta fue realizada de forma directa y personal, con información de carácter primario, es decir directo de la fuente.

**5.7.5. Diseño del procedimiento de recolección de datos.** La recolección de los datos y la determinación de la muestra a usar, son las claves para reducir el margen de error en las investigaciones de mercado. La forma en que recopilamos la información fue la siguiente:

Mediante cuestionarios, entrevistas personales a funcionarios de la Cámara de Comercio, Unidad Central del Valle del Cauca y algunos propietarios de agencias de viajes locales de Tuluá y con bibliografía actualizada referente al tema.

Las encuestas se las realizó en sitios de concurrencia turística como los centros comerciales, hoteles y también realizando encuestas en las calles.

El periodo en que se realizó las encuestas fue del 01 de abril de 2011 al 17 de abril de 2011.

De acuerdo al cuestionario que se utilizó en la investigación las escalas que se utilizaron fueron las siguientes:

La escala nominal se caracteriza por ser la más simple en donde las creencias del Encuestado se clasifican en dos o más categorías. Por ejemplo puede desarrollarse una escala nominal a partir de preguntas con respuestas de Si, No, No sé, etc. Esta escala fue aplicada a las preguntas 2 y 15, con esta, pueden asignarse números a las categorías para el propósito de análisis de datos.

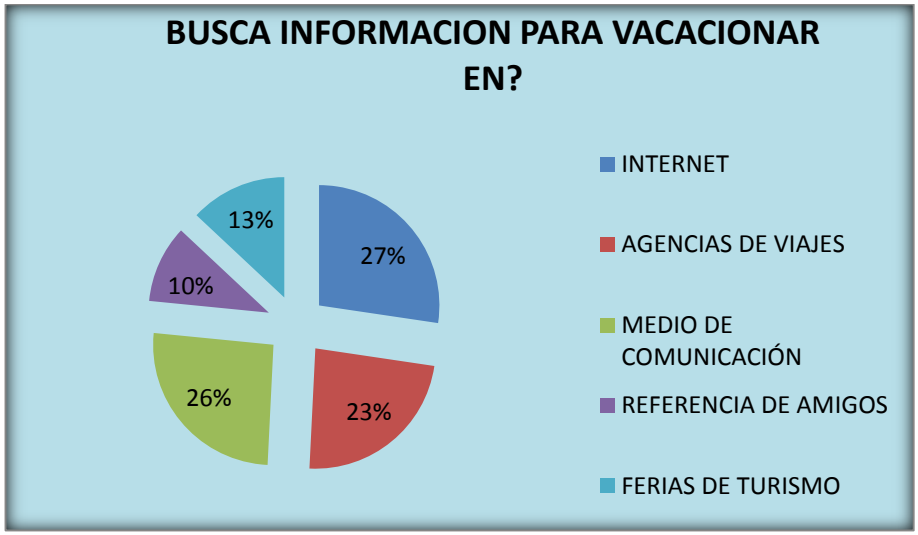
La escala de clasificación requiere que el encuestado indique su posición de categorías ordenadas que corresponden a su actitud. Esta escala se aplicó a las preguntas 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13 y 14.

**5.7.6. Tabulación y análisis de la encuesta.** .

**Tabla 3. Ficha Técnica estudio de mercado.**

| **Población** | **608.045 Habitantes Tuluá y su entorno económico.** |
|---|---|
| **Nivel de confianza** | 95% |
| **Margen de error** | 5% |
| **Tamaño de la muestra** | 384 |
| **Lugar** | TULUÁ |

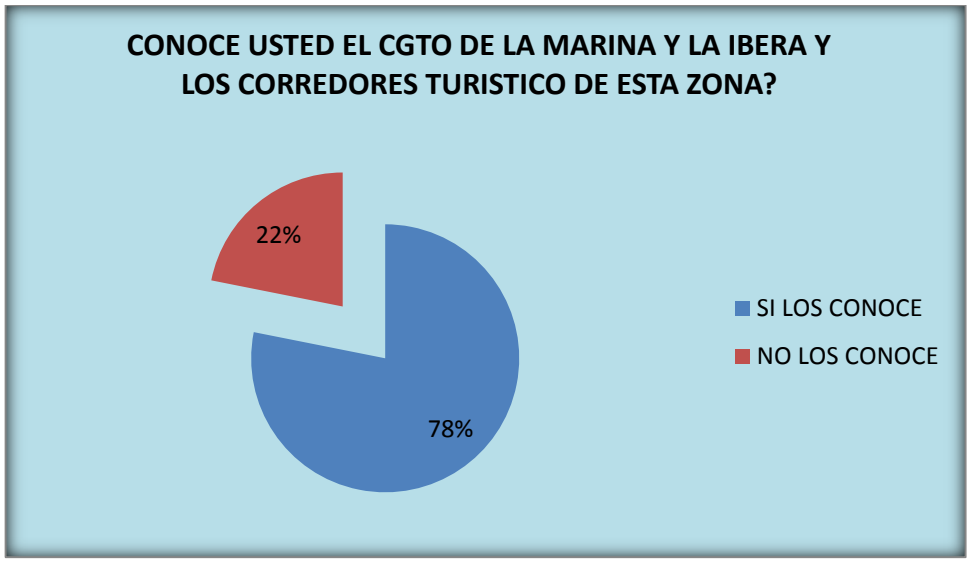
**PREGUNTA No. 1.** CUANDO USTED PLANEA IR DE VACACIONES, SUELE BUSCAR INFORMACIÓN EN:




| PREGUNTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|---|---|---|
| **INTERNET** | 27% | 105 |
| **AGENCIAS DE VIAJES** | 23% | 90 |
| **MEDIO DE COMUNICACIÓN** | 26% | 99 |
| **REFERENCIA DE AMIGOS** | 10% | 40 |
| **FERIAS DE TURISMO** | 13% | 50 |
| **TOTAL FRECUENCIA** | **100%** | **384** |

El 27% de la población encuestada busca la información para tomar decisiones en sus vacaciones por internet, ya que es el método más rápido y cómodo sin tener que salir de su casa; el 26% lo hace por la información recibida en los medios de comunicación y el 23% a través de agencias de viajes.

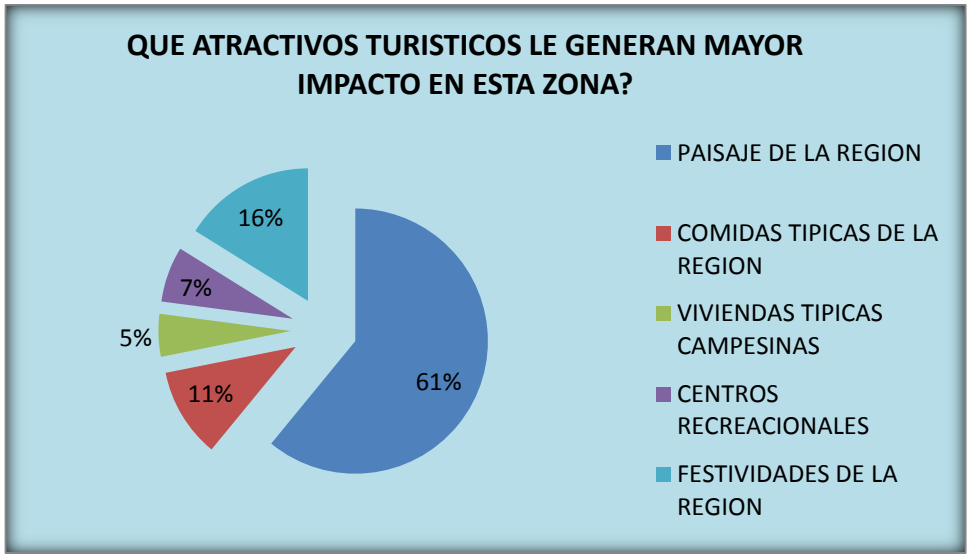
**PREGUNTA No. 2.** ¿CONOCE USTED EL CORREGIMIENTO DE LA MARINA, LA IBERIA Y TODOS LOS CORREDORES TURÍSTICOS QUE CONVERGEN A ESTA ZONA?




| PREGUNTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|---|---|---|
| **SI LOS CONOCE** | 78% | 300 |
| **NO LOS CONOCE** | 22% | 84 |
| **TOTAL FRECUENCIA** | 100% | 384 |

El 78% de los encuestados conocen los corregimientos objeto de estudio, por lo que debemos explotar este atractivo turístico por medio de la publicidad, para que se convierta en la característica de diferenciación frente a otros Eco Hoteles del país.

**PREGUNTA No. 3.** ¿QUE ATRACTIVOS TURÍSTICOS LE GENERAN MAYOR IMPACTO EN ESTA ZONA?

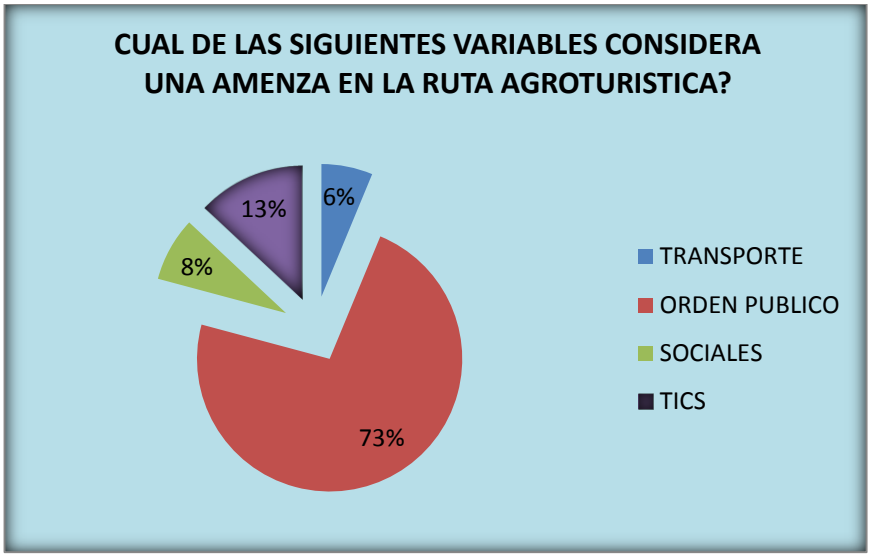



| PREGUNTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|---|---|---|
| **PAISAJE DE LA REGIÓN** | 61% | 234 |
| **COMIDAS TÍPICAS DE LA REGIÓN** | 11% | 42 |
| **VIVIENDAS TÍPICAS CAMPESINAS** | 5% | 20 |
| **CENTROS RECREACIONALES** | 7% | 26 |
| **FESTIVIDADES DE LA REGIÓN** | 16% | 62 |
| **TOTAL FRECUENCIA** | 100% | 384 |

El paisaje de la región con un 61% hace que la región sea atractiva, un 16% consideran que son atractivos por las festividades de la región y un 11% por las comidas típicas.

Esta pregunta se la realizó con el objetivo de poder determinar el grado de preferencia de nuestros turistas potenciales con respecto a las actividades que se ofrecen.

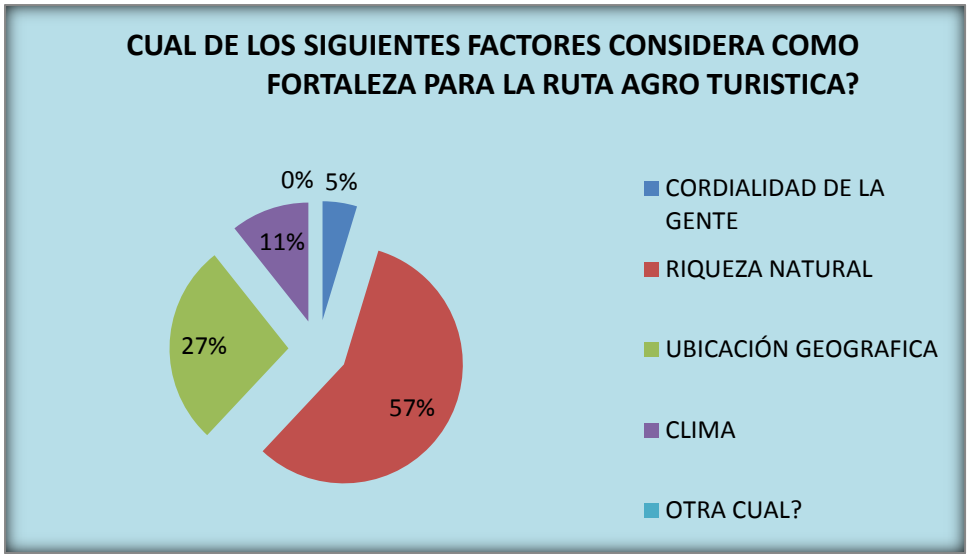
**PREGUNTA 4.** ¿CUAL DE LAS SIGUIENTES VARIABLES CONSIDERA QUE PRESENTA MAYOR AMENAZA?




| PREGUNTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|---|---|---|
| **TRANSPORTE** | 6% | 24 |
| **ORDEN PUBLICO** | 73% | 280 |
| **SOCIALES** | 8% | 30 |
| **TICS** | 13% | 50 |
| **TOTAL FRECUENCIA** | 100% | 384 |

La variable de mayor amenaza es el orden público con un 73% de frecuencia relativa. Siendo este un factor de importante atención a la hora de tomar las decisiones con respecto a la seguridad de los turistas y personal que laborar en el hotel.

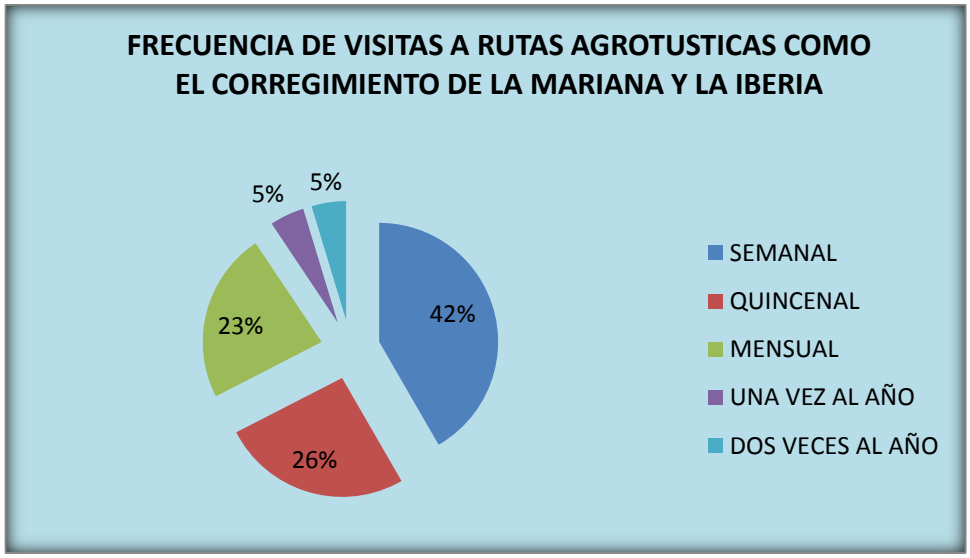
**PREGUNTA No. 5.** ¿CUAL DE LOS SIGUIENTES FACTORES CONSIDERA QUE PRESENTA MAYOR FORTALEZA?




| PREGUNTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|---|---|---|
| **CORDIALIDAD DE LA GENTE** | 5% | 18 |
| **RIQUEZA NATURAL** | 57% | 220 |
| **UBICACIÓN GEOGRÁFICA** | 27% | 105 |
| **CLIMA** | 11% | 41 |
| **OTRA CUAL?** | 0% | 0 |
| **TOTAL FRECUENCIA** | 100% | 384 |

Del total de los entrevistados el 89% coincidieron en afirmar que los factores propuestos tales como la riqueza natural, la ubicación geográfica y la cordialidad de la gente, en su conjunto, hacen de la zona un lugar privilegiado para el desarrollo del ecoturismo en la región. No obstante la otra opción de respuesta arrojó como resultado que un 11% considera que el clima también hace parte de la atracción; Los resultados de este r eje evidencian que las preferencias de la comunidad encuestada, confirman de manera clara y concreta, que las condiciones geográficas del municipio de Tuluá, su entorno y la riqueza natural que posee el valle del cauca, son la principal fortaleza para el desarrollo del eco-turismo, a través de la creación de un Eco Hotel.

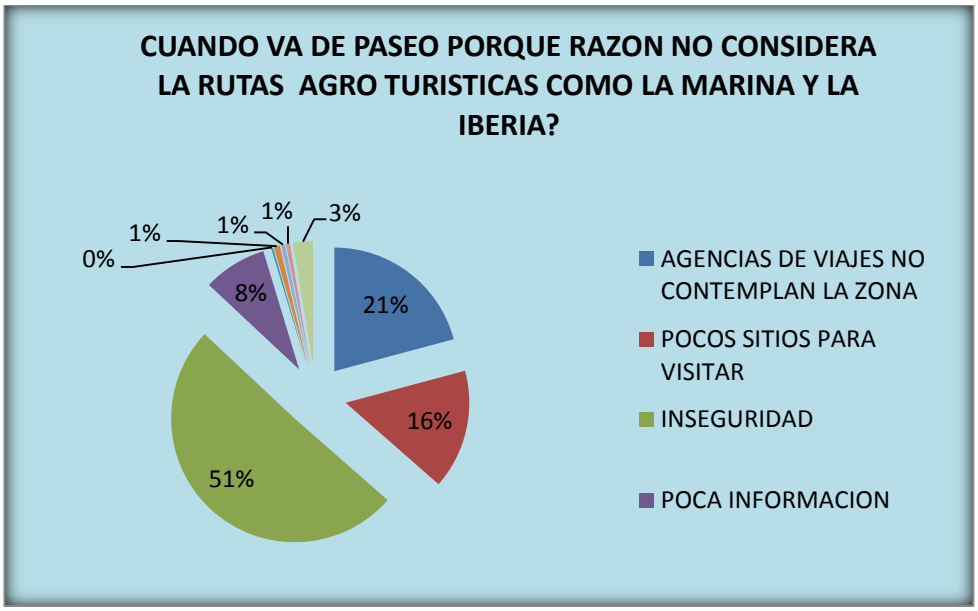
**PREGUNTA No. 6.** ¿CON QUE FRECUENCIA VISITA USTED RUTAS TURÍSTICAS COMO LOS CORREGIMIENTOS DE LA MARINA Y LA IBERIA?




| PREGUNTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|---|---|---|
| **SEMANAL** | 42% | 160 |
| **QUINCENAL** | 26% | 99 |
| **MENSUAL** | 23% | 89 |
| **UNA VEZ AL AÑO** | 5% | 18 |
| **DOS VECES AL AÑO** | 5% | 18 |
| **TOTAL FRECUENCIA** | 100% | 384 |

Normalmente las personas encuestadas se van de paseo con frecuencia que varía entre: Semanal 42%, Quincenal 26%, Mensual 36%, Dos veces en el año 5%, Una vez al año 6%. De lo cual se observa que en su mayoría las personas encuestadas prefieren viajes cortos que se puedan programar para un fin de semana.

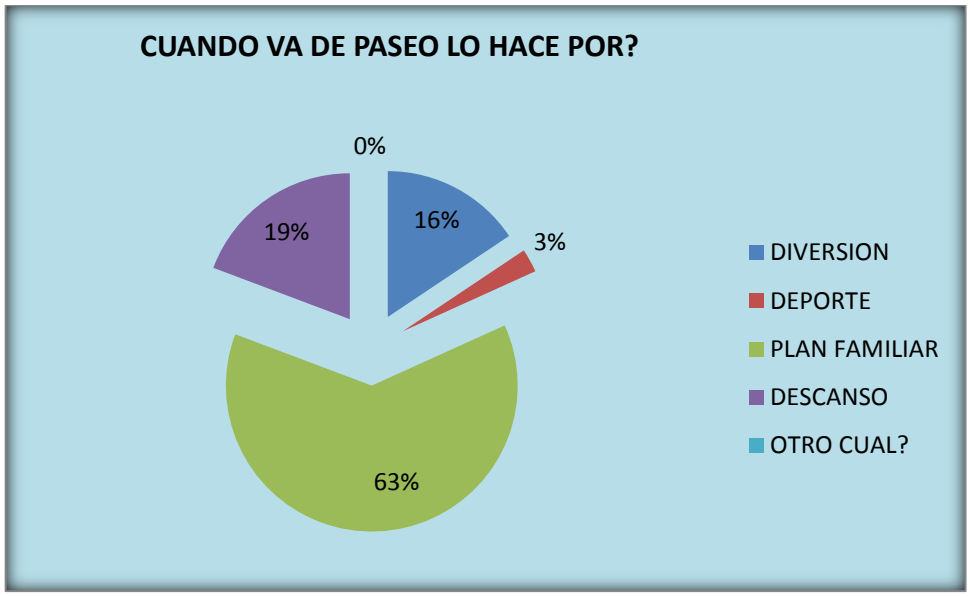
**PREGUNTA No. 7.** ¿CUANDO VA DE PASEO PORQUE RAZÓN NO CONSIDERA LAS RUTAS AGRO TURÍSTICAS COMO LA MARINA Y LA IBERIA?




| PREGUNTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|---|---|---|
| **AGENCIAS DE VIAJES NO CONTEMPLAN LA ZONA** | 21% | 80 |
| **POCOS SITIOS PARA VISITAR** | 16% | 60 |
| **INSEGURIDAD** | 51% | 194 |
| **POCA INFORMACIÓN** | 8% | 32 |
| **POCOS PROYECTOS** | 0% | 1 |
| **TRANSPORTE** | 1% | 3 |
| **CLIMA** | 1% | 2 |
| **FALTA DE INFRAESTRUCTURA** | 1% | 2 |
| **DESCONOCIMIENTO DE LA ZONA** | 3% | 10 |
| **TOTAL FRECUENCIA** | 100% | 384 |

194 personas de las encuestadas informan que no consideran la ruta agro turística la Marina-Ibera, por la inseguridad, siendo una representación del 51% de muestra. En segundo lugar porque que hay pocos sitios para visitar, conviértanse esta razón en una oportunidad para realizar una fuerte campaña publicitaria en la zona.

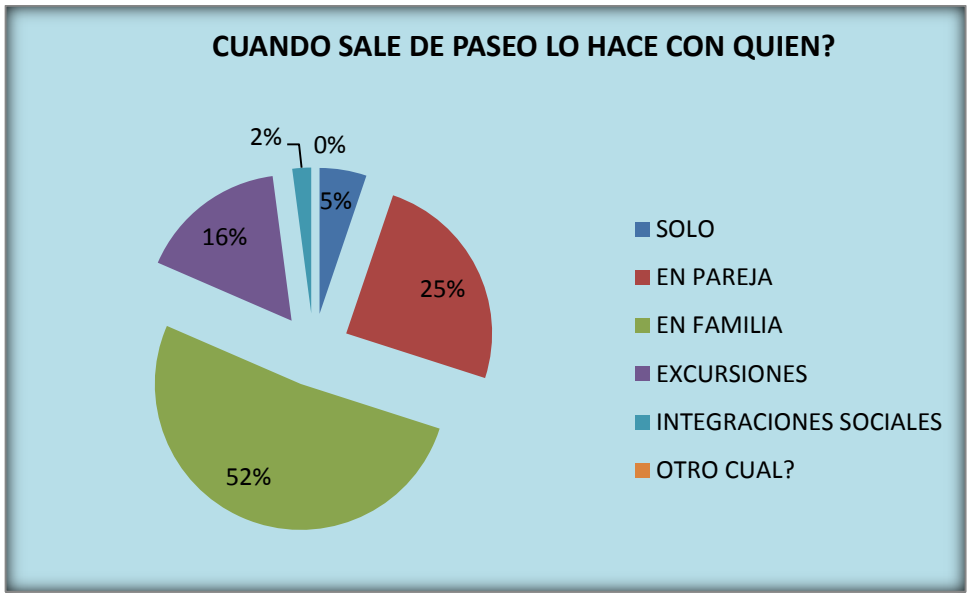
**PREGUNTA No. 8.** CUANDO USTED VA DE PASEO POR CUALQUIERA DE LAS RUTAS AGRO TURÍSTICAS LO HACE POR?




| PREGUNTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|---|---|---|
| **DIVERSIÓN** | 16% | 60 |
| **DEPORTE** | 3% | 10 |
| **PLAN FAMILIAR** | 63% | 240 |
| **DESCANSO** | 19% | 74 |
| **OTRO CUAL?** | 0% | 0 |
| **TOTAL FRECUENCIA** | 100% | 384 |

El 63% de los encuestados van de paseo a las rutas agro turísticos por Plan familiar, el segundo motivo es descanso con un 19% y el tercer motivo por diversión con un 16%.

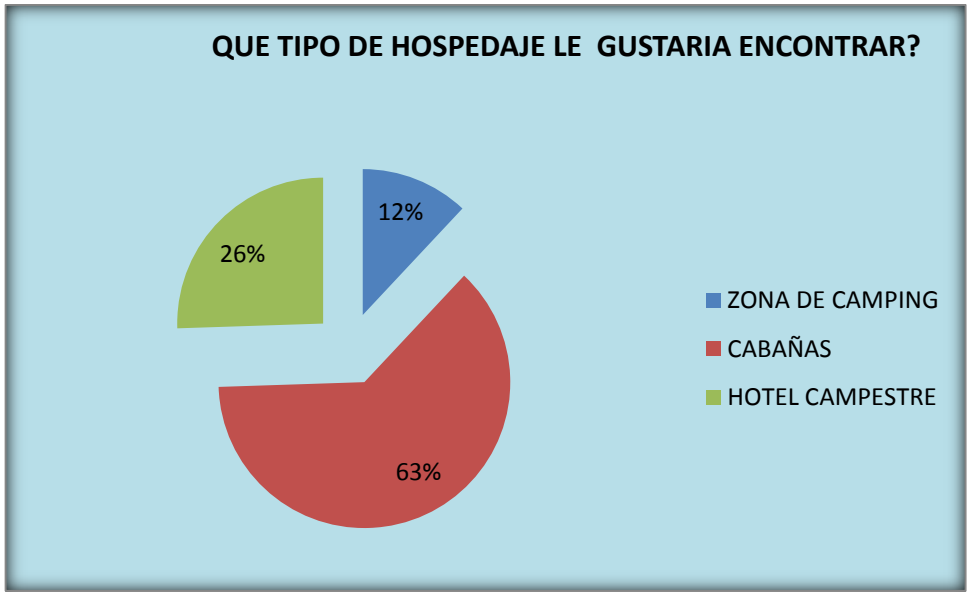
**PREGUNTA No. 9.** CUANDO SALE DE PASEO CON QUIEN LO HACE?




| PREGUNTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|---|---|---|
| **SOLO** | 5% | 20 |
| **EN PAREJA** | 25% | 95 |
| **EN FAMILIA** | 52% | 198 |
| **EXCURSIONES** | 16% | 63 |
| **INTEGRACIONES SOCIALES** | 2% | 8 |
| **OTRO CUAL?** | 0% | 0 |
| **TOTAL FRECUENCIA** | 100% | 384 |

Cuando las personas van de paseo lo hacen en compañía de sus familias, siendo esto un 52% de las respuestas, en segundo lugar en pareja con un 25%, y en tercer lugar excursiones con un 16%.

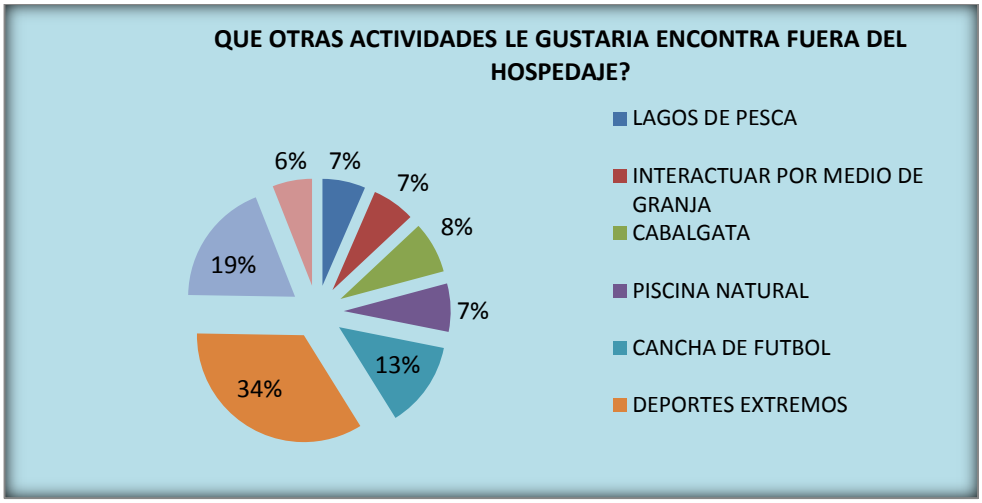
**PREGUNTA No. 10.** CUANDO VISITA UN ECO HOTEL QUE TIPO DE HOSPEDAJE LE GUSTARÍA ENCONTRAR?




| PREGUNTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|---|---|---|
| **ZONA DE CAMPING** | 12% | 46 |
| **CABAÑAS** | 63% | 240 |
| **HOTEL CAMPESTRE** | 26% | 98 |
| **TOTAL FRECUENCIA** | 100% | 384 |

Las cabañas son el sitio de hospedaje de predominio, para los que visitan un Eco Hotel con un 63%. Las cabañas son el icono de este de proyecto hotelero, ya que ofrece otras alternativas al huésped como son tranquilidad, contacto con la naturaleza, con comodidades de la ciudad pero en el campo.

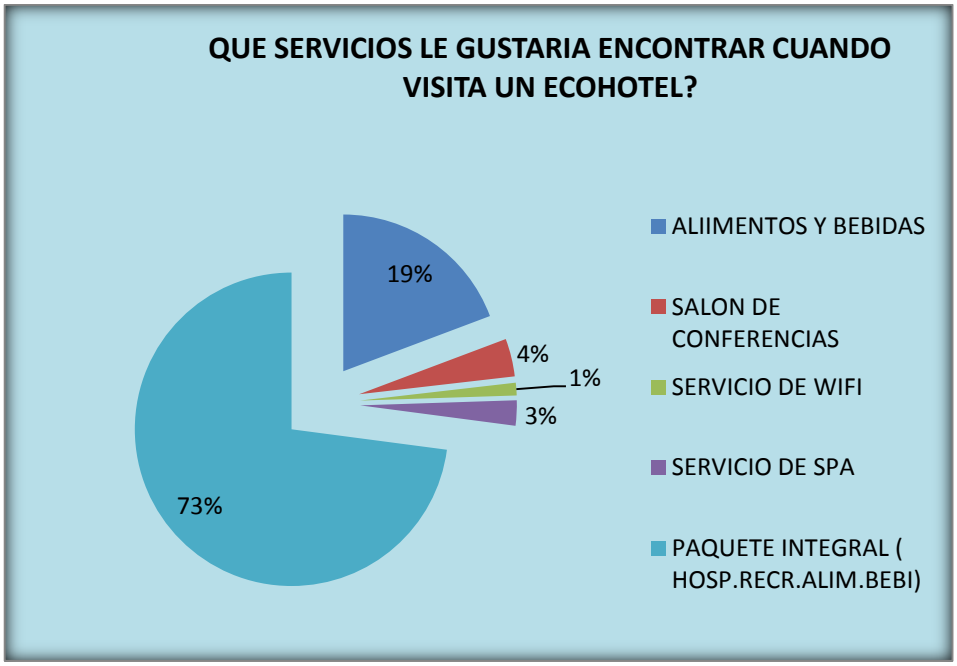
**PREGUNTA 11.** ¿QUÉ OTRAS ACTIVIDADES LE GUSTARÍA ENCONTRAR FUERA DEL HOSPEDAJE?




| PREGUNTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|---|---|---|
| **LAGOS DE PESCA** | 7% | 25 |
| **INTERACTUAR POR MEDIO DE GRANJA** | 7% | 25 |
| **CABALGATA** | 8% | 30 |
| **PISCINA NATURAL** | 7% | 28 |
| **CANCHA DE FUTBOL** | 13% | 50 |
| **DEPORTES EXTREMOS** | 34% | 131 |
| **CAMINATAS ECOLÓGICAS** | 19% | 72 |
| **FIESTAS CULTURALES DE LA R.** | 6% | 23 |
| **TOTAL FRECUENCIA** | 100% | 384 |

Los deportes extremos y las caminatas ecológicas representan el 53% de las actividades de las personas que visitan un Eco Hotel.

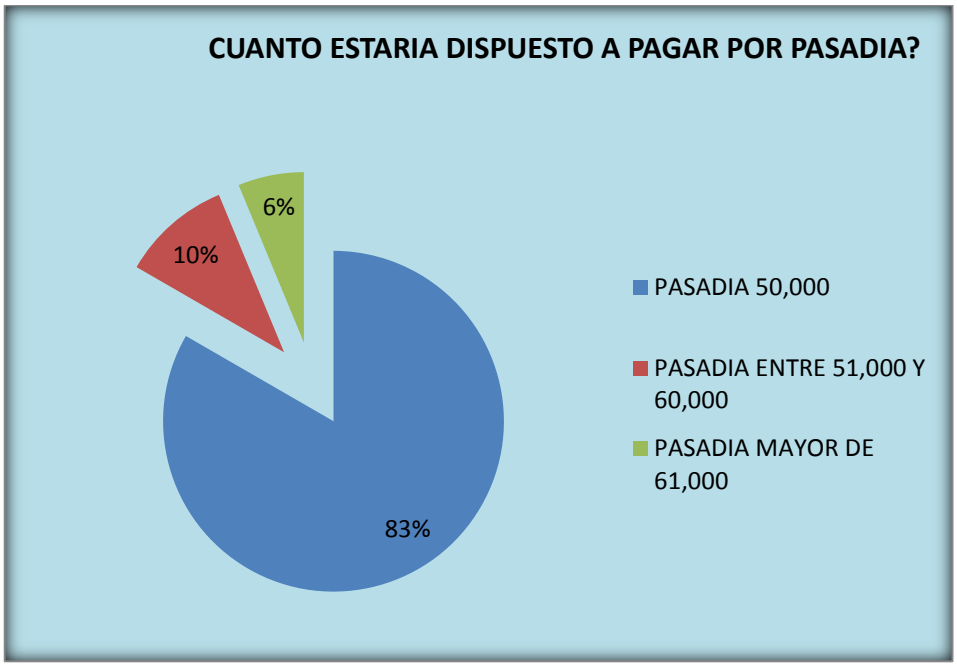
**PREGUNTA 12.** CUANDO VISITA UN ECO HOTEL QUE SERVICIOS LE GUSTARÍA ENCONTRAR?




| PREGUNTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|---|---|---|
| **ALIMENTOS Y BEBIDAS** | 19% | 74 |
| **SALÓN DE CONFERENCIAS** | 4% | 15 |
| **SERVICIO DE WIFI** | 1% | 5 |
| **SERVICIO DE SPA** | 3% | 10 |
| **PAQUETE INTEGRAL ( HOSP.RECR.ALIM.BEBI)** | 73% | 280 |
| **TOTAL FRECUENCIA** | 100% | 384 |

Los turistas desean encontrar paquetes integrales de atención, siendo un 73% de la frecuencia relativa. Los paquetes integrales incluyen hospedaje, alimentación, recreación, visitas con guía a sitios naturales y rutas como la religiosa, cultura, de festivales, y de aventura.

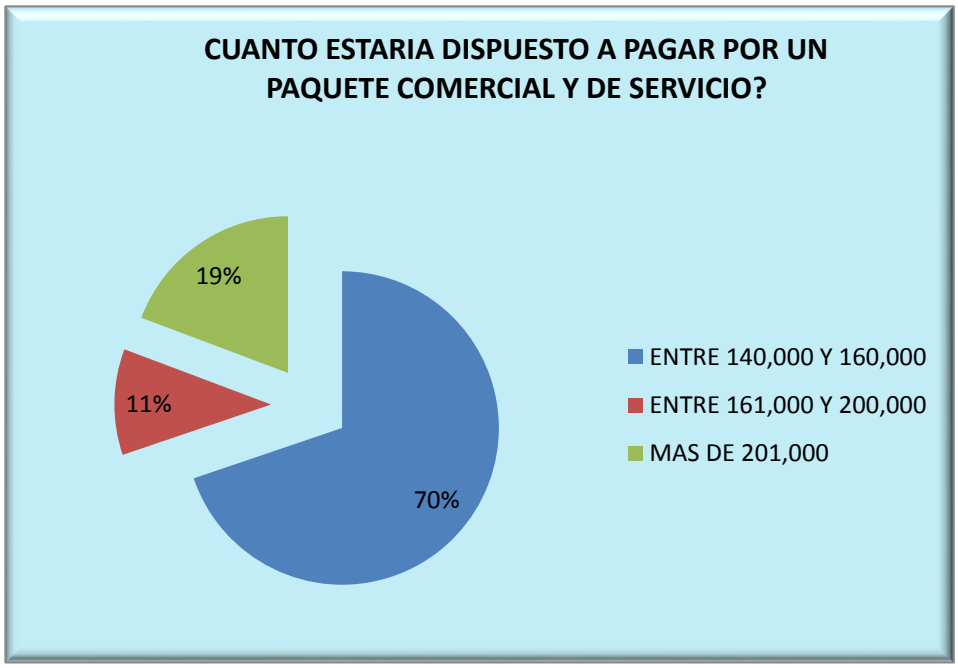
**PREGUNTA No. 13** CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR PASADÍA?




| PREGUNTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|---|---|---|
| **PASADÍA 50,000** | 83% | 320 |
| **PASADÍA ENTRE 51,000 Y 60,000** | 10% | 40 |
| **PASADÍA MAYOR DE 61,000** | 6% | 24 |
| **TOTAL FRECUENCIA** | 100% | 384 |

Por un pasadía con todos los servicios las personas están dispuestas a pagar hasta un valor de $50.000 pesos. El pasadía es un servicio que se contempla como posible para atender a visitantes que llegan en horas de la mañana, y regresan en horas de la tarde, pudiendo disfrutar de las instalaciones del Eco Hotel y de los sitios ecológicos del entorno, con acompañamiento del guía de la región.

**PREGUNTA 14.** ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN PAQUETE COMERCIAL Y DE SERVICIOS, (VALOR POR DÍA)?




| PREGUNTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|---|---|---|
| **ENTRE $140,000 Y $160,000** | 70% | 268 |
| **ENTRE $161,000 Y $200,000** | 11% | 42 |
| **MAS $DE 201,000** | 19% | 74 |
| **TOTAL FRECUENCIA** | 100% | 384 |

El Echo Hotel ofrecería un paquete de 4 días, con todos los servicios incluidos, hospedaje, alimentación, visitas rutas turísticas del valle por día (ruta religiosa, ruta cultura, ruta de aventura), con una aceptación del 70% de costo por día entre $140.000 y $160.000 pesos, siendo un total por paquete a estimar entre $560.000 y $640.000 pesos. Dato que se tendrá en cuenta al momento de establecer los precios del servicio.

**PREGUNTA No. 15.** ¿SE HARÍA CLIENTE DEL ECO HOTEL SI ES DIRIGIDO POR ESTUDIANTES DEL UCEVA?

| PREGUNTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|---|---|---|
| **SI** | 100% | 384 |
| **NO** | 0% | 0 |
| **TOTAL FRECUENCIA** | 100% | 384 |

La aceptación de hacerse cliente del Eco Hotel en caso que se construyera es del 100%, teniendo en cuenta que lo administrarían estudiantes de la Uceva.

### 5.7.7. Conclusiones de la Investigación de Mercado

Al finalizar el estudio de mercado realizado podemos concluir lo siguiente:

La encuesta fue realizada al mercado objetivo:

✓ Personas en busca de aventura y nuevas experiencias cuyos intereses van acorde al tipo de negocio, ya que como se ofrecen actividades de eco-turismo, en donde pueden recrearse en un ambiente natural y olvidarse del stress de la ciudad.

✓ Personas que desean disfrutar con sus seres queridos de unos días agradables y relajados en compañía de la hermosa naturaleza y paisajes que caracteriza la zona y realizar actividades relacionadas con la naturaleza. como caminatas a las montañas, fogatas.

Con lo que respecta a las preguntas de conocimiento de la zona y de identificación de éste como un lugar en donde se pueden realizar actividades de ecoturismo, un porcentaje considerable de los encuestados han tenido el placer de conocer el Corregimiento de la Marina y la Iberia y lo identifican como un lugar en donde se pueden realizar actividades de ecoturismo, por lo que debemos de emplear todos los recursos necesarios para dar a conocer este hermoso lugar por medio de la promoción de éste y de sus ventajas y características, es decir poder convertirlo en un lugar preferido por nuestros clientes objetivos al momento de elegir un lugar para vacacionar.

La frecuencia de visita determino que los clientes potenciales tienen como preferencia planear sus paseos cortos que se puedan programar para un fin de semana.

Las características que consideraron relevantes nuestros clientes potenciales al momento de escoger un lugar turístico dependen de sus intereses, por lo que para poder satisfacer las necesidades, hay prestar un servicio completo en el que se pueda atender cada uno de sus requerimientos.

El Eco Hotel ofrecerá actividades recreativas para todas las edades y gustos, desde las más riesgosas hasta la más tranquilas pero igual de divertidas para las personas conservadoras como:

Rafting o Canotaje
Rappel y Torrentismo
Caminatas
Cabalgatas.
Fogatas
Camping.

Paseos rutas turísticas del Valle del Cauca (Religiosa, Cultural, Red de Festivales musicales, ruta eco turística y de Aventura).

Los precios del pasadía a $50.000 y la estadía con servicio completo en paquete de 4 días con un valor entre $140.000 y $160.000 por día, en total por paquete turístico entre $560.000 y $640.000, valores con aceptación por los clientes que estarían en capacidad de realizar estos pagos por hospedaje con alimentación y todas las actividades eco turísticas que se generan en el Valle del Cauca, en donde se incluyen todas las rutas como la religiosa, la cultural, la de aventura.

En conclusión existe mercado potencial para el plan de negocio que se plantea

## 5.8 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

### 5.8.1. Estrategia de Servicio.

De acuerdo a análisis de las encuestas se presentan los siguientes servicios.

**Plan para descansar:**

En esta línea de servicio el Eco Hotel desea proporcionar una amplia gama de lugares y actividades para que los huéspedes puedan lograr un equilibrio con la naturaleza y cuerpo. Es así que utilizando las instalaciones y los alrededores se consiga paz y tranquilidad de cuerpo y mente, mediante alternativas de ocio con el mejoramiento de la calidad de vida de los huéspedes. Es por esto que las vivencias se puede realizar individualmente, en pareja o grupales, desde y cuando el principal elemento de los usuarios sea el descanso y el placer de conocer nuevos espacios.

Allí se dedicara a que cada persona logre el contacto con la naturaleza y un fin de encuentro personal vivencial, combinado con exquisitos frutos típicos de la región, bebidas, música, animales, flora y lo más importante un nivel de relajación y olvido de preocupaciones personales durante la estadía en el Eco Hotel.

***Servicio Luna de Miel:*** Este servicio se orienta a un segmento del mercado en el que podría tener una ventaja competitiva. Es allí donde se trata de brindar un servicio especializado para parejas con actividades y espacios donde el romanticismo, la naturaleza, los buenos platos y la atención hacen que la estadía se convierta en el mejor de los planes matrimoniales. Se puede ofrecer una decoración especial con flores de la región, una botella de vino y velas.

***Servicio Eco Turismo:*** Este servicio de ecoturismo son servicios en los cuales se brinda un trayecto específico a los alrededores del hotel y del Corregimiento con el

fin de realizar recorridos que tienen como propósito principal la interacción, conocimiento y contemplación de la naturaleza y la participación en su conservación y sensibilización de sentidos.

Teniendo en cuenta que el ecoturismo pretende:

- ✓ Preservar la biodiversidad.
- ✓ Entender y sensibilizar la importancia de la naturaleza para el sostenimiento de la población y sus alrededores.
- ✓ Involucra la acción responsable por parte de turistas y la industria turística.

***Servicio Vida Campestre:*** Este servicio pretende mostrarles a los huéspedes como es la vida rutinaria de campo en el corregimiento, mostrando vivencialmente como es la producción agrícola, como es el pastoreo y ordeño de vacas, recolección y clasificación de frutos y demás actividades típicas y emblemáticas de la vida de campo.

**Plan para divertirse:**

Diviértete línea de servicio del Eco Hotel, desea aprovechar el auge que en la actualidad el departamento está teniendo protagonismo, por motivo de la facilidad y presencia de grandes paisajes en los que las personas podrían arriesgarse a vivir nuevas actividades de ocio y esparcimiento. Logrando así un impacto significativo para la región con respecto al ámbito del turismo y servicios alternativos con los cuales la región puede lograr un apalancamiento económico para desarrollo geográfico.

En esta línea de servicio se desea proporcionar a los huéspedes la oportunidad de poder DIVERTIRSE, con gala de la belleza de sus paisajes la opción de adquisición de servicios de deportes extremos. Es así que las fuertes corrientes de aire y caídas de agua le dan al paisaje un único panorama para que las personas que deseen poner su corazón a correr a otras velocidades, lo pueda realizar.

***Servicio Rafting o Canotaje:*** El rafting o canotaje, Consiste en descender por las aguas del río Tuluá, en un bote neumático (inflable), con la ayuda de remos, sorteando las rocas del camino y evitando en todo momento la caída al agua. La embarcación es muy segura y tiene una gran resistencia a los golpes.

La capacidad es de seis u ocho personas, que van sentadas en los bordes de la misma. En el suelo los tripulantes disponen de unas sujeciones para los pies, por lo que resulta realmente fácil mantener el equilibrio cuando llegan los baches y los bruscos movimientos de la corriente. En este deporte mojarse es inevitable.

Es importante para el desarrollo de la actividad que los participantes lleven ropa cómoda y la mejor disposición.

***Servicio Rappel y Torrentismo:*** El Rappel es un sistema de descenso por cuerdas utilizado en superficies verticales considerables. Se utiliza en lugares donde es el descenso de otra forma es complicado, difícil o inseguro.

El descenso de barrancos combina técnicas de montañismo y espeleología con paseos por el agua y algo de natación. Con un casco y herramientas, como cuerdas, ochos, mosquetones y arneses, los deportistas tendrán que descender por las paredes de barrancos y cañones, pasar por estrechos desfiladeros o incluso atravesar pequeñas cascadas para acceder a las corrientes de agua.

***Servicio Caminatas:*** Las caminatas permiten un contacto directo con la naturaleza y el entorno agrícola de la región; contamos con caminatas en todos los niveles, desde agroecológicas con exigencia física mínima, hasta caminatas extremas implementando rappel, pasos a flor de agua, natación y barranquismo.

***Servicio Cabalgata:*** Las cabalgatas se realizan por trayectos rodeados de paisajes inigualables, por sitios de reserva natural del corregimiento, que hacen del plan una inolvidable experiencia, con guías que enriquecen la cabalgata con anécdotas e historias que hacen una vivencia muy difícil de olvidar.

***Servicio Camping:*** La actividad de camping se realiza en un sector de absoluta tranquilidad y excelente panorámica dentro del Eco Hotel; en un ambiente de Flores y bellos jardines y amplios espacios que facilitan el descanso y la concentración.

**Plan integración:**

En esta línea de servicio Eco Hotel pretende darle soluciones y opciones a grupos corporativos, universitarios, colegiales y grupos no específicos de más de 100 personas, creando paquetes de esparcimiento y festejo, con el fin de prestar el mejor servicio de campo, teniendo en cuenta la cercanía y el medio ambiente propicio para dichas actividades. Es así que se pretende poder complementar con los servicios de **Plan para descansar y Plan diviértete.**

Los servicios serían:

*Celebración de Aniversario Empresarial - Despedidas de fin de año - Celebraciones familiares y grupales*:

*Salidas ecológicas empresariales- pedagógicas escolares y universitarias*:

## Diversión

### *Rafting o Canotaje*

### *Rappel y Torrentismo*

## Caminatas

**Cabalgatas.**

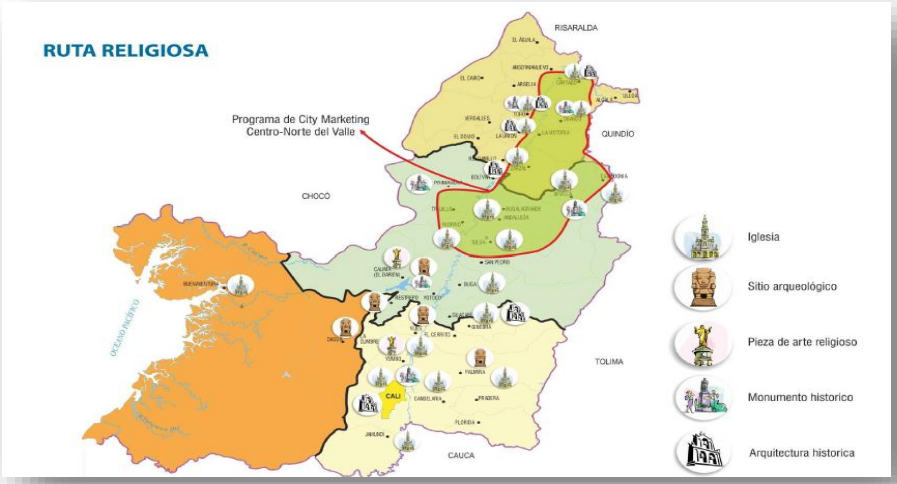
**Otros productos turísticos incluidos en el plan.**

- ✓ Ruta religiosa. Ver figura 2.
- ✓ Ruta histórica y cultural. Ver figura 3.

**Ejes Preliminares**

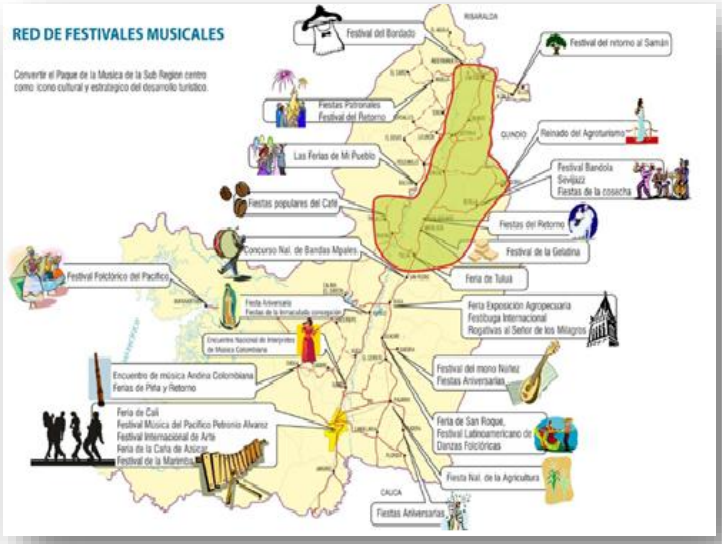
- ✓ Ruta eco-turística. Ver figura 4.
- ✓ Ruta de aventura (Ruta Aventura Sonso-Yotoco-Darien). Ver figura 5.

**Figura 2. Mapa Turístico del Valle del Cauca. Ruta Religiosa.**




**Fuente:** Gobernación Valle del Cauca.

**Figura 3. Mapa Turístico del Valle del Cauca. Red de Festivales Musicales.**




**Fuente:** Gobernación Valle del Cauca.

**Figura 4. Mapa Turístico del Valle del Cauca. Ruta Eco Turística y de Aventura.**

**Fuente:** Gobernación Valle del Cauca**.**

**Figura 5. Mapa Turístico del Valle del Cauca. Ruta Aventura.**

**Fuente:** Gobernación Valle del Cauca.

"**La prosperidad nacional** se crea, no se hereda.
No surge de los dones naturales de un país, de su mano
de obra, de sus tipos de interés o del valor de su moneda.
La competitividad de una nación depende de la capacidad
de su industria para **innovar y mejorar**."

"El único concepto significativo de la **competitividad** a nivel-
Nacional es la **productividad**. *El objetivo principal de una
Nación es* ***conseguir un alto y creciente nivel de vida*** *para
sus ciudadanos.* La actitud para hacerlo depende de la
**productividad** con la que se empleen la mano de obra y
el capital."

M. Porter

**5.9 Estrategias de publicidad.** Las estrategias de publicidad del Eco Hotel estarán enfocadas en su mayor parte en la prestación de excelentes servicios, que satisfagan las necesidades explicitas e implícitas de los clientes, pues un cliente satisfecho atrae a otros clientes.

Hay que tener en cuenta que el Eco Hotel conformara un equipo comercial con el fin de poder difundir la marca más fácilmente.

Es por esto que teniendo en cuenta las tendencias del mercado actual para adquirir información, se centrara la campaña publicitaria y de mercadeo en medio ONLINE, y medios de comunicación.

Por tal motivo se diseñara un plan de Medio Online y Medios de Comunicación, radio prensa y Televisión con el fin de poder identificar claramente objetivos que se quieren lograr en la campaña publicitaria y de mercadeo, con metas claras medibles y cuantificables en la red. Con el propósito de poder lograr reconocimiento de marca, fidelización, y mejora continua en el portafolio.

En la pregunta número 1 de la encuesta las personas informaron que planeaban sus vacaciones con información que obtenían a través de amigos, medios de comunicación, agencias de viajes e internet, con diferencias no muy marcada la una de otra.

La promesa básica a divulgar sería: “Hospedaje integral donde sus planes de descanso y diversión se hacen realidad en un único paquete al adquirirlos”.

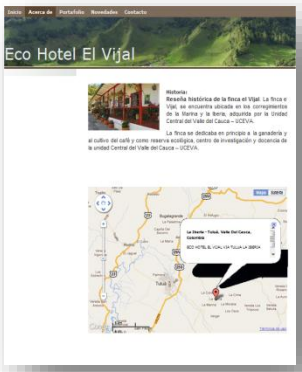
Porque su fórmula combinada de prestación servicios de hospedaje (amplios cuartos, camas cómodas, amplias zonas verdes), actividades de descanso (aromaterapia, ecoturismo) y diversión (rafting, canopy, canotaje, cabalgatas) en un único solo ellos los logran.”

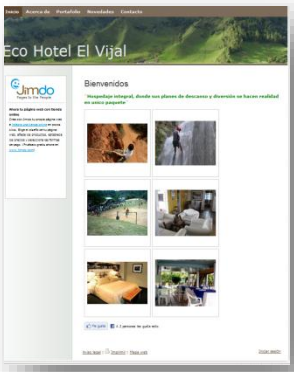
Para la comunicación de la campaña se contempla el uso de medios como:

- ✓ Página Oficial (Web Page).
- ✓ Social Media ( Facebook – Twiter – Redes de contenido.

**Bosquejo de lo que sería la página web.**

http://ecohotolelvijal.jimdo.com/



## 5.10. Estrategia de planeación

***Objetivo:*** Reconocimiento de marca en la red (página oficial, social media, portales y revistas especializados de viajes) para aumento de clientes y usuarios en el acceso a sitios oficiales del Eco Hotel.

***Cómo?*** CPC (Clientes por Click) = Google y Facebook, Social Media.

***A Quien?*** Hombres y Mujeres, mayores de 18 años edad. Grupo privados y públicos de personas.

***Manera?*** Concurso de 25 personas para uso de los servicios del Eco Hotel un fin de semana con todo los gastos pagos.

***Dónde?*** Social media y redes de contenido.

***Con quién?*** Agencia de medios y Blogguers suministrados por la misma.

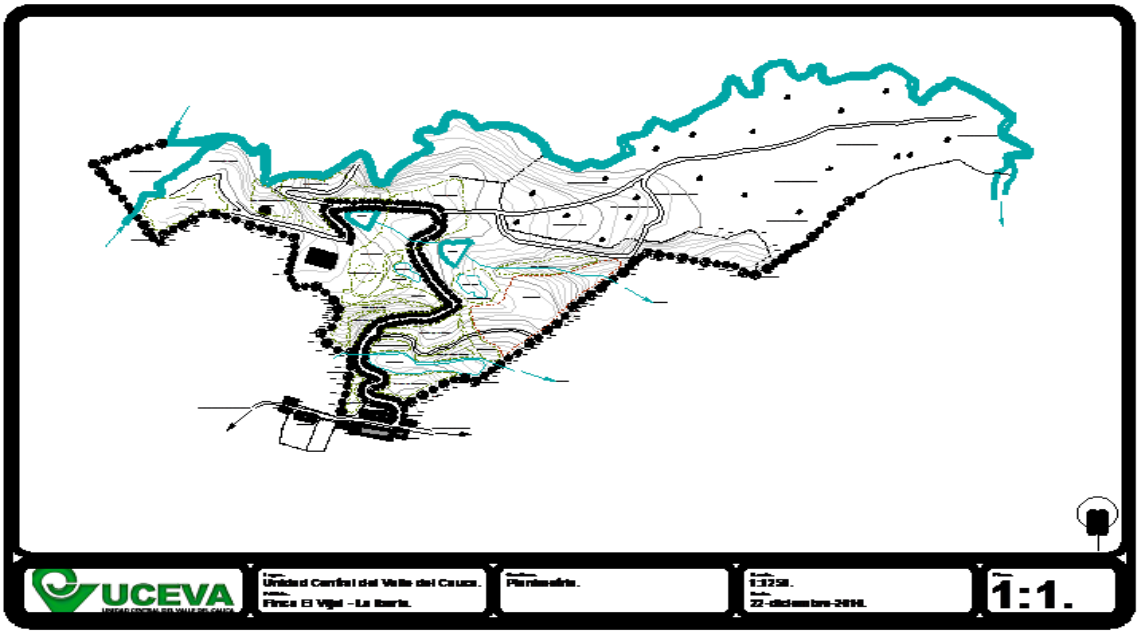
# 6. ESTUDIO TÉCNICO

Para el desarrollo del estudio técnico del Eco Hotel se toman en cuenta los siguientes factores: Localización general y específica del proyecto, dimensión o tamaño del proyecto, estudio del portafolio de servicios.

## 6.1. LOCALIZACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

El proyecto se desarrollaría en el Valle del Cauca, Municipio de Tuluá, Corregimiento de la Iberia, Finca el Vijal de propiedad del Unidad Central del Valle del Cauca, cuya descripción de cabida es la siguiente:

> Dos lotes de terreno, que en la actualidad forman un solo globo, el primero con una cabida de una sola hectárea y el segundo con cabida de 22 hectáreas y 6.240 metros cuadrados, ubicados en el Corregimiento de la Iberia, Municipio de Tuluá.



## 6.2. IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS

**Contacto con la Recepcionista:** Se realiza el contacto con la Recepcionista de turismo del Eco Hotel por vía telefónica o por e-mail.

**2. Presentación del servicio:** Se presenta el paquete turístico con todas las ventajas ofertadas junto con los costos.

**3. Venta del paquete turístico:** Se realiza la venta de los paquetes turísticos de acuerdo a la demanda existente, se hace por medio de la Recepcionista.

**4. Recepción de los turistas en el Eco Hotel:** Se reciben a todos los turistas que lleguen a nuestras instalaciones y se los organiza en las habitaciones.

**5. Desarrollo de Servicios Turísticos:** Se les brinda atención personalizada a los turistas en lo que se refiere a: hospedaje, alimentación, guía y recreación, es decir se cumplen todas las actividades turísticas del programa.

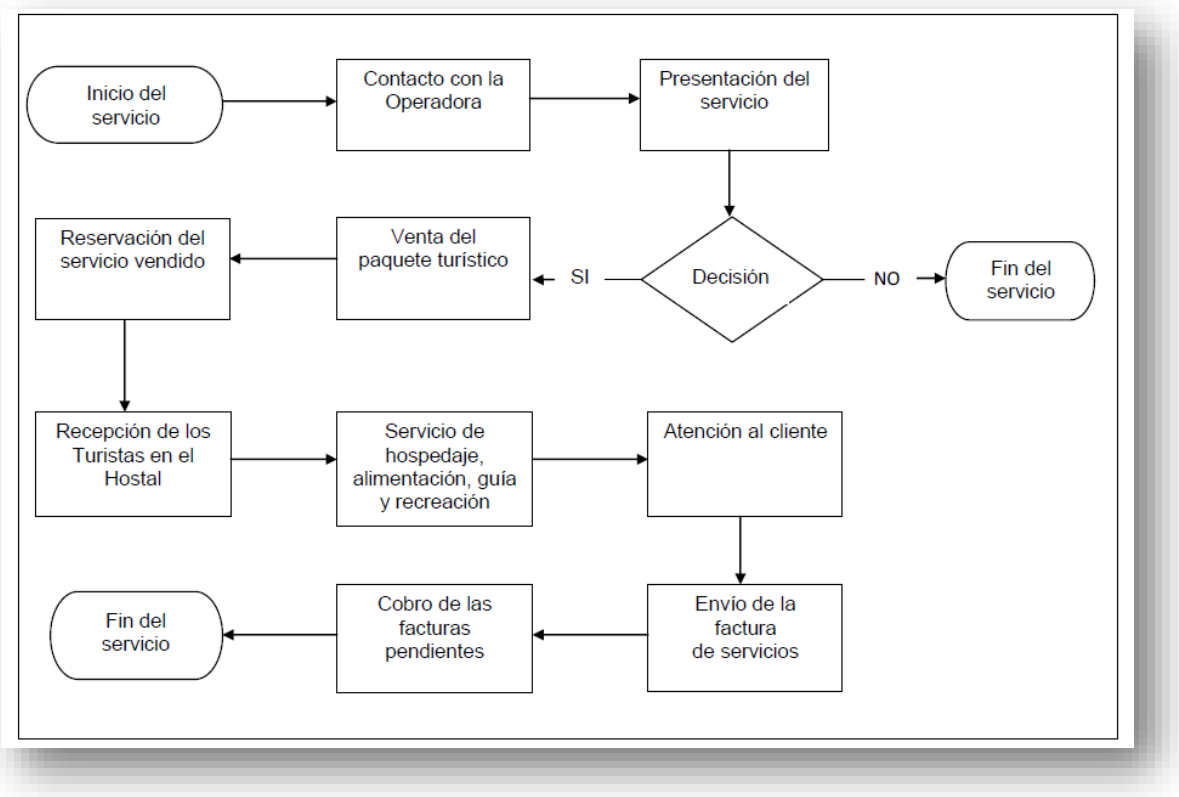
**6. Atención al cliente:** El objetivo de este procedimiento es que el huésped se sienta en un ambiente familiar y disfrute de nuestro programa, así como también se receptarán quejas, comentarios y sugerencias.

**7. Elaboración de la factura de servicios:** Después de atender al grupo de turistas, se elabora la factura.

**8. Cobro de las facturas pendientes:** Se realiza la gestión de cobros.

A continuación se presenta un diagrama de flujo del servicio para una mejor visualización del proceso del servicio:

**Figura 6. Diagrama de flujo del servicio.**




**Fuente: Autores del proyecto.**

## 6.3. LISTADO DE EQUIPOS

Se requerirán los siguientes equipos para poner en funcionamiento el Hostal Ecológico:

- ✓ Un equipo de computación
- ✓ Una computadora portátil
- ✓ Dos equipos celulares
- ✓ Un sistema informático integrado para las actividades contables y financieras
- ✓ Equipos de oficina (escritorios, sillas, anaqueles, archivadores, etc.)
- ✓ Útiles de oficina (papelería, grapadoras, perforadoras, etc.)
- ✓ Dos teléfonos inalámbricos
- ✓ Un equipo de fax
- ✓ Una impresora
- ✓ Un sistema para almacenar el agua de lluvia
- ✓ Un sistema de potabilización de aguas lluvias
- ✓ Un sistema de tratamiento de aguas residuales
- ✓ Un sistema de paneles solares
- ✓ Un sistema de reciclaje de basura
- ✓ Un vehículo para uso de la oficina

## 6.4. DESCRIPCIÓN DE LOS INSUMOS

Los insumos que necesitaremos están divididos en tres grandes grupos:

**1. Insumos de mantenimiento para el Eco Hotel:**

- ✓ Limpieza y mantenimiento.
- ✓ Entrenamiento de personal.
- ✓ Suministros y equipos.

**2. Insumos para la estancia y confort de los huéspedes:**

- ✓ Las habitaciones
- ✓ El restaurante
- ✓ El área de camping
- ✓ El huerto biológico
- ✓ El equipo para realizar actividades de aventura

**3. Requerimiento de Personal:** La mano de obra que se requerirá para comenzar con las funciones y actividades del negocio son:

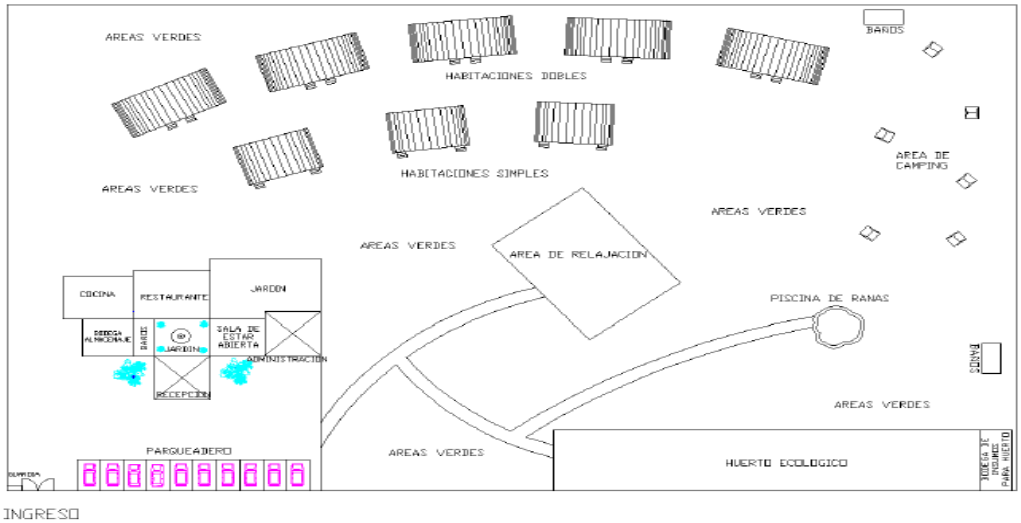
- ✓ Un Gerente General
- ✓ Un Contador
- ✓ Un Jefe de Alimentos & Bebidas
- ✓ Un Jefe de Mantenimiento
- ✓ Una Secretaria recepcionista
- ✓ Tres Amas de llaves
- ✓ Dos Cocineros
- ✓ Tres meseros
- ✓ Un conductor y guía.
- ✓ Tres Guardias

## 6.5. DISTRIBUCIÓN ESPACIAL

Para la construcción, implementación y funcionamiento del Eco Hotel debemos realizar un análisis cuidadoso con el arquitecto de nuestro proyecto, para no olvidar ningún detalle y conseguir que el Hotel tenga todas las comodidades y facilidades necesarias.

El terreno que será utilizado para la construcción del Eco Hotel tiene una superficie de 10.400 metros cuadrados. Su diagrama se presenta a continuación:

**Figura 7 ÁREA DEL TERRENO.**



Para el funcionamiento del Eco Hotel, el proyecto deberá contar con lo siguiente:

- ✓ Una caseta para guardianía
- ✓ Un parqueadero para los visitantes
- ✓ Recepción
- ✓ Una oficina para la administración
- ✓ Una bodega para los insumos e implementos de mantenimiento
- ✓ Baños para la zona del restaurante y la recepción
- ✓ Un jardín interno
- ✓ Una sala de estar
- ✓ Una cocina y un restaurante
- ✓ Un jardín
- ✓ El área de relajación
- ✓ Una piscina de ranas
- ✓ Un huerto ecológico
- ✓ Una bodega para los insumos agrícolas
- ✓ Los baños para el área de camping
- ✓ El área de camping
- ✓ 10 habitaciones dobles
- ✓ 6 habitaciones simples

## 6.6. LA ORGANIZACIÓN

Organizar es un proceso gerencial permanente. Es un conjunto de cargos cuyas reglas y normas de comportamiento, deben sujetarse a todos sus miembros, y así, construirse el medio que permite a una empresa alcanzar determinados objetivos.

Para nuestro proyecto, se ha decidido aplicar el tipo de organización **formal**, ya que consta de escalas jerárquicas establecidas en el organigrama, es racional, se basa en la división del trabajo, y por consiguiente, en la especialización del trabajador, pretendiendo una organización funcional súper-especializada.

Seguiremos cuatro pasos básicos que constituyen piedras angulares para la organización del proyecto, los cuales son:

**1.** División del trabajo

**2.** Departamentalización

**3.** Jerarquía de la organización

**4.** Coordinación

## PRINCIPIOS Y VALORES

### Liderazgo

Empresa a la vanguardia de las exigencias del cliente.

### Transparencia

Honestidad y seriedad en todas las actividades del servicio.

### Seguridad

Instalaciones confortables y ecológicas. Establecimiento de medidas de seguridad para los turistas.

### Respeto al medio ambiente

Se invertirá en un sistema de desarrollo sostenible y se establecerán mecanismos de protección y conservación para el medio ambiente.

### Innovación

Ofrecer un servicio de calidad, tomando en cuenta los avances tecnológicos para la satisfacción del cliente.

### El mejoramiento continúo

Contribuir a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de la organización. Lograr ser más competitivos y productivos en el mercado.

## ORGANIGRAMA FUNCIONAL

- ✓ **Gerente General:** Coordinar las operaciones del Hotel. Establecer objetivos estratégicos y operativos del Hotel. Responsable del personal del Hotel. Conseguir la satisfacción del personal del hotel. Apoyar las campañas de publicidad del hotel. Vínculo entre el hotel y las instituciones u organismos de apoyo.

- ✓ **Contador:** Registrar la Contabilidad del Hotel y realizar el análisis de los estados financieros para generar estrategias. Formular con el administrador el presupuesto de cada año con sus respectivos gastos e ingresos. Llevará a cargo el tema de nóminas, parafiscal e incentivos del capital humano del Hotel. Ësta persona se contrata por prestación del servicio.

- ✓ **Jefe Alimentos & Bebidas:** Sus funciones serán las de coordinar y vigilar que todo proceso con respecto a la preparación de los alimentos y bebidas para nuestros huéspedes, sean bajo los estándares de calidad y sanidad.

- ✓ **Jefe de Mantenimiento:** Coordina las labores de mantenimiento diario de la estructura física del Hotel. Mantenimiento de las habitaciones, jardines, y zonas comunes. Encargado de la granja del Eco Hotel, cuarto de máquinas, depósito de basuras y depósito de herramientas.

- ✓ **Secretaria recepcionista:** Se encarga del Check-in y el Check-out. registrará las reservas, recepción de mensajes. Recepción de quejas y reclamos; reservaciones para actividades recreativas; también de dar información a los huéspedes de los puntos de atención en el hotel. Así mismo llevar el registro contable de facturas; Llevar los libros de egresos e ingresos. Manejo de la caja menor.

- ✓ **Amas de llaves:** Encargadas del transporte de equipaje hacia y desde la habitación, atención del Room Service. Así mismo aseo de las habitaciones, zonas comunes y de las instalaciones del hotel, atención del servicio de lavandería.

- ✓ **Cocineros:** Estas personas serán las encargadas de decidir los tipos de menús que se ofrecerán en el restaurante del Eco Hotel, también coordinar el buen servicio de entrega de pedidos y así tener una satisfacción total de los huéspedes.

- ✓ **Meseros:** Serán los encargados del montaje y limpieza de las mesas. Presentar al cliente la carta de presentación de comidas, y tomar pedidos. Desarrollar trabajos, atención y servicios del restaurante bar, y garantizar el buen funcionamiento del área encargada.

- ✓ **Chofer:** Su labor es la de movilizar los huéspedes hacia y desde el Eco Hotel. Debe tener plena disponibilidad de tiempo. Así mismo se encargara de movilizar al personal que necesite hacer cualquier trámite de la empresa fuera del Eco Hotel, deberá guiar a los turistas a los diferentes sitios de la región.

- ✓ **Guardias:** Serán los encargados de resguardar las instalaciones del Eco Hotel, para asegurarles a los huéspedes una estadía tranquila.

## 6.7. GESTIÓN TECNOLÓGICA

La Gestión Tecnológica en la empresa es la aplicación de un conjunto de prácticas que le permiten establecer una estrategia en materia de tecnología congruente con sus planes de negocio.

En la actualidad, la tecnología se ha desarrollado considerablemente, trayendo consigo varias ventajas en pro de las organizaciones, así que en nuestro proyecto trataremos de diseñar estrategias de investigación y desarrollo, sobre todo para contribuir con el medio ambiente y encontrar la manera de que nuestros servicios se lleven a cabo utilizando procesos ecológicos.

También nos vamos a enfocar en la organización de programas de capacitación para el personal, con el fin de estar siempre actualizados y preparados para los nuevos retos que se presenten, y de esta manera, satisfacer las exigencias y preferencias de nuestros clientes.

Una de las fuentes principales para la generación de conocimiento en la empresa es la Innovación Tecnológica, por ello se invertirá en un buen programa informático para el procesamiento de la información, con el propósito de que la contabilidad y las finanzas sean un respaldo para la toma de decisiones.

## 6.8. TRÁMITES NECESARIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL PROYECTO EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ

Formalizar la Constitución de la sociedad mediante escritura pública debidamente autenticada. Según el Artículo 98 del Código de Comercio.

- ✓ Registrar la sociedad ante la Cámara de Comercio, es decir, Acreditar el pago de impuestos de registro de la escritura sujeta inscripción en el registro mercantil: anexando el original de dicho pago (el cual se efectúa en las oficinas de rentas departamentales) este documento se debe diligenciar ante la Cámara de Comercio de Tuluá, con base a lo estipulado en el Código de Comercio.

- ✓ La matrícula de la sociedad, la inscripción de la escritura de constitución, y el registro de los libros de contabilidad: Se deben efectuar en la Cámara de Comercio de Tuluá, teniendo en cuenta lo que define el Código de Comercio en este aspecto.

- ✓ Tratándose de sociedad, la petición de la matrícula se formulará por el representante legal dentro del mes siguiente a la fecha de la escritura pública de constitución.

- ✓ La Solicitud del Número de Identificación Tributaria NIT es expedido por la Dirección de Impuestos Nacionales DIAN.

- ✓ Certificado de matrícula y existencia: emitido por la Cámara de Comercio, necesario para que la sociedad adquiera la razón social, antes de asignarle nombre, denominación o razón social a la empresa y su establecimiento de comercio, se verifica que no exista un nombre igual o similar de otro ya inscrito.

- ✓ Registro de matrícula de industria y comercio: se diligencia ante la Alcaldía Municipal de Tuluá, previa presentación de algunos de los anteriores documentos.

- ✓ Autorización de funcionamiento: lo emite la Secretaria de Gobierno, de la Alcaldía Municipal, previa presentación de los siguientes documentos:

- ✓ Certificado de uso del suelo.
- ✓ Licencia sanitaria (expedida por la unidad ejecutora de saneamiento)
- ✓ Constancia de pago del impuesto de Industria y Comercio.
- ✓ Certificado de Seguridad Industrial (expedido por Bomberos)
- ✓ Inscripción patronal y aportes a entidades: necesario para cumplir con lo aportes exigidos por la ley, correspondientes al: SENA, ICBF, y Caja de Compensación Familiar.
- ✓ Permiso de vertimientos líquidos (CVC).

La información relacionada en el análisis legal de constitución de la empresa, fue suministrada por la Cámara de Comercio, Alcaldía Municipal, Unidad ejecutora de Saneamiento, Bomberos Voluntarios, DIAN, Secretaría de Salud; todas estas ubicadas en el Municipio de Tuluá Valle.

# 7. ESTUDIO FINANCIERO

El objeto de este análisis es determinar las características económicas del proyecto. Para ello hay necesidad de identificar la inversión requerida, los ingresos, los costos, los gastos, la utilidad, la rentabilidad y todos aquellos que involucran el uso de recursos. A continuación se referencian los principales rubros de la inversión.

## 7.1. Activos Fijos

**Construcciones.** Para la construcción del complejo hotelero se necesitará lo siguiente: Una oficina de 51,84 $m^2$, una recepción de 51,84 $m^2$, un jardín interno de 43,20 $m^2$, baños de 16,80 $m^2$, una bodega para el almacenamiento y el mantenimiento de 39 $m^2$, una cocina de 63 $m^2$, un restaurante de 80 $m^2$, una habitación para relajación de 100 $m^2$, 10 habitaciones dobles de 68,32 $m^2$, y 6 habitaciones simples de 50,40 $m^2$. Además se instalará una puerta de madera de 4 $m^2$ aproximadamente para la entrada del Eco Hotel. Y adicionalmente, se instalará una caseta para el guardia.

Se construirá un parqueadero para 10 automóviles, de 150 $m^2$ aproximadamente. Todo el hotel contará con senderos especificados para la movilización de los huéspedes.

Además la UCEVA posee un terreno propio avaluado por 64.357.000.

**OBSERVACIONES**: Obra civil y acabados de primera.

**Cimentación**: Hormigón armado en contra piso, alisado, bases, columnas y vigas de hormigón, cubierta, ventanas de PVC, pisos de madera y cerámica, puertas de madera mdf tropical.

**Incluye**: instalaciones eléctricas, sistemas y cableados de comunicación.

**Tabla 4. Activos fijos Construcciones.**

| DESCRIPCIÓN | UNIDAD $m^2$ | VALOR $C/m^2$ | TOTAL |
|---|---|---|---|
| Oficina de Administración | 52 | 500.000 | 25.920.000 |
| Recepción | 52 | 600.000 | 31.104.000 |
| Jardín interior | 43 | 200.000 | 8.640.000 |
| Sala de estar | 42 | 1.200.000 | 50.400.000 |
| Baños para recepción | 17 | 900.000 | 15.120.000 |
| Cocina | 63 | 500.000 | 31.500.000 |
| Restaurante | 80 | 625.000 | 50.000.000 |
| Habitación para relajación | 100 | 500.000 | 50.000.000 |
| 10 habitaciones dobles (obra civil y acabados) | 682 | 750.000 | 511.650.000 |
| 6 Habitaciones simples (obra civil y acabados) | 302 | 500.000 | 151.200.000 |
| Bodega | 39 | 375.000 | 14.625.000 |
| Área de Camping (césped nivelado para carpas) | 800 | 37.500 | 30.000.000 |
| Baños para camping | 12 | 750.000 | 9.000.000 |
| Puerta de ingreso. | 1 | 1.562.500 | 1.562.500 |
| Caseta de guardia | 1 | 750.000 | 750.000 |
| Parqueadero | 150 | 125.000 | 18.750.000 |
| Senderos, vías internas de circulación peatonal | 800 | 45.000 | 36.000.000 |
| **Total $M^2$** | **$ 2.436** | **$ 10.220.000** | **$ 1.036.221.500** |

## 7.2. VEHÍCULOS

Para la movilización del personal administrativo se necesitará de una camioneta Luv doble cabina 2008 y se estima que se necesitará alrededor de $44.000.000 para su adquisición.

## 7.3. EQUIPOS DE OFICINA

Los equipos necesarios para el proyecto se presentan a continuación:

**Tabla 5. Equipo de oficina.**

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | TOTAL |
|---|---|---|---|
| Computadora | 1 | 850.000 | 850.000 |
| Computadora portátil | 1 | 1.750.000 | 1.750.000 |
| Celulares | 1 | 250.000 | 250.000 |
| | | | |
| Impresora | 1 | 200.000 | 200.000 |
| Sistema informático | 1 | 3.750.000 | 3.750.000 |
| Teléfonos inalámbricos | 2 | 50.000 | 100.000 |
| TOTAL | **7** | **$ 6.850.000,00** | **$ 6.900.000,00** |

## 7.4. MUEBLES Y ENSERES

**Tabla 6. Muebles y enseres**

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | TOTAL |
|---|---|---|---|
| Escritorios | 2,00 | 600.000,00 | 1.200.000 |
| Sillas | 4,00 | 125.000,00 | 500.000 |
| Sala de estar | 1,00 | 1.750.000,00 | 1.750.000 |
| Archivador | 2,00 | 275.000,00 | 550.000 |
| Anaquel | 2,00 | 250.000,00 | 500.000 |
| **TOTAL** | **11,00** | **3.000.000,00** | **4.500.000** |

## 7.5. Activos Intangibles

Dentro de los activos intangibles se encuentran los gastos de constitución, los cuáles únicamente van a estar formados por los gastos legales que se incurren al formar una empresa, pero se tienen estimados $2.000.000 y como imprevistos $750.000

## 7.6. CAPITAL DE TRABAJO

Para el capital de trabajo se necesitará contar con un saldo en la cuenta de caja bancos, más un stock de materiales de mantenimiento y de insumos de consumo, que se deberán tener para atender la demanda de los turistas.

## 7.7. MATERIALES DE MANTENIMIENTO

Dentro de los materiales de mantenimiento, se contará con todos los útiles de aseo para la limpieza de todas las instalaciones del Eco Hotel, así que los costos se presentan en la siguiente tabla:

**Tabla 7. Útiles de aseo.**

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | TOTAL |
|---|---|---|---|
| Detergente (paquetes) | 4 | 5.000,00 | 20.000 |
| Desinfectante (envase) | 3 | 7.500,00 | 22.500 |
| Cloro | 4 | 6.250,00 | 25.000 |
| Limpiador de mueble (spray) | 5 | 7.500,00 | 37.500 |
| Franelas | 20 | 1.250,00 | 25.000 |
| Escobas | 5 | 6.250,00 | 31.250 |
| Trapeadores | 5 | 7.500,00 | 37.500 |
| Recogedores de basura | 4 | 5.000,00 | 20.000 |
| Bolas para la basura. | 50 | 1.250,00 | 62.500 |
| TOTAL | 106 | 56.250,00 | 281.250 |

**Tabla 8. Insumos de producción.**

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | TOTAL |
|---|---|---|---|
| Toallas | 32 | 15.000 | 480.000 |
| Almohadas | 50 | 10.000 | 500.000 |
| Juegos de sábanas | 45 | 37.500 | 1.687.500 |
| Hamacas | 15 | 75.000 | 1.125.000 |
| Vajilla completa (juego de 8 personas) | 8 | 175.000 | 1.400.000 |
| Sartenes grandes teflón | 5 | 75.000 | 375.000 |
| Sartenes pequeños teflón | 2 | 37.500 | 75.000 |
| Ollas grandes | 5 | 60.000 | 300.000 |
| Ollas medianas | 3 | 38.750 | 116.250 |
| Carpas | 15 | 62.500 | 937.500 |
| Sleeping bags | 15 | 50.000 | 750.000 |
| Pala | 5 | 22.500 | 112.500 |
| Rastrillo | 5 | 21.250 | 106.250 |
| Manguera | 3 | 30.000 | 90.000 |
| Arnés | 5 | 200.000 | 1.000.000 |
| Chaleco Salvavidas | 15 | 75.000 | 1.125.000 |
| Sogas para rapel o montañismo. | 4 | 350.000 | 1.400.000 |
| **TOTAL** | **464** | **1.699.000** | **11.580.000** |

**Tabla 9. Insumos de consumo.**

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | TOTAL |
|---|---|---|---|
| Papel higiénico | 40 | 800 | 32.000 |
| Shampoo en galones. | 5 | 7.500 | 37.500 |
| Jabón líquido galones | 5 | 6.250 | 31.250 |
| Verduras y legumbres | para 1 mes | | 300.000 |
| Frutas | para 1 mes | | 334.750 |
| Granos | para 1 mes | | 400.000 |
| Carnes varias | para 1 mes | | 850.000 |
| Lácteos | para 1 mes | | 200.000 |
| Panadería | para 1 mes | | 28.000 |
| Agua (botellón) | 8 | 5.000 | 40.000 |
| Gaseosas (3 litros) | 10 | 2.625 | 31.500 |
| | | | **$** |
| **TOTAL** | | | **2.285.000,00** |

## 7.8 CAJA Y BANCOS

saldo de caja / bancos con el que contará el proyecto comprenderá los rubros correspondientes a: los sueldos mensuales, promoción y publicidad, servicios básicos y seguros. Estos detalles se presentan a continuación:

**Tabla 10. Sueldo mensuales con prestaciones y seguridad social**

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | SUELDO MES | TOTAL | SUELDO ANUAL | PRESTACIONES | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Gerente General | 1 | 1.800.000 | 1.800.000 | 21.600.000 | 11.232.000 | 32.832.000 |
| Jefe de Alimentos y Bebidas | 1 | 1.500.000 | 1.500.000 | 18.000.000 | 9.360.000 | 27.360.000 |
| Jefe de Mantenimiento | 1 | 1.500.000 | 1.500.000 | 18.000.000 | 9.360.000 | 27.360.000 |
| Secretaria | 1 | 700.000 | 700.000 | 8.400.000 | 4.368.000 | 12.768.000 |
| Amas de llaves | 3 | 535.600 | 1.606.800 | 19.281.600 | 10.026.432 | 29.308.032 |
| Meseros | 3 | 535.600 | 1.606.800 | 19.281.600 | 10.026.432 | 29.308.032 |
| Chofer | 1 | 600.000 | 600.000 | 7.200.000 | 3.744.000 | 10.944.000 |
| chef | 1 | 800.000 | 800.000 | 9.600.000 | 4.992.000 | 14.592.000 |
| Cocineros | 2 | 650.000 | 1.300.000 | 15.600.000 | 8.112.000 | 23.712.000 |
| Guardia | 3 | 535.600 | 1.606.800 | 19.281.600 | 10.026.432 | 29.308.032 |
| **TOTAL** | **17** | **9156800** | **13020400** | **156244800** | **81247296** | **237492096** |

**Tabla 11. Otros**

| Otros | Valor | TOTAL |
|---|---|---|
| papeleria | 1.000.000,00 | 1.000.000 |
| Servicios Básicos | 375.000,00 | 4.500.000 |
| Seguro Vehículo | 500.000,00 | 500.000 |

**Tabla 12. Presupuesto de ventas en unidades.**

NOMBRE DE LA EMPRESA: ECO HOTEL EL VIJAL

PRESUPUESTO DE VENTAS EN UNIDADES

| DESCRIPCIÓN | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Hospedaje Descanso y recrea | 1632 | 1681 | 1734 | 1789 | 1845 | 8.681 |
| TOTAL UNIDADES | 1.632 | 1.681 | 1.734 | 1.789 | 1.845 | 8.681 |
| PRECIO DE VENTA UNITARIO | 175.000 | 180.427 | 185.837 | 191.412 | 197.155 | |
| **TOTAL EN PESOS** | **285.600.000** | **303.297.787** | **322.241.358** | **342.436.068** | **363.750.975** | **1.617.326.188** |

El presupuesto de ventas se establece en unidades. Una vez se haya definido el presupuesto del costo de ventas, se procedió a valorizar el presupuesto de ventas sumando el presupuesto de compras de materia prima, más el presupuesto de la mano de obra indirecta, más el presupuesto de los costos indirectos de fabricación, dividiendo sobre el volumen de producción del período.

**Tabla 13. Presupuesto gastos de administración.**

***NOMBRE DE LA EMPRESA:*** **ECO HOTEL EL VIJAL**

**PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN**

| DESCRIPCIÓN | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 |
|---|---|---|---|---|---|
| **DEPRECIACIONES** | 55.011.075,00 | 55.011.075,00 | 55.011.075,00 | 52.711.075,00 | 52.711.075,00 |
| **GASTOS PREOPERATIVOS** | 550.000,00 | 550.000,00 | 550.000,00 | 550.000,00 | 550.000,00 |
| **TOTAL** | **65.161.075,00** | **55.561.075,00** | **55.561.075,00** | **53.261.075,00** | **53.261.075,00** |

## Tabla 14. Presupuesto gastos de ventas.

NOMBRE DE LA EMPRESA: ECO HOTEL EL VIJAL

**PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS**

| DESCRIPCIÓN | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 |
|---|---|---|---|---|---|
| UTILIES DE ASEO | 3.375.000,00 | 3.481.987,50 | 3.592.366,50 | 3.706.244,52 | 3.823.732,47 |
| INSUMOS DE PRODUCCI | 11.580.000,00 | 11.947.086,00 | 12.325.808,63 | 12.716.536,76 | 13.119.650,97 |
| INSUMOS DE CONSUMO | 27.420.000,00 | 28.289.214,00 | 29.185.982,08 | 30.111.177,72 | 31.065.702,05 |
| SEGUROS | 500.000,00 | 515.850,00 | 532.202,45 | 549.073,26 | 566.478,88 |
| SERVICIOS BASICO | 4.500.000,00 | 4.642.650,00 | 4.789.822,01 | 4.941.659,36 | 5.098.309,96 |
| DEPRECIACIONES | 8.800.000,00 | 8.800.000,00 | 8.800.000,00 | 8.800.000,00 | 8.800.000,00 |
| TOTAL | **56.175.000,00** | **57.676.787,50** | **59.226.181,66** | **60.824.691,62** | **62.473.874,35** |

Estos se emplean para optimizar los procesos de venta y comercialización, encontramos promoción y publicidad y depreciaciones.

## Tabla 15. Estado de resultados o de ganancias y pérdidas (GYP).

*NOMBRE DE LA EMPRESA:* ECO HOTEL EL VIJAL

**GANANCIAS Y PERDIDAS**

**PERIODO: DEL**

| DESCRIPCIÓN | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 |
|---|---|---|---|---|---|
| VENTAS | 285.600.000,00 | 303.297.787,00 | 322.241.358,00 | 342.436.068,00 | 363.750.975,00 |
| COSTO DE VENTAS | 238.492.096,00 | 246.052.295,44 | 253.852.153,21 | 261.899.266,47 | 270.201.473,21 |
| UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | **47.107.904,00** | **57.245.491,56** | **68.389.204,79** | **80.536.801,53** | **93.549.501,79** |
| GASTOS DE ADMINISTRACIÓN | 65.161.075,00 | 55.561.075,00 | 55.561.075,00 | 53.261.075,00 | 53.261.075,00 |
| GASTOS DE VENTAS | 56.175.000,00 | 57.676.787,50 | 59.226.181,66 | 60.824.691,62 | 62.473.874,35 |
| UTILIDAD O PERDIDA OPERACIONAL | **-74.228.171,00** | **-55.992.370,94** | **-46.398.051,87** | **-33.548.965,09** | **-22.185.447,56** |
| INTERESES FINANCIEROS | - | - | - | - | - |
| UTILIDAD O PERDIDA ANTES DE IMP. | **-74.228.171,00** | **-55.992.370,94** | **-46.398.051,87** | **-33.548.965,09** | **-22.185.447,56** |
| IMPUESTO DE RENTA | - | - | - | - | - |
| UTILIDAD O PERDIDA DEL PERIODO | **-74.228.171,00** | **-55.992.370,94** | **-46.398.051,87** | **-33.548.965,09** | **-22.185.447,56** |

Este refleja el movimiento operacional de la empresa en los periodos determinados, involucra los ingresos operacionales (ventas), y los ingresos no operacionales que pueden llegar a ser (intereses recibidos, deudas de terceros, ventas de activos etc). Los egresos que genera la empresa, sean operacionales tales como compra de materia prima, gastos varios, honorarios, mantenimiento, publicidad, impuestos) y los gastos no operacionales entre los cuales se pueden destacar pagos de préstamos litigios etc.

**Tabla 16. Flujo de efectivo o flujo de caja.**

*NOMBRE DE LA EMPRESA:* ECO HOTEL EL VIJAL

FLUJO DE EFECTIVO
PERIODO: DEL

| DESCRIPCIÓN | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 |
|---|---|---|---|---|---|
| **INGRESOS** | | | | | |
| SALDO INICIAL | 15.628.500 | 5.761.404 | 4.225.788 | 11.970.524 | 29.940.428 |
| VENTAS | 285.600.000 | 303.297.787 | 322.241.358 | 342.436.068 | 363.750.975 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **TOTAL INGRESOS** | **301.228.500** | **309.059.191** | **326.467.146** | **354.406.592** | **393.691.403** |
| **EGRESOS** | | | | | |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 237.492.096 | 245.020.595 | 252.787.748 | 260.801.120 | 269.068.515 |
| PAPELERIA | 1.000.000 | 1.031.700 | 1.064.405 | 1.098.147 | 1.132.958 |
| - | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| CONTADOR | 9.600.000 | 9.904.320 | 10.218.287 | 10.542.207 | 10.876.395 |
| UTILIES DE ASEO | 3.375.000 | 3.481.988 | 3.592.367 | 3.706.245 | 3.823.732 |
| INSUMOS DE PRODUCCION | 11.580.000 | 11.947.086 | 12.325.809 | 12.716.537 | 13.119.651 |
| INSUMOS DE CONSUMO | 27.420.000 | 28.289.214 | 29.185.982 | 30.111.178 | 31.065.702 |
| SEGUROS | 500.000 | 515.850 | 532.202 | 549.073 | 566.479 |
| SERVICIOS BASICO | 4.500.000 | 4.642.650 | 4.789.822 | 4.941.659 | 5.098.310 |
| IMPUESTOS | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| AMORTIZACIÓN PRESTAMO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **TOTAL EGRESOS** | **295.467.096** | **304.833.403** | **314.496.622** | **324.466.165** | **334.751.742** |
| **SALDO FLUJO DE EFECTIVO** | **5.761.404** | **4.225.788** | **11.970.524** | **29.940.428** | **58.939.660** |

Este estado financiero se conoce también como flujo de fondos, en él se reflejan los movimientos de efectivo realizados en un periodo determinado, su cálculo está representado en cuatro pasos.

**Saldo inicial:** Se refleja el valor que puede ser utilizado como capital de trabajo, es decir, para cubrir gastos operacionales y no operacionales.

**Ingresos:** Involucra las entradas de efectivo operacionales y no operacionales.

**Egresos:** Son las salidas de dinero en efectivo por efectos operacionales y no operacionales.

Operacionales como compra de materia prima de contado, pago de nómina, publicidad, pago de proveedores, servicios públicos, arriendo, papelería, comisiones, etc.

No operacionales, como intereses, deudores varios, compra de activos. Etc.

**Saldo del flujo de efectivo:** Resulta de realizar las siguientes operaciones.

Saldo inicial+ ingresos operacionales + ingresos no operacionales=total ingresos-egresos operacionales-egresos no operacionales = saldo del flujo de efectivo.

**Tabla 17. Balance general proyectado.**

| ACTIVOS | INSTALACIÓN | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **CORRIENTE** | | | | | | |
| CAJA - BANCOS | 15.628.500 | 5.761.404 | 4.225.788 | 11.970.524 | 29.940.428 | 58.939.660 |
| **TOTAL ACTIVO CORRIENTE** | **15.628.500** | **5.761.404** | **4.225.788** | **11.970.524** | **29.940.428** | **58.939.660** |
| GASTOS PREOPERATIVOS | 2.750.000 | 2.200.000 | 1.650.000 | 1.100.000 | 550.000 | 0 |
| **ACTIVO FIJO** | | | | | | |
| TERRENOS | 64.357.000 | 64.357.000 | 64.357.000 | 64.357.000 | 64.357.000 | 64.357.000 |
| COMPUTADORES | 6.900.000 | 6.900.000 | 6.900.000 | 6.900.000 | 6.900.000 | 6.900.000 |
| - DEP ACUM. COMP. | 0 | 2.300.000 | 4.600.000 | 6.900.000 | 6.900.000 | 6.900.000 |
| EDIFICIOS | 1.036.221.500 | 1.036.221.500 | 1.036.221.500 | 1.036.221.500 | 1.036.221.500 | 1.036.221.500 |
| -DEP. ACUM. EDIF. | 0 | 51.811.075 | 103.622.150 | 155.433.225 | 207.244.300 | 259.055.375 |
| VEHICULOS | 44.000.000 | 44.000.000 | 44.000.000 | 44.000.000 | 44.000.000 | 44.000.000 |
| - DEP ACUM. VEHIC. | 0 | 8.800.000 | 17.600.000 | 26.400.000 | 35.200.000 | 44.000.000 |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| - DEP ACUM. M. Y EQ. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| MUEBLES Y ENSERES | 4.500.000 | 4.500.000 | 4.500.000 | 4.500.000 | 4.500.000 | 4.500.000 |
| -DEP. ACUM. M. Y ENS. | 0 | 900.000 | 1.800.000 | 2.700.000 | 3.600.000 | 4.500.000 |
| **TOTAL ACTIVO FIJO** | **1.158.728.500** | **1.094.367.425** | **1.030.006.350** | **965.645.275** | **903.584.200** | **841.523.125** |
| **TOTAL ACTIVO** | **1.174.357.000** | **1.100.128.829** | **1.034.232.138** | **977.615.799** | **933.524.628** | **900.462.785** |
| **PASIVOS** | | | | | | |
| **CORRIENTE** | | | | | | |
| IMPUESTOS POR PAGAR | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **TOTAL PASIVO CORRIENTE** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| **PASIVO LARGO PLAZO** | | | | | | |
| OBLIG. FINANCIERAS | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **TOTAL PASIVO LARGO PLAZO** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| **TOTAL PASIVO** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| **PATRIMONIO** | | | | | | |
| CAPITAL | 1.174.357.000 | 1.174.357.000 | 1.174.357.000 | 1.174.357.000 | 1.174.357.000 | 1.174.357.000 |
| UTILIDAD DEL PERIODO | 0 | -74.228.171 | -55.992.371 | -46.398.052 | -33.548.965 | -22.185.448 |
| UTILIDAD ACUMULADA | 0 | 0 | -74.228.171 | -130.220.542 | -176.618.594 | -210.167.559 |
| **TOTAL PATRIMONIO** | **1.174.357.000** | **1.100.128.829** | **1.044.136.458** | **997.738.406** | **964.189.441** | **942.003.994** |
| **TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO** | **1.174.357.000** | **1.100.128.829** | **1.044.136.458** | **997.738.406** | **964.189.441** | **942.003.994** |
| Total de control | 0 | 0 | 9.904.320 | 20.122.607 | 30.664.814 | 41.541.208 |

Es el estado financiero que agrupa la información del flujo de efectivo y el resultado del estado de resultados.

Está conformado por:

**Activos:** Dentro de este grupo encontramos varios tipos de activos que tiene la empresa.

**Disponible: Caja, bancos.** Está representado por el dinero en efectivo y sus cuentas bancarias.

**Realizables.** Inventarios, inversiones temporales y cuenta por cobrar. Encontramos los inventarios de materia prima.

**Activos fijos:** Se clasifican en dos grupos: No depreciables y depreciables.

**Depreciables:** Encontramos los bienes que utiliza la empresa en función de su proceso productivo y operativo, para el cálculo de la depreciación existen unos parámetros de carácter general, pero dependiendo de las políticas de las empresa y de las necesidades de cada empresa.

Depreciación a tres años: computadoras.

Depreciación a cinco años: Muebles y enseres, equipo de oficina, vehículos.

Depreciación a diez años: maquinaria y equipo.

Depreciación a veinte años: edificios.

# 8. CONCLUSIONES

Del presente estudio de factibilidad se concluye lo siguiente:

**Estudio de mercado:** Las personas buscan aventura y nuevas experiencias cuyos intereses van acorde al tipo de negocio, ya que como se ofrecen actividades de eco-turismo, en donde pueden recrearse en un ambiente natural y olvidarse del stress de la ciudad, desean también disfrutar con sus seres queridos de unos días agradables y relajados en compañía de la hermosa naturaleza y paisajes que caracterizan la zona. En lo que respecta al conocimiento de la región e identificación de éste como un lugar en donde se pueden realizar actividades de ecoturismo, un porcentaje considerable de los encuestados han tenido el placer de conocer el Corregimiento de la Marina y la Iberia y lo identifican como un lugar en donde se pueden realizar actividades de eco culturales y de deportes extremos por lo que debemos de emplear todos los recursos necesarios para dar a conocer este hermoso lugar por medio de la aplicación de las estrategias de mercado planeadas, es decir poder convertirlo en un lugar preferido por el cliente objetivo al momento de elegir un lugar para vacacionar. La frecuencia de visita determino que los clientes potenciales tienen como preferencia planear sus paseos en tiempo corto. Las características que consideraron relevantes los clientes al momento de escoger un lugar turístico dependen de sus intereses, por lo que es necesario satisfacer las necesidades prestando un servicio completo para atender cada uno de sus requerimientos.

El Eco Hotel ofrecerá actividades recreativas para todas las edades y gustos, desde las más riesgosas hasta la más tranquilas pero igual de divertidas para las personas conservadoras entre estas están: Rafting o Canotaje, Rappel y Torrentismo, Caminatas, Cabalgatas, Fogatas, Camping, paseos rutas turísticas del Valle del Cauca (Religiosa, Cultural, Red de Festivales musicales, ruta eco turística y de Aventura). Los precios del pasadía se establecerán en $50.000 y la estadía con servicio completo en paquete de 4 días con un valor de $ 175.000 por día, en total por paquete turístico de $700.000, valor con aceptación por los clientes los cuales estarían en capacidad de efectuar estos pagos por hospedajes completos. En conclusión existe mercado potencial para el plan de negocio que se plantea.

**En cuanto al estudio Técnico y organizacional:** El proyecto se desarrollará en el Valle del Cauca, Municipio de Tuluá, Corregimiento de la Iberia, Finca el Vijal de propiedad del Unidad Central del Valle del Cauca, el cual consta de dos lotes de terreno, que en la actualidad forman un solo globo, el primero con una cabida de una sola hectárea y el segundo con cabida de 22 hectáreas y 6.240 metros, en el terreno se construirán las siguientes instalaciones para funcionamiento del Eco

Hotel, las cuales serán: 10 habitaciones dobles, 6 simples y un área de relajación; un área de camping, baños para el área de camping, un huerto ecológico, un jardín interno, para la atención del público una sala de estar, para la preparación de los alimentos una cocina y restaurante, una bodega para los insumos agrícolas, baños para la zona de restaurante y recepción, y en la zona externa la caseta para guardia y el parqueadero.

El personal para el normal funcionamiento del proyecto se estimó en: Un gerente General, dos jefes uno para alimentos y bebidas y otro para mantenimiento, un contador por prestación de servicios, una secretaria, tres amas de llaves, dos cocineros, un Chef, tres meseros, un conductor con la función de guía turístico.

La empresa se constituirá como Ltda, y se formalizará mediante escritura pública debidamente autenticada. Según el Artículo 98 del Código de Comercio.

**Estudio financiero:** De acuerdo a los resultados presentados en la evaluación financiera, con lo que respecta al cálculo del valor presente, la tasa interna de retorno, el período de recuperación y la rentabilidad simple, se puede concluir que el proyecto no resulta factible.

# 9. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda que la construcción del edificio para el Eco Hotel, sea con materiales de costos más bajos y naturales de la región, tales como madera, guadua, ect, llevando esta acción a que el costo de fabricación del proyecto sea más bajo y pueda generar utilidad, facilitando la implementación de este 100%.

- ✓ Es necesario dar a conocer el proyecto a las Agencias de viajes y Operadoras nacionales e internacionales de turismo generando alianzas estratégicas y tener una expectativa en cuanto al servicio de hospedaje ya que los precios de estadía son bajos en comparación con los precios internacionales como Costa Rica y Ecuador, Perú.

- ✓ Incluso antes de la construcción del Eco Hotel, es fundamental realizar una inversión en promoción y publicidad de nuestros servicios, con el fin de preparar el mercado y así, obtener varios clientes.

- ✓ Con el funcionamiento del Eco Hotel servirá para articular otros proyectos académicos a fines con el sector turístico ambiental.

- ✓ La UCEVA como institución Educativa Superior pueda generar un desarrollo social y económico en esta región-, integrándose por medio de la creación de este Eco Hotel al plan de Turismo que está realizando la Cámara de Comercio y la Alcaldía Municipal para el desarrollo turístico de la zona Centro y Norte del Valle del Cauca.

- ✓ En miras a un futuro este proyecto serviría como soporte para crear un programa de hotelería y turismo donde los estudiantes puedan realizar sus prácticas.

# 11. BIBLIOGRAFÍA


ACOSTA JARAMILLO. ALEJANDRA MARÍA Factibilidad para la construcción de un parque eco turístico en el Municipio de Tuluá del Valle del Cauca en el distrito cinco del picacho 2009

ALBÁN MERCADO, FERNANDO proyecto planificación de producción agropecuaria sostenible en la finca el Vijal tesis tecnología agropecuaria ambiental 2009

ARELLANO C. Rolando, Marketing Enfoque América Latina, Mc Graw Hill.

FREIRE Andy, Pasión por Emprender, De la idea a la cruda realidad. Grupo Editorial Norma. Bogotá 2005.

GARCÍA S. Oscar León, Administración Financiera, Fundamentos y Aplicaciones. Tercera Edición. Prensa Moderna Impresores S.A. Cali 1999.

HELLRIEGEL/JACKSON/SLOCUM, Administración. Un enfoque basado en competencias. Novena Edición, Thomson.

IDELFONSO Grande Esteban, Marketing de los Servicios. Cuarta Edición, Esic Editorial. Madrid 2005.

JANY Castro José Nicolás, Investigación Integral de Mercados, Decisiones sin Incertidumbre. Tercera Edición. Mc Graw Hill Colombia 2005.

LUSSIER Robert N., ACHUA Christopher F., Liderazgo, Teoría, Aplicación, Desarrollo de Habilidades. Thomson. México 2002.

POT Plan de Ordenamiento Territorial Tuluá Valle del Cauca 2010

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/turismo 2010.

MIRANDA Miranda Juan José, Gestión de Proyectos Identificación- Formulación- Evaluación. Quinta Edición, MM Editores. Colombia 2005.

MASON/ LIND/ MARCHAL, Estadística para Administración y Economía, 10ª Edición.

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ECO HOTEL EN LA FINCA EL VIJAL CORREGIMIENTO LA IBERIA DE LA CIUDAD DE TULUA VALLE**

**OBJETIVO**: Conocer el nivel de aceptación que puede tener la creación de un Eco Hotel en la finca el Vijal corregimiento la Iberia propiedad de la UCEVA de la ciudad de Tuluá Valle**.**

**NOMBRE**_____

**CORREO ELECTRÓNICO**_____

1. Cuando usted planea ir de vacaciones, suele buscar información en:
   a. Internet
   b. Agencias de viajes
   c. Medios de comunicación
   d Referencia de amigos
   e. ferias de Turismo
2. ¿Conoce usted el corregimiento de la Marina, la Iberia y todos los corredores turísticos que convergen a esta zona?
   a. SI
   b. NO
3. ¿Qué atractivos turísticos le generaron mayor impacto en esta Zona?
   a. Paisajes de la región
   b. Comidas típicas de la región.
   c. Viviendas típicas campesinas
   d. Centros recreacionales
   e. festividades de la región
4. ¿Cuál de las siguientes variables considera que presenta mayor amenaza en la ruta agro turística del corregimiento de la Marina, la Iberia y sus alrededores?
   a. Transporte
   b. Orden publico
   c. TICS (Tecnologías de la informática y medios de comunicación
   d. Sociales
5. ¿Cuál de los siguientes factores considera que presenta mayor fortaleza en la ruta agro turística del corregimiento de la Marina y la Iberia?
   a. Cordialidad de su gente.
   d. clima

b. Riqueza natural e. otra cuál?_____

c. Ubicación geográfica

6. Con que frecuencia visita usted rutas agro turísticas como el corregimiento de la Marina, la Iberia y sus alrededores?

a. Semanal d. Una vez al año

b. Quincenal e. Dos veces al año

c. Mensual

7. Cuando usted hace turismo porque razón no ha considerado estos corregimientos de la Marina y la Iberia como destinos y atractivos turísticos?

_____

_____

8. Cuando usted va de paseo por cualquiera de las rutas agro turísticas normalmente lo hace por:

a. Diversión d. Descanso

b. Deporte e. Otro

c. Plan familiar

9. Cuando usted va de paseo con quien lo hace?

a. Solo d. Excursiones

b. En pareja e. Integraciones sociales

c. En familia f. Otro

d. Grupo de amigos

10. Cuando visita un Eco Hotel que tipo de hospedaje le gustaría encontrar?

a. Zona de camping

b. Cabañas

c. Hotel campestre

11. Que otras actividades le gustaría encontrar dentro y fuera del Hospedaje?

a. lagos de pesca ____

b. interactuar por medio de una granja ____

c. cabalgata ____

d. piscina natural ____

e. cancha de fútbol ____

f. Deportes extremos ____

g. caminatas ecológicas ____

h. fiestas culturales de la región ____

12. Cuando visita un Eco Hotel que servicios le gustaría encontrar?

a. Alimentos y bebidas e. Servicio de spa

b. salón de conferencias Servicio de wi fi

c. Paquete integral (hospedaje, recreación, alimentos y bebidas)

13. Cuanto estaría dispuesto a pagar por Pasadía?

a. $50.000
b. Entre $51.000 y $60000
c. Mayor de $61.000

14. cuanto estaría dispuesto a pagar por un paquete comercial y de servicios?

a. Entre $140.000 y $160.000
b. Entre $161.000 y $200.000
c. Mayor de $201.000

15. Se haría cliente del Eco Hotel si es dirigido por estudiantes del UCEVA?

a. SI

b. NO