



Estudio de viabilidad del turismo en el municipio de Anorí Antioquia

Yeniffer Andrea García Granda

Ana Daniela Cárdenas Jaramillo

Sergio Stivens García Arias

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Antioquia – Choco – Sede Bello
Especialización en Gerencia de Proyectos
3 de mayo del 2022

Estudio de viabilidad del turismo en el municipio de Anorí Antioquia

Yeniffer Andrea García Granda
Ana Daniela Cárdenas Jaramillo
Sergio Stivens García Arias

Presentado como requisito para optar al título de Especializalistas en Gerencia de
Proyectos

Nelson Enrique Monsalve
Magister en Administración - MBA

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Antioquia – Choco – Sede Bello
Especialización en Gerencia de Proyectos
3 de mayo del 2022

Agradecimiento

Inicialmente queremos dedicar este trabajo a Dios que nos guía, nos da sabiduría y entendimiento para hacer realidad este sueño de ser unos Especialistas, crecer personal y profesionalmente. A nuestras familias porque siempre creyeron en nuestras capacidades, donde nos apoyaron de todas las formas, nunca dejaron de confiar en nosotros y que nos impulsaron a lograr este sueño tan anhelado. A los compañeros y profesores por los aprendizajes que generan en nosotros, por el conocimiento aportado por sus diversas profesiones, las enseñanzas durante este arduo camino, donde expresamos un gran aprecio por todo este tiempo que nos acompañaron sin parar, donde hoy solo que da la satisfacción y un agradecimiento inmenso por el apoyo que me brindaron. Por último, a la Universidad Corporación Universitaria Minuto de Dios por abrirnos las puertas para adquirir aprendizajes y experiencias.

Contenido

Introducción	9
1. Planteamiento del problem	11
2. Objetivos	13
2.1 Objetivo general.....	13
2.2 Objetivos específicos	13
3. Justificación	14
4. Marco Teorico.....	15
4.1 Que es un estudio de mercado	20
4.2 Metodologías para la recolección de la información	21
4.2.1 Fuente primaria	21
Investigación por comunicación	21
Investigación por observación.	22
Investigación experimental	23
4.2.2 Fuentes secundarias	23
4.3 Estudio administrativo y legal	24
5. Diseño Metodológico.....	26
5.1 Población encuestada y entrevistas.....	27
5.2 Fases del proceso	27
5.3 Análisis y tratamiento de datos	28

6. Resultados y discusiones.....	29
7. Conclusiones	42
Referencias.....	44

Listado de tablas

Tabla 1. Elementos utilizados para la elaboración del proyecto:.....	27
Tabla 2. Comparativo de precios del mercado.....	34
Tabla 3. Gastos recursos humanos y prestaciones de servicios	35
Tabla 4. Gastos recursos humanos.....	36
Tabla 5. Gastos infraestructura	36
Tabla 6. Gastos impuestos.	37
Tabla 7. Ingresos modelo financiero No. 1	37
Tabla 8. Ingresos modelo financiero No. 2.....	38
Tabla 9. Ingresos modelo financiero No. 3.....	38
Tabla 10. Resumen modelo financiero	39

Listado de anexos

- Anexo A. Graficas de resultado de la Encuesta de opinión publica
- Anexo B. Graficas de resultado conocedores de la zona
- Anexo C. Tres modelos financieros

Resumen

El municipio de Anorí hace parte del Departamento de Antioquia y actualmente es uno de los municipios más biodiversos de Colombia, por tal razón se pretende por medio de este trabajo

realizar un estudio que permita identificar la viabilidad del turismo en el municipio de Anorí, obteniendo información suficiente para la toma de decisiones frente a la ejecución del proyecto. teniendo en cuenta que es un municipio que ha sido considerado como uno de los municipios foco del postconflicto. Para cumplir este objetivo se implementará el modelo de investigación cuantitativo y cualitativo, ya que permite la recolección de información por medio de una encuesta cerrada como instrumento y, una entrevista abierta que complemente el análisis en especial del interés que existe en la comunidad de implementar el turismo en la zona y pueda considerarse como un atractivo turístico y potencial del departamento de Antioquia, como los municipios consolidados y categorizados como los mejores sectores turísticos; así encontrar su sostenibilidad en el tiempo que traiga consigo beneficios a la comunidad y a la población vulnerada directamente por la violencia.

Finalmente, el documento evidencia como existe la posibilidad de realizar una estrategia turística en el municipio que permite desarrollo económico y social; adicionalmente se identifica como el plan de desarrollo territorial prioriza el diseño de un proyecto enfocado al turismo.

Palabras claves. Biodiversidad, Desarrollo económico, Postconflicto, Turismo, Plan de desarrollo.

Abstract

The municipality of Anorí is part of the Department of Antioquia and is currently one of the most biodiverse municipalities in Colombia, for this reason it is intended through this work to carry out a market, administrative, legal and financial study that allows the identification of the viability of tourism in the municipality; taking into account that it is a municipality, it has been considered one of the focus municipalities of the post-conflict. To meet this objective, the quantitative and qualitative research model will be implemented, since it allows the collection of information through a closed survey as an instrument and an open interview that complements the analysis, especially of the interest that exists in the community to implement tourism in the area and can be expected as an attraction and tourist potential of the department of Antioquia, such as the consolidated municipalities and categorized as the best tourist sectors; Thus, find its sustainability in the time that it brings, obtain benefits for the community and the population directly affected by violence.

Finally, the document shows how there is the possibility of carrying out a tourism strategy in the municipality that allows economic and social development; In addition, it is identified how the territorial development plan prioritizes the design of a project focused on tourism.

Keywords. Biodiversity, Economic development, Post-conflict, Tourism, Development plan

Introducción

El siguiente trabajo de grado es presentado bajo la modalidad de monografía; articulando el aprendizaje adquirido durante el programa de la Especialización de Gerencia de Proyectos, mediante la metodología de la investigación, en el cual se ha venido trabajando desde el inicio del programa, donde nos permite contar con una comprensión más amplia y adquiriendo una experiencia desde este contexto de formación.

El trabajo se enfoca en el Municipio de Anorí Antioquia, ya que se evidencia un gran potencial turístico el cual no está siendo aprovechado por el departamento y la comunidad en general. Así mismo se pretende alcanzar nuestro objetivo general que Realizar un estudio que permita identificar la viabilidad del turismo en el municipio de Anorí, obteniendo información suficiente para la toma de decisiones frente a la ejecución del proyecto.

Se identificará a través de un estudio de mercado la oferta y la demanda del proyecto, además, se realizará un estudio administrativo, legal y financiero que identifique las necesidades, donde se pretende establecer la viabilidad del proyecto.

Así mismo este proyecto nos permite dejar en evidencia la viabilidad de que pueda considerarse un potencial a nivel turístico en el departamento, cambiando la perspectiva y el estigma social por causa del conflicto armado.

La metodología de investigación implementada es cuantitativa ya que se utiliza la recolección de información por medio de una encuesta cerrada como instrumento, permitiendo hacer un análisis de la oferta y la demanda; en especial el interés que existe en la comunidad de implementar el turismo en el municipio y que conocen actualmente de él esta encuesta permitió que 110 que conocían y que no conocían el municipio.; adicionalmente para ampliar la información, el análisis y conocimiento acerca del turismo en Anorí se diseñó una entrevista donde 6 de los personas que conocen el municipio y saben

de la implementación de programas en la zona teniendo acercamiento con el turismo dan más veracidad de la información.

Con respecto a las limitaciones se vuelve complejo obtener información de fuentes primarias dado que el municipio no cuenta con mucha extensión de investigación acerca de este tema, además, realizar el acercamiento con las personas que conocen el municipio resulta engorroso por los temas de tiempos en sus agendas.

Finalmente, este proceso de aprendizaje contribuye a un crecimiento personal y profesional, adquiriendo experiencia desde lo vivencial, pasando de una realidad académica a la realidad del municipio y sus hermosos paisajes ecoturísticos, con procesos sociales, culturales, políticos y económicos que brindan elementos de aprendizaje importantes y que con el ejercicio de análisis y escritura que demanda este trabajo también se logra enriquecer al municipio y aportar al desarrollo turístico, familiar y el desarrollo de las comunidades las cuales se van a ver beneficiadas.

1. Planteamiento del problema.

Anorí es un municipio que se encuentra a 4 horas de la Ciudad de Medellín, distancia considerable para ser un municipio que actualmente tiene una brecha para el interés turístico del departamento de Antioquia, pero que no quiere decir que no se puede convertir en un atractivo en un futuro en especial por su biodiversidad y cultura.

Es importante conocer que la secretaria de turismo de Antioquia, resalta unas cifras del crecimiento del turismo en el Departamento, donde el secretario de turismo Sergio Roldan afirma que para el año 2019 la ocupación hotelera fue del 63% y para el 2021 fue del 72% teniendo un crecimiento del 9% (Gobernación de Antioquia, 2022). (Gobernación de Antioquia , 2022)

Por otro lado, el movimiento de pasajeros por terminales en este mismo periodo llego a 804.847 viajeros, resaltando que el 2021 fue tiempo de pandemia y Roldan referencia en su entrevista que espera que para el 2022 tenga un crecimiento relevante.

El blog travelgrafia Pueblos de Antioquia resalta los 10 pueblos más visitados de Medellín : Jardín, San Rafael, Jericó, Guatapé, Támesis, Santa Fe de Antioquia, San Carlos, Urrao, Sonsón, San Pedro de los Milagros; donde se puede concluir que cuando se busca en internet estos son los municipios con mayor fluidez turística y que aparecen de primera mano; este proyecto se concentrara en estudiar la viabilidad de que un municipio como Anorí llegue hasta ese punto y por ejemplo no sea un limitante la distancia.

Para Jiménez (2021), Anorí aparece como municipio de sexta categoría, que contaba con presencia de actores armados y ocupando los primeros lugares en el país con minas antipersonales, convirtiéndose en parte de la geografía de la guerra y en 2016, fue uno de esos tantos municipios que comenzó a integrar lo que se podría llamar una geografía de la paz territorial, convirtiéndose en un espacio de capacitación y reincorporación para que los excombatientes hagan allí su proceso de tránsito a la vida civil, y también Anorí comienza a ser priorizado por los Planes de Desarrollo con Enfoque Territorial, de acuerdo al autor

“Pese a que en este municipio avanza la implementación del Acuerdo de Paz, aún no se logran construir relaciones sólidas de cooperación entre habitantes y excombatientes de las Farc, concluyó una investigación de maestría de la Universidad de Antioquia” Por todo lo anterior con este trabajo de grado se busca estudiar si es viable implementar el turismo en el municipio de Anorí, ya que se visualiza una gran biodiversidad en el sector y hermosos paisajes que pueden atraer a muchos turistas.

Finalmente, Anorí puede considerarse como un atractivo turístico y potencial del departamento de Antioquia, como los municipios consolidados y categorizados como los mejores sectores turísticos; así encontrar su sostenibilidad en el tiempo que traiga consigo beneficios a la comunidad y a la población vulnerada directamente por la violencia.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Realizar un estudio que permita identificar la viabilidad del turismo en el municipio de Anorí, obteniendo información suficiente para la toma de decisiones frente a la ejecución del proyecto.

2.2 Objetivos específicos

- Realizar un estudio administrativo y legal que identifique las necesidades del proyecto.
- Identificar a través del estudio de mercado la oferta y la demanda del proyecto.
- Establecer la viabilidad del proyecto mediante un estudio financiero.

3. Justificación.

Este proyecto se realiza con la intención de documentar un estudio que permita la identificación de la viabilidad del turismo en el municipio de Anorí, los principales beneficiados será la población Anoriseña.

La propuesta pretende realizar principalmente un estudio de mercado, legal, administrativo y financiero de Anorí como potencial turístico, partiendo de su economía, cultura, su historia y atractivos turísticos y ecológicos. Estas características anteriormente mencionadas darán cuenta de los criterios de la viabilidad turística del municipio.

La idea es que por medio del estudio de viabilidad se diseñe a futuro un modelo de negocio y este trabajo aporte conocimientos básicos de la posibilidad de implementar el turismo. Esta idea de visibilización del turismo permite que el municipio genere interés ante la población en general, considerando que actualmente es un municipio de territorio de paz, con un potencial turístico enfocado en la biodiversidad y emprendimientos que permiten dar valor agregado a la economía local.

4. Marco Teórico

El turismo se ha convertido en un motor potencial para el desarrollo económico de muchos países; para Orgaz, y Moral (2016), el turismo forma parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, siendo objeto de estudio en diversos destinos geográficos. Esta actividad económica opera como fuente de oportunidades para la modernización socioeconómica y cultural de un área geográfica, siendo el patrimonio un factor de cohesión social por las importantes sensibilidades a las que afecta. En consecuencia, son más frecuentes los modelos que giran en torno al desarrollo sostenible del turismo de un destino.

Colombia se ha convertido en un atractivo turístico debido a su biodiversidad, cultura, pero además su historia, un claro ejemplo de eso y podría ser una de las acciones más positivas que ha dejado el postconflicto es el aumento de turistas en Colombia, es que luego del acuerdo de paz firmado en 2016 se han generado nuevos espacios y escenarios del turismo y así lo resalta la revista Infobe (2021), donde mencionan la importancia de dinamizar la economía en las regiones y son los habitantes de las mismas que protagonizan el cambio. Son diferentes los lugares que estuvieron escondidos detrás de balas, las comunidades han sabido cómo comprometerse para emprender proyectos que le brindan al viajero experiencias memorables, llenas de aventura, naturaleza y cultura.

Es así como el artículo realiza un análisis de cómo Colombia puede generar estrategias de mercadeo que permitan hacer turismo dentro del país y es por eso que resalta desde los factores políticos, sociales, ambientales, entre otros. El turismo es una industria dinámica que permite movilizar personas por todo el mundo. Intervienen los entornos económico, social, cultural, ambiental e incluso tecnológico (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2019).

Con lo anterior se puede considerar que el turismo genera desarrollo en cada departamento del país donde principalmente se convierte en un factor económico que implica a toda la comunidad en especial en el comportamiento de la zona.

Actualmente Colombia tiene vigente la Ley 2068 de 2020 la cual tiene como objeto fomentar la sostenibilidad e implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, así como fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de la industria turística, a través de la creación de incentivos, el fortalecimiento de la calidad y la adopción de medidas para impulsar la transformación y las oportunidades del sector (Congreso de la República, 2020). (Congreso de la República , 2020)

Según lo señalado por Antioquia Informa (2021), en este departamento “actualmente existe una secretaria de turismo la cual fue creada mediante Ordenanza por la Asamblea Departamental...convirtiéndose en un potencial que tiene esta actividad en las nueve subregiones del departamento, las cuales ofrecen biodiversidad, tradiciones culturales, historia y una gran riqueza gastronómica”

Desde la página de la Gobernación de Antioquia, el secretario de turismo Sergio Roldan menciona los esfuerzos que están sumando desde la secretaria para posicionar el turismo en el departamento de Antioquia y sus 125 municipios. Resalta en la entrevista que Antioquia es un departamento biodiverso, de tesoros escondidos culturales, gastronómicos y de experiencia enriquecedoras donde se da a conocer todo el departamento visibilizando su destinos e iniciativas de los pobladores de cada municipio y sus regiones.

El secretario hace enfoque a la apuesta de promocionar el turismo a través de Antioquia experimental, proyecto que apunta al crecimiento y conocimiento de cada región y municipio del departamento, estableciendo rutas turísticas que sus pruebas pilotos se darán en el Oriente Antioqueño y el Magdalena medio. Es importante mencionar que por medio de este proyecto se podría tener una visibilización del Municipio objeto de estudio Anorí

Antioquia, donde se apunta el crecimiento del turismo por visitantes locales, colombianos y extranjeros. Además, desde el programa de turismo Antioquia es Mágica donde se busca posicionar los municipios de Antioquia como territorio turístico a nivel Nacional e Internacional, realizando alianzas con empresas públicas, privadas e implementando estrategias de marketing.

Antioquia cuenta con 9 subregiones y 125 municipios, los cuales fueron categorizados y priorizados con base en criterios técnicos para realizar la promoción e intervención turística por fases. En el 2020, se inició una primera fase con 25 municipios mágicos, actualmente son 36 y se espera que éstos aumenten progresivamente a medida que se trabaja de la mano con las Alcaldías municipales y entes aliados (Plataforma Turismo Antioquia, s.f)

Este trabajo pretende acercarse al municipio de Anorí y validar la viabilidad de implementar a futuro el turismo, aquí se realiza un contexto del municipio tomado del Plan de Desarrollo Territorial 2020-2023 Anorí, Hechos para el cambio:

Anorí se encuentra a una distancia de 181 kilómetros de la ciudad de Medellín, aproximadamente a cinco horas de recorrido en vehículo por la carretera que conduce al norte del departamento. El municipio limita con Cáceres, Taraza, Valdivia, Campamento, Yarumal, Guadalupe, Amalfi, Segovia y Zaragoza. En cuanto a las cifras del DANE para el año 2020 es de 19.104 habitantes de los cuales el 52.3% son hombres (9.992) y el 47.7% de mujeres (9.112). Del total de la población 8.335 habitan la zona Urbana y 10.769 en la zona rural.

Este plan también habla un poco de la historia de cómo surge el nombre y algunos elementos importantes en cuanto al desarrollo que ha tenido el municipio; su nombre surge del cacique Norí que moro en esta comarca durante años. El señor Juan de la Rosa Leonín Estrada fue quién descubrió la riqueza de sus tierras, donde explotó gran cantidad de oro. Con el paso de los años llegaron diversos colonos que formaron un caserío y gracias al sacerdote de la región fue nombrado “Real de Mijas de San Juan de Anorí en 1805”. El 25

de octubre de ese año el gobernador de la provincia de Antioquia don Francisco de Ayala concedió permiso para levantar una capilla. Por Decreto del 28 de febrero de 1.806 el obispo de Popayán Sr. Ángel Velarde y Bustamante creo una vice parroquia. El cura de Carolina, José María Euse. Solamente el 9 de diciembre de 1.822 por Decreto del obispo de Popayán Sr. Salvador Jiménez de Enciso se vino a crear la parroquia. El primitivo caserío, con una pésima ubicación fue movido a otro sitio y se trazó una nueva población tarea que estuvo encomendada a don Carlos Segismundo de Greiff, mientras Mr. Tyrrel Moore hizo los planos para el primer templo que reemplazo la capilla levantada entre los años de 1.805 y 1.806. En la década de 1.835 a 1.845 Anorí vivió una época de gran prosperidad cuando se explotaron minas de oro. Una de ellas fue la de Santa Ana, que, sin maquinaria adecuada, llevo a producir hasta 10 libras de oro al día. Pero tras esos años de bonanza vinieron otros de decadencias.

Con estas decadencias los Anoriseños regresaron a la agricultura y paso de ser un pueblo minero a convertirse en agrícola. Ya en la segunda década del presente siglo Anorí retorno a ser halagada por el oro cuando la "Colombian Corporation Limited", sociedad minera inglesa se estableció en la región para explotar la rica mina de la Constancia, también se trabajaron otras, como fue la de San Benigno. Pero después de varios años la Constancia fracaso y todos sus trabajadores fueron despedidos.

Actualmente y lo importante para este trabajo es que, gracias a recientes expediciones, Anorí al día de hoy se posiciona como uno de los municipios más Biodiversos de Colombia, pues en el año 2018 se descubrieron 19 nuevas especies para la ciencia, lo que demuestra su riqueza biodiversa en sus más de 50.00 Hectáreas de bosques que datan de la era pleistocena.

Finalmente, dentro de la misión del plan de desarrollo se pretende que el municipio de Anorí vele por la transparencia administrativa, inculcando en sus servidores la dignificación del servicio y fomentando el sentido de pertenencia por la institucionalidad, permitiendo así,

una administración de cara al ciudadano, desde acciones integrales de desarrollo social, económico, cultural, natural y político. Y como visión, pero no menos importante es que resaltan el crecimiento en el turismo, En el año 2032, Anorí será un municipio fortalecido en la participación ciudadana, desde el bienestar social y económico, a través, de la modernización administrativa, la planeación, la transparencia y la legalidad. Las oportunidades de empleo aumentarán mediante estrategias de emprendimiento, turismo y apoyo a las asociaciones y grupos de interés. Los niños y jóvenes disfrutarán de educación integral, tendremos total apertura a la cultura y el deporte con programas para todos los grupos poblacionales. La conectividad y el fortalecimiento de la infraestructura serán factores determinantes para el desarrollo del patrimonio natural y el sector agropecuario.

De acuerdo a Soy Turismo (2013), algunos destinos ecológicos del municipio son:

-Río Anorí. Es posible encontrar hermosas cascadas, piscinas naturales muy cerca al área urbana y es zona apta para la pesca deportiva de sabaleta. Allí, en julio se realiza el Festival de la Pesca.

-Minas de Oro.

Salto de Builes. Hermosa caída de agua considerada la mayor de las cascadas que va formando el río Anorí en su paso por el municipio.

Finalmente se expresa que si al estudiar este proyecto, se encuentra viabilidad al diseñar una estrategia turística ,se presentara como instrumento la metodología scrum , donde por medio del diseño de la estrategia se obtenga un modelo de negocio que genere ingresos económicos, aporte a la cadena productiva del municipio y visionar al Municipio como territorio de paz, de esta manera se espera que su biodiversidad, su naturaleza, sus avances educativos y emprendimientos sean valorados y reconocidos; en tal sentido Pries y Quigley (2010) esta metodología es adaptativa la cual se encarga de planear, gestionar, ejecutar de manera práctica un proyecto. Esta metodología debe estar integrada por un

equipo de trabajo el cual debe tener conocimiento del proyecto en general, esto incluyendo al cliente y sus involucrados

4.1 Que es un estudio de mercado.

Según la Universidad de Chile (2002) donde realizaron una guía para el estudio de mercado en la evaluación de proyectos se analizan todos los aspectos y variables como: la oferta, demanda, estrategias y en general todo lo que nos ofrece el mercado en la actualidad. También se validan los productos, precios, temas publicitarios iguales o similares a los que se enfoca el estudio. El estudio de mercado debe tener un enfoque desde el costo-beneficio.

Dentro de los principales objetivos que contiene el estudio de mercado, se tiene el análisis del mercado en lo que tiene que ver con la materia prima, equipos, herramientas, insumos, costos de almacenamiento y transporte, todos estos necesarios para la producción del bien y/o servicio.

Se identifican las empresas del entorno donde se va a distribuir y/o comercializar el producto y/o servicio, es decir, la competencia, esto con el fin de definir condiciones acordes al mercado.

Determinar los posibles consumidores del producto y/o servicio mediante un fraccionamiento previo del mercado.

Mediante la información recopilada durante este estudio prever el comportamiento a corto, media y largo plazo de la oferta y la demanda que se espera tener del producto y/o servicio analizado.

Definir la estrategia comercial más adecuada para el producto/o servicio sea acogió y se sostengan el mercado con el pasar del tiempo.

Establecer las características, condiciones, precios, cantidades que se proyectan según el mercado.

Como tal el estudio de mercado se compone de cinco aspectos:

- Definición del problema.
- Necesidades y fuentes de información.
- Diseño de recopilación y tratamiento estadístico de los datos.

- Procesamiento y análisis de los datos.
- Informe. (Orjuela, S. & Sandoval,P.2002)

4.2 Metodologías para la recolección de la información:

Para Orjuela.S & Sandoval (2002) hay dos fuentes de información, las primarias y las secundarias; estas fuentes se utilizan en cualquier tipo de estudio. Pueden ser empleadas de manera conjunta.

4.2.1 Fuente primaria.

La fuente primara tienen como objetivo principal crear datos primarios como: aspectos socioeconómicos, opiniones, preferencias, conocimiento, hábitos y motivación de los compradores. A continuación, se relacionan las tres metodologías de recolección de información por medio de fuentes primarias:

Investigación por comunicación: Esta permite la recopilación de la información descriptiva, rápidamente y a bajo costos. Se puede realizar mediante entrevistas personales o grupales, en esta se consulta por medio de preguntas o cuestionarios sobre experiencias, conocimientos, vivencias vividas acerca de un tema en particular, servicio o productos, con el fin de recopilar la información necesarias para procesarlo y tomar decisiones. Generalmente las entrevistas grupales se realizan con 8 a 12 personas.

Los cuestionarios por correo se emplean para recopilar bastante información a costo mínimo. Si bien este método es mejor acogido por el público entrevistado, genera cierta incertidumbre porque no se tiene un control claro de las personas que contestan las preguntas. Entrevista telefónica: Este método es el más eficiente para obtener información de manera inmediata. Con esta se perciben mejores resultados que con las entrevistas por correo.

El método de la investigación por internet se enfoca recolección de la información que reposa en la web tales como entrevistas, encuestas e información en general del producto y/o servicio objeto de estudio, pero el inconveniente que tiene es que no se centra en el total del público que se está investigando. Su principal beneficio es la

consecución rápida y la mano de la información requerida y un mínimo costo.
(Orjuela,S. & Sandoval, P.2002) P. 1

Investigación por observación. Esta consiste en recolectar información por medio de la observación a personas, situaciones y acciones. Es aplicada en estudios en los cuales las personas o público objetivo no quieren o por algunas circunstancias personales no brindan la información requerida. Esta metodología se compone de las siguientes técnicas de observación:

-Observación natural: Consiste en observar el comportamiento normal de las cosas y los seres humanos, tales como observar cuando una persona realiza sus compras cual es el comportamiento, aptitudes, emociones y reacciones. Este método permite obtener resultados muy precisos y cercanos a la realidad.

-Observación artificial: Se basa en el enfoque de un entorno artificial, en el cual se observa el comportamiento de las personas desenvolviéndose en este. La implementación de este método es costosa porque debe de crear un escenario artificial.

-Observación oculta y no oculta: La muestra se toma a las personas que son conscientes y no consciente del estudio que se les está practicando.

-Observación estructurada y no estructurada: La observación estructurada se emplea en investigaciones concluyentes. La persona que va realizar el estudio debe tener cada detalle claro y la manera de llevar a cabo las mediciones y registro de las mismas. Por otro lado, se tiene la observación no estructurada; esta se ajusta de manera correcta en situaciones imprevistas, es decir que aporten al estudio pero que no se tenían organizadas, se aplican principalmente en estudios de exploración.

-Observación directa e indirecta: En la observación directa se analizan los comportamientos, situaciones y cosas tal como son y como acontecen. Mientras que la indirecta, se relaciona con análisis de datos de los patrones que ya han ocurrido.

-Observación mecánica y humana: La observación mecánica consiste en usar medios como cámaras, celulares, entre otros equipos electrónicos para realizar el estudio. Este medio aumenta la precisión de los datos obtenidos. La humana la llevan a cabo personas estudiadas y con capacidades para observar y analizar por medio del oído, vista, entre otros.

Investigación experimental. Esta metodología es la más nueva de las tres mencionadas. Básicamente permite conseguir información a través de equipos o grupos de personas a las cuales se realizan distintos tratamientos, con el fin de obtener factores no relacionados entre sí. Entre sus características se encuentra el analizar y establecer entre varias variables las causas y efectos de las situaciones o casos que se están estudiando.

4.2.2 Fuentes secundarias:

Hace referencia a la información ya existente que resulta de utilidad para el análisis, investigación o estudio que se pretende llevar a cabo. Hay dos tipos de fuentes secundarias, están las internas y las externas.

-Fuentes secundarias internas: Es la información que a través del tiempo ha adquirido la propia empresa como bases de datos de los procesos, clientes, vivencias, personal técnico, sistemas de información de la compañía, entre otros.

-Fuentes secundarias externas: Son todas las fuentes de información externas a la empresa, es decir que son independientes a la operación de la compañía, estas aportan información valiosa para la investigación. Esta información se puede obtener de sitios web, publicaciones, entidades públicas y privadas, personas, revistas, libros, clientes, entre otros. Este tipo de fuente se caracteriza porque se obtienen datos de manera ágil y a bajo costo. (Orjuela,S. & Sandoval. P.2002) P. 13-14.

4.3 Estudio administrativo y legal.

Este estudio muestra la estructura administrativa de un proyecto, para la Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de ciencias económicas, cada proyecto debe determinar la estructura organizativa más adecuada a sus necesidades, además se deben definir los requerimientos de personal calificado para la gestión; adicionalmente, todos los requerimientos y procedimientos administrativos son influenciadas sobre la cuantía de inversiones y los costos del proyecto. Los sistemas y procedimientos contable-financieros, de información, de planificación y presupuesto, de personal, adquisiciones, crédito, cobranzas y muchos más van asociados con los costos específicos de operación. Este tipo de estudios se realizan de manera independiente para cada proyecto, donde se debe identificar también la estructura física, como funcionaria.

Finalmente, el estudio legal para la Universidad Nacional de Córdoba no es menos importante porque si bien éste no se determina de manera endógena al proyecto, como la organización y los procedimientos administrativos, influye indirectamente en ellos y, por ende, en los egresos del proyecto. Por ejemplo, algunas disposiciones legales pueden restringir la localización y obligar a mayores costos de transporte.

El estudio legal deja cada proceso claro en el marco de la ley, como la constitución de la empresa o Proyecto, permisos legales desde las administraciones municipales, formas de contratación entre otros. Los elementos que contienen estos estudios son la planeación estratégica la cual se compone de la misión, visión, objetivos, políticas, estrategias, valores, organigrama, planificación de los recursos humanos, marco legal y fiscal.

4.4. Estudio financiero

En este estudio, se organiza y sistematiza la información de carácter económico que se obtuvo de las etapas anteriores y se evalúan los diferentes antecedentes para determinar la rentabilidad y viabilidad financiera del proyecto.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar, analizar y ordenar todo lo relacionado con las inversiones, ingresos y costos que puedan extraerse de los estudios previos. Las inversiones de un proyecto se pueden clasificar en varios aspectos tales como: obras físicas, equipos, activos, oficinas, capital de trabajo, puesta en marcha, entre otros. También se deben tener en cuenta las inversiones adicionales que puedan surgir durante la vida útil del proyecto y el valor residual de dichas inversiones.

Los ingresos de operación del proyecto vienen de la cantidad de bienes y/o servicios a suministrar por este, la proyección de los precios en el tiempo y las condiciones determinadas en el estudio de mercado.

Los costos de operación se determinan con la información que se recopila en el estudio de mercado, que definirá el dimensionamiento físico y financiero del proyecto (UNC, s.f).

5. Diseño Metodológico.

Para optar por el título de Especialistas en Gerencia de Proyectos y cumplir con los requisitos, la línea de investigación institucional elegida es trabajo de grado, monografía con el fin de identificar mediante un estudio de mercado, administrativo, legal y financiero la viabilidad del proyecto objeto de estudio.

En este proyecto se aplicará la metodología de investigación de manera mixta, dado que se realizó una encuesta cerrada, adicionalmente se entrevistaron 6 personas conocedoras del territorio y del turismo en Anorí, con el fin de tener más información de lo que actualmente existe en el municipio y lo que piensan a futuro del mismo.

A continuación, se cita a Cerda (2014) quien describe la investigación cualitativa como un grupo de investigación no tradicional, se revela por medio de las propiedades de un objeto o de un fenómeno. La propiedad individualiza al objeto o al fenómeno por medio de una característica que le es exclusiva, mientras que la cualidad expresa un concepto global del objeto.

Según Alan y Cortes (2018) la investigación cuantitativa pretende establecer el grado de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados por medio de una muestra permite realizar inferencias causales a una población que explican por qué sucede o no determinado hecho o fenómeno.

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. De acuerdo a Hernández, et al (2010), el enfoque cualitativo, por lo común, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las

descripciones y las observaciones. Por lo regular, las preguntas e hipótesis surgen como parte del proceso de investigación y éste es flexible, y se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría. Su propósito consiste en “reconstruir” la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido. De acuerdo a los autores, los enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos constituyen rutas posibles para resolver problemas de investigación. Todos resultan igualmente valiosos y son, hasta ahora, los mejores para investigar y generar conocimientos.

5.1 Población encuestada y entrevistas.

Inicialmente se realizan 110 encuestas a potenciales visitantes del municipio específicamente personas que les gusta viajar por los pueblos de Antioquia y locales, adicionalmente para tener argumentos en el análisis se entrevistó a 6 personas con conocimientos en turismo en el territorio Anoriseño.

5.2 Fases del proceso

Con el fin de encontrar la viabilidad de un proyecto turístico en el municipio de Anorí el proceso se realizó con los siguientes elementos:

Tabla 1. Elementos utilizados para la elaboración del proyecto:

Fases		Contenido de la fase
1.	Recopilación de información bibliográfica.	- Identificación de la zona - Visita a la zona. - Entrevistas personajes del municipio.

2. Análisis de información
- Bases de datos con 110 potenciales visitantes y locales para el resultado del estudio de mercado.
 - 3 modelos financieros para encontrar la viabilidad proyecto.
-

Fuente: elaboración propia

5.3 Análisis y tratamiento de datos

Desde la ética profesional y durante el proceso de aprendizaje de la Especialización de Gerencia de Proyectos se respetan los componentes éticos que se encuentran implicados, y se resalta el principio de confidencialidad ya que la información obtenida durante todo el proceso se le respeta la privacidad a cada una de las personas que dio respuesta y solo serán utilizados con fines educativos ,académicos, sin generar daños a terceros; adicionalmente la información que brindan es completamente voluntaria ,no es falsa y además todo lo documentado se le coloca la respectiva bibliografía pertinente respetando los derechos de autor y la modalidad de normas es APA.

6. Resultados y discusiones

Para darle respuesta al estudio de mercado se identifica que el municipio de Anorí Antioquia celebra en la actualidad un contrato para el apoyo a la gestión y acompañamiento a la implementación del desarrollo con enfoque territorial y estrategias de promoción del turismo. Es de recalcar que el municipio de Anorí es un tesoro Biodiversos ya que cuenta con una extensión de fauna y flora que hacen del municipio un lugar exótico para visitar.

Se identifica que los planes de desarrollo tienen priorizado invertir en turismo desde la línea de desarrollo económico, actualmente cuenta con un proyecto enfocado al senderismo y la idea es que se formule e implemente proyectos productivos integrales tales como, ecoturismo, etnoturismo, agroturismo y turismo de aventura en el municipio de Anorí (Antioquia).



Fuente: Alcaldía de Anorí

Desde la secretaria de desarrollo comunitario, ambiental y Rural existe un enlace técnico encargado de los asuntos turísticos del municipio el cual es encargado de la construcción de un plan del turismo y convenios como el que tiene con EPM.

El público objetivo fue un grupo de 110 personas que les gusta viajar por el municipio de Antioquía pero no precisamente lo hacen de manera constante o conocen los municipios y personas locales del municipio que se verán beneficiadas ;a continuación se habla de los resultado de esta encuesta. Otro punto importante es que dentro de las 110 encuestas realizadas a posibles visitantes y locales se identificó que 62,7% conoce el municipio de Anorí Antioquia, bien sea porque lo han visitado o lo han escuchado mencionar dentro de los 125 municipios del departamento; mientras el 37,3% no conocen, ni han escuchado del municipio. Adicionalmente de las ofertas turísticas el 77,3% de la población no las conocía, es de anotar que el 76,6% considera que Anorí es un potencial turístico de Antioquia.

Un factor importante es que el 50% de la población encuestada considera que el postconflicto no es un factor que pueda afectar turísticamente al municipio, mientras que el otro 50% si considera que es un riesgo, debido a que les genera temor y la distancia de las ciudades principales, en su mayoría quienes lo consideran un riesgo no conocen el municipio.



Fuente: elaboración propia

A continuación, se plasma como piensan las personas y que a pesar del estigma que existe, temores, secuelas que dejó la guerra, adicionalmente como lo han mostrado los

medios de comunicación, existen personas que al responder la encuesta consideran que todo esto puede ser un potencial para el turismo:

Cómo en todos los lugares que cuentan con postconflicto, anoto también se puede afectar de manera negativa, sin embargo, también puede ser una herramienta que pueda ser utilizada para el atractivo turístico, desde las historias vivencias y recuperación luego de la guerra en Colombia”.

Visitante del municipio

Otro punto importante es que dentro de la investigación y ejecución de la encuesta el 93,6% considera que si se implementa una estrategia de turismo en la zona aportaría al desarrollo social y económico, generando nuevos empleos, nuevas formas de vivir que permitan beneficios y mejor calidad de vida de los habitantes.

Se debe potenciar inicialmente la entrada del municipio en cuanto a embellecimiento y publicidad de todas las riquezas turísticas que provee el municipio. Conservar mayormente sus lugares naturales como por ejemplo el lugar donde se encuentra la casa vieja entrando al pueblo que conserva unos Lagos a su alrededor. Prestar mayor importancia también a sus lugares hídricos como la serrana y el río. Crear conciencia en el Río Anorí ya que por la necesidad de tantas construcciones se ha venido descuidado extrayendo todo su material de suelo.

Visitante del municipio

En cuanto a la entrevista abierta que se a las hizo a las personas que conocen y han participado en procesos que permitirían implementar el turismo de Anorí, resaltan algunos lugares que son potencial: Chaquiral, Distrito de Manejo Integrado Cacica Noría- La Serrana, Reserva Arrierito Antioqueño, Casa de la Cultura, Iglesia, Sendero Los Pinos- hace parte del distrito, mirador vereda Santa Gertrudis. Iglesia Villa Fátima., Sendero ecoturístico la Serrana, Reserva natural de las aves, Charco la palma Río Anorí. Norizal, zona de producción de caña panelera, reserva la Forzosa., Río Anorí, las Minas de Oro y el Salto de Builes.

En la visita realizada por el grupo de trabajo al municipio de Anorí, se evidencio que no hay empresas que promuevan el turismo en este. Esta verificación se efectuó con el fin de analizar las condiciones del mercado, tales como ofertas turísticas, precios, infraestructura y competencia de las empresas. Se identifico que el turismo que se ofrece a los turistas los realiza personas del sector que no cuenta con una empresa constituida legalmente o personas que las apoya la administración municipal. Así las cosas, para correr y estructurar los modelos financieros de trabajo de grado, ser competitivos en el mercado, se investigaron las condiciones del mercado en otros municipios de Antioquia, como San Carlos y San Rafael, que tienen características turísticas, climáticas y geografías similares a las del municipio de Anorí.

El municipio de San Rafael está ubicado a 108 km desde el centro de la ciudad de Medellín, aproximadamente a 2 horas y 39 minutos, tiene abundantes fuentes de agua, quebradas y charcos.

El municipio de San Carlos está ubicado aproximadamente a 2 horas y 58 minutos desde el centro de la ciudad de Medellín, a 114 km, situado en el oriente antioqueño.

Al realizar la investigación se encontró la Empresa Eco Guías Colombia S.A.S., la cual presta los servicios de planes turísticos en los municipios de San Rafael y San Carlos.

Planes turísticos en San Rafael:

1. Auto cuidado: Consiste en una actividad de baño y limpieza con yerbas, sales y exfoliantes. Se realizan masajes.
2. Senderismo:
 - Caminata cascada el Churimo*: se realiza un recorrido a pie por senderos en el campo o montañas. Se visitan cascadas con caída de agua con 15 m de altura. Al sitio se llega en el transporte, la caminata es de aproximadamente 80 min de ida y regreso.
 - Caminatas cascadas la honda y cueva de morgan**: caminata de 8 km con visita a dos ríos y almuerzo incluido.
3. Birding: Consiste en el avistamiento de aves.

Cuentan con varias rutas. El recorrido se realiza en aproximadamente en 4 horas ida y regreso. Incluye hidratación y Snacks.

4. Producto local:

- Ruta del Café: Ruta donde se conoce el proceso del Café Cirpes, producto natural fabricado artesanalmente. Se realiza una caminata de 20 min.
- Ruta del chocolate: Ruta donde se conocerá el proceso del chocolate de la Abuela Mia, producto natural fabricado naturalmente.

5. Tubing: Práctica en un neumático o flotador que es arrastrado por la corriente del agua. La actividad dura 2 horas.

6. Canyoning: Consiste en el descenso de cañones y cascadas, mediante técnicas de escalada. El descenso dura aproximadamente 30 min.

7. Torrentismo: Practica de descenso en Rappel. La actividad tarda 2 horas para descender 75m.

Planes turísticos en San Carlos:

1. Hiking: Consiste en realizar un paseo a pie en una montaña, bosque o espacio natural.

- Cascada la chorrera***:

La caminata es de una hora y media. Al final de la caminata se puede nada en una cascada.

- Ruta los anillos****:

El recorrido se realiza por un sendero de bosque. Finalmente se podrá nadar pozas de agua

2. Tubing: Práctica en un neumático o flotador que es arrastrado por la corriente del agua.

El divertido paseo tiene una duración de 2 a 3 horas.

3. Pesca en lancha y visita a cascada: Pesca y avistamiento de fauna.

4. Canyoning: Consiste en el descenso de cañones y cascadas, mediante técnicas de escalada.

Tabla 2. Comparativo de precios del mercado

Ítems	Descripción	Eco Guías Colombia S.A.S. San Rafael	Eco Guías Colombia S.A.S. San Carlos	Turismo Anr
1	Senderismo para 2 personas.	\$ 120.000*	\$ 170.000***	\$ 110.000
2	Senderismo para 3 a 6 personas.	\$ 45.000 x persona*	\$ 60.000 x persona***	\$ 40.000 x persona
3	Senderismo para 6 o más personas.	\$ 40.000 x persona*	\$ 55.000 x persona***	\$ 30.000 x persona
4	Senderismo para 2 personas.	\$ 170.000**	\$ 170.000****	\$ 150.000
5	Senderismo para 3 a 6 personas.	\$ 70.000 x persona**	\$ 60.000 x persona****	\$ 50.000 x persona
6	Senderismo para 6 o más personas.	\$ 60.000 x persona**	\$ 55.000 x persona****	\$ 45.000 x persona
7	Avistamiento de aves para 2 personas.	\$ 100.000 x persona		\$ 85.000 x persona
8	Avistamiento de aves para 3 a 6 personas.	\$ 90.000 x persona		\$ 80.000 x persona
9	Avistamiento de aves para 6 o más personas.	\$ 85.000 x persona		\$ 70.000 x persona
10	Espejos de agua para 2 personas			\$ 40.000 x persona
11	Espejos de agua para 3 en adelante g			\$ 35.000 x persona
12	Pesca para 2 personas.		\$ 390.000	\$ 150.000 x persona
13	Pesca para 3 a 6 personas.		\$ 160.000 x persona	\$ 140.000 x persona
14	Pesca para 6 o más personas.		\$ 150.000 x persona	\$ 130.000 x persona
15	Turismo religioso			\$ 120.000 x persona

Fuente: Elaboración propia

Las propuestas turísticas tienen como público objetivo grupos familiares, personas de todas las edades, personas nacionales y extranjeras. Se realizará un enfoque especial en los estudiantes de instituciones de educación superior, con el fin de conseguir convenios con el estado que garanticen ingresos frecuentes y mantener equilibrio económico durante todo el proyecto. Por lo anterior, las encuestas se aplicaron a diferentes personas: adolescentes y adultos, diferentes clases sociales y niveles académicos.

Finalmente, en los resultados arrojados en las encuestas se evidencia que en promedio visitan al pueblo mensualmente entre 20 a 30 personas externas; según esto se presentan los siguientes resultados con respecto al estudio financiero:

Para hacer el análisis de los modelos financiero se tuvo en cuenta la posible estructuración requerida para llevar a cabo el proyecto entre ellas la estructura física, personal humano, impuestos, fuentes de financiación, materiales. Este estudio inicialmente se diseña para identificar las variables que nos lleven a determinar su viabilidad en un periodo de tres años, la inversión proyectada para este tiempo es de \$ 439,694.579 millones de pesos.

En la estructuración de los gastos se realizó un estudio minucioso de los elementos, equipos, infraestructura, recursos, impuestos, entre otros requeridos para ejecutar el proyecto. A continuación, se ilustran los costos de estos:

Tabla 3. Gastos recursos humanos y prestaciones de servicios.

Tabla 3. Gastos recursos humanos y prestaciones de servicios

GASTOS INICIALES	
Computadores (3)	\$ 4.500.000
Medio de comunicación (celulares) (5)	\$ 2.500.000
Medio de comunicación (radios teléfonos) (5)	\$ 680.000
Sillas (8)	\$ 1.000.000
Escritorios (4)	\$ 1.200.000
Diseño página web	\$ 1.000.000
Catálogo de productos	\$ 200.000
Propaganda y Publicidad	\$ 500.000
Total	\$ 11.580.000

Tabla 5. Gastos iniciales.

Fuente: Elaboración propia

Tal como se observa en la tabla No. 5, los gastos iniciales se componen de todo lo que tiene que ver con medios de comunicación, equipos y marketing.

Los siguientes costos se ejecutarán de manera gradual, es decir a medida que el proyecto avance.

Tabla 4. Gastos recursos humanos

GASTOS EN RECURSOS HUMANOS Y PRESTACIONES SOCIALES			
Años	1	2	3
Líder del proyecto (1)	\$ 21.600.000	\$ 22.896.000	\$ 24.192.000
Comercial (1)	\$ 14.400.000	\$ 15.264.000	\$ 24.192.000
Auxiliar administrativos (2)	\$ 21.804.624	\$ 23.112.901	\$ 24.192.000
Guías turísticos (3)	\$ 32.706.936	\$ 34.669.352	\$ 24.192.000
% Aportes Prestaciones Sociales	\$ 19.025.530	\$ 20.167.062	\$ 20.340.634
% vacaciones, cesantías, prima	\$ 18.853.558	\$ 19.984.771	\$ 20.156.774
% caja de compensación	\$ 1.810.231	\$ 1.918.845	\$ 1.935.360
Facturas electrónicas	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000
Capacitaciones del personal	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Total	\$ 131.600.879	\$ 139.412.932	\$ 140.600.768

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo de los costos anuales asociados en la tabla No 4, se proyectaron unos salarios para las personas que harían parte del proyecto. Para el líder del proyecto se estimó un salario mensual de \$.1800.000, al jefe comercial y logística \$ 1.200.000 y para los guías turísticos y auxiliares administrativos \$ 908.526. Adicionalmente se tienen en cuentas los aportes de prestaciones sociales (21,02%), vacaciones, cesantías, prima (de los tres anteriores el 20.83%) y caja de compensación, a los cuales tienen derecho los trabajadores (2%).

Tabla 5. Gastos infraestructura

GASTOS EN INFRAESTRUCTURA			
Años	1	2	3
Inmueble	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Servicios	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Total	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000

Fuente: Elaboración propia

Inicialmente se alquilará un inmueble en el municipio donde se prestará la atención a los turistas, teniendo presente los valores de los arriendos en el municipio, se estimó un valor mensual de \$ 250.000 y \$ 150.000 para servicios.

Tabla 6. Gastos impuestos.

GASTOS EN IIMPUESTOS			
Años	1	2	3
Industria y comercial	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Impuesto turístico	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Total	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000

Fuente: Elaboración propia

Dando cumplimiento a la ley colombiana, se proyectó un valor para los impuestos que deben cumplir las empresas que ofrecen turismo.

Para correr los 3 modelos financieros se tuvieron en cuenta los siguientes ingresos al proyecto:

Tabla 7. Ingresos modelo financiero No. 1

INGRESOS CON LA PROYECCION DEL MODELO FINANCIERO No. 1	
Cantidad turistas mes	10
Valor plan senderismo	\$ 41.000
# planes vendidos senderismo x 1 año	120
# planes vendidos senderismo x 3 años	360
Total, ingresos por plan senderismo	\$ 14.760.000
Valor plan avistamiento de aves	\$ 78.000
# planes vendidos avistamiento de aves x 1 año	120
# planes vendidos avistamiento de aves x 3 años	360
Total, ingreso por plan avistamiento de aves	\$ 28.080.000
Valor plan espejos de agua	\$ 37.500
# planes vendidos espejos de agua x 1 año	120
# planes vendidos espejos de agua x 3 años	360
Total, ingresos por plan espejos de agua	\$ 13.500.000
Valor plan pesca	\$ 140.000
# planes vendidos pesca x 1 año	120
# planes vendidos pesca x 3 años	360
Total, ingresos por plan pesca	\$ 50.400.000
Valor plan turismo religioso	\$ 120.000
# planes vendidos turismo religioso x 1 año	120
# planes vendidos turismo religioso x 3 años	360

Total, ingresos por turismo religioso	\$ 43.200.000
Total, ingresos	\$ 149.940.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8.Ingresos modelo financiero No. 2.

INGRESOS CON LA PROYECCION DEL MODELO FINANCIERO No. 2	
Cantidad turistas mes	30
Valor plan senderismo	\$ 41.000
# planes vendidos senderismo x 1 año	360
# planes vendidos senderismo x 3 años	1080
Total, ingresos por plan senderismo	\$ 44.280.000
Valor plan avistamiento de aves	\$ 78.000
# planes vendidos avistamiento de aves x 1 año	360
# planes vendidos avistamiento de aves x 3 años	1080
Total, ingreso por plan avistamiento de aves	\$ 84.240.000
Valor plan espejos de agua	\$ 37.500
# planes vendidos espejos de agua x 1 año	360
# planes vendidos espejos de agua x 3 años	1080
Total, ingresos por plan espejos de agua	\$ 40.500.000
Valor plan pesca	\$ 140.000
# planes vendidos pesca x 1 año	360
# planes vendidos pesca x 3 años	1080
Total, ingresos por plan pesca	\$ 151.200.000
Valor plan turismo religioso	\$ 120.000
# planes vendidos turismo religioso x 1 año	360
# planes vendidos turismo religioso x 3 años	1080
Total, ingresos por turismo religioso	\$ 129.600.000
Total, ingresos	\$ 449.820.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9.Ingresos modelo financiero No. 3

INGRESOS CON LA PROYECCION DEL MODELO FINANCIERO No. 3	
Cantidad turistas mes	50
Valor plan senderismo	\$ 41.000
# planes vendidos senderismo x 1 año	600
# planes vendidos senderismo x 3 años	1800
Total, ingresos por plan senderismo	\$ 73.800.000
Valor plan avistamiento de aves	\$ 78.000
# planes vendidos avistamiento de aves x 1 año	600

# planes vendidos avistamiento de aves x 3 años	1800
Total, ingreso por plan avistamiento de aves	\$ 140.400.000
Valor plan espejos de agua	\$ 37.500
# planes vendidos espejos de agua x 1 año	600
# planes vendidos espejos de agua x 3 años	1800
Total, ingresos por plan espejos de agua	\$ 67.500.000
Valor plan pesca	\$ 140.000
# planes vendidos pesca x 1 año	600
# planes vendidos pesca x 3 años	1800
Total, ingresos por plan pesca	\$ 252.000.000
Valor plan turismo religioso	\$ 120.000
# planes vendidos turismo religioso x 1 año	600
# planes vendidos turismo religioso x 3 años	1800
Total, ingresos por turismo religioso	\$ 216.000.000
Total, ingresos	\$ 749.700.000

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta los ingresos, gastos, depreciación de los equipos adquiridos, interés de los préstamos que se deben solicitar, se desarrollan los 3 modelos financieros y se obtiene el resultado:

Tabla 10. Resumen modelo financiero

Resumen modelos financieros			
Concepto	Modelo No. 1	Modelo No. 2	Modelo No. 3
Cantidad turistas mensual	10	30	50
Cantidad turistas anual	120	360	600
VPN (Valor Presente Neto) en 3 años	-\$ 264.677.308	-\$ 7.070.693	\$ 250.535.922

Fuente: Elaboración propia

Estos modelos consisten en comparar la inversión inicial vs la demanda que se tendría de acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas para el análisis de proyecto. En el modelo número 1 se proyectaron 10 turistas mensuales, donde se evidencia que con esta cantidad de personas no es viable, arrojando un Valor presente Neto (VPN) negativa.

La segunda estructura de modelo que se realiza proyectando 30 turistas mensuales, se aproxima a que el proyecto tenga un punto medio, donde no genera utilidades y sus pérdidas se buscar estrategias para llevarlas a punto 0.

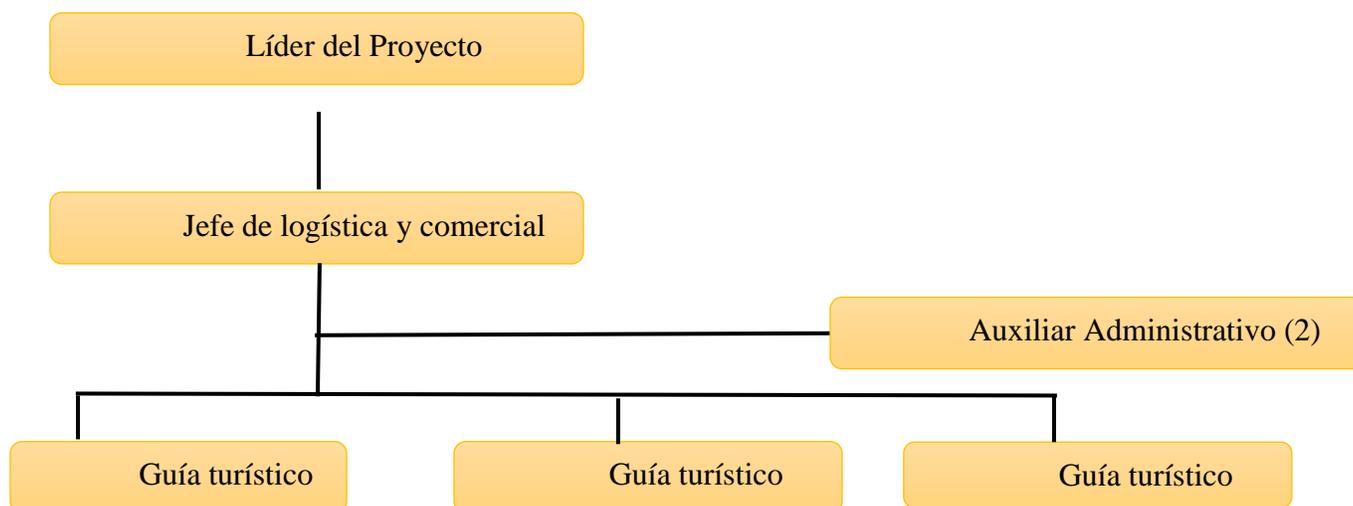
Por último, se tiene el escenario más óptimo o el esperado, donde se proyectan 50 turistas mensuales que, de cumplirse esta meta, sería un proyecto atractivo, dado que el

valor presente neto que nos arroja es llamativo para la administración municipal o inversores. Se anexa a detalle los tres modelos de estudios financieros.

Estos modelos consisten en comparar la inversión inicial vs la demanda que se tendría de acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas para el análisis de proyecto. En el modelo número 1 se proyectaron 10 turistas mensuales, donde se evidencia que con esta cantidad de personas no es viable, arrojando un Valor presente Neto (VPN) negativa.

La segunda estructura de modelo que se realiza proyectando 30 turistas mensuales, se aproxima a que el proyecto tenga un punto medio, donde no genera utilidades y sus pérdidas se buscar estrategias para llevarlas a punto 0; Adicional, se tiene el escenario más óptimo o el esperado, donde se proyectan 50 turistas mensuales que, de cumplirse esta meta, sería un proyecto atractivo, dado que el valor presente neto que nos arroja es llamativo para la administración municipal o inversores. Se anexa a detalle los tres modelos de estudios financieros.

Finalmente, en cuanto al análisis del estudio administrativo y legal se cuenta con la siguiente estructura organizacional:



Gráfica 1 Análisis del estudio administrativo y legal
Fuente: Elaboración propia

Este personal administrativo se cumplirá un rol en el Proyecto, como se define a continuación:

Líder del Proyecto: esta persona es la encargada de realizar y compartir informes correspondientes al proyecto, identificar problemas, novedades y situaciones que hayan enfrentado en el día a día los integrantes del equipo, además, de comunicar cambios que se realizan antes, durante y después del proyecto, divulgar planes para identificar y distribuir roles faltantes, tareas, mejoras continuas, planes de acción, realizar retroalimentación continua a los integrantes y clientes. Por otro lado, es el líder de gestionar las finanzas, alianzas, la gestión del cambio, cumplir con los objetivos y mantener el flujo del proyecto.

Jefe de logística y comercial: se encarga de dirigir los procesos, actividades, apoyar reuniones diarias, semanales, mensuales, con el equipo de trabajo y clientes, además de ser un apoyo para el gerente de proyectos para identificar debilidades, oportunidades de mejora, acciones correctivas, optimizar los procesos logísticos, adoptar medidas de control, supervisión de los procesos para una ejecución eficiente del proyecto.

Equipo de desarrollador: está conformado por dos auxiliares administrativos, tres guías turísticos. Son los encargados de darle marcha al proyecto, autogestionando los procesos, compromisos y actividades con el fin de alcanzar los objetivos planteados, además, de perfeccionar el proceso, adaptarse a las necesidades concretas, asistir a las reuniones programadas, potencializar las mejoras continuas. Importante el cumplimiento de tareas trazadas para llevar a cabo la ejecución del Proyecto.

Se estudiaron las leyes y normas colombianas que acogen el Turismo en Colombia, identificando que es viable regirnos y operar en el territorio Nacional, cumpliendo con todos los estándares legales para llevar a cabo el proyecto objeto de estudio.

7. Conclusiones

De acuerdo a los estudios realizados el proyecto sería viable económicamente si se logra cumplir como mínimo con 50 turistas mensuales. El crecimiento de la población juega un papel importante por la demanda turística del municipio de Anorí y el desarrollo y crecimiento social que puede aportar al municipio.

Se recomienda que este proyecto sea presentado inicialmente a la alcaldía municipal como aporte al plan de desarrollo que impulse el programa turístico dentro del municipio, lo cual permitiría avanzar con la estrategia turística que al día de hoy tienen.

Iniciar el proyecto con una población objeto donde se pueda crear conciencia ambiental, sensibilizar hacia la conservación del medio que nos rodea y el desarrollo sostenible, con un interés de visibilizar el municipio de Anorí por medio de recorridos que permitan apreciar la belleza paisajística, biológica, además de crear conexión con la naturaleza.

La poca conciencia por la conservación del patrimonio Ambiental en la población Anoriseña y la falta de educación e investigación hacen que se pierda interés en el potencial biológico que representa Anorí para el mundo. La deforestación, la minería ilegal, etc., trae como consecuencia grandes problemas ambientales para las administraciones locales ya que son ellas quienes heredan los grandes pasivos luego de la degradación de las fuentes biológicas y ambientales.

Se puede concluir que este estudio contribuirá a la riqueza social en el municipio y sus alrededores, aumentando y generando nuevas dinámicas a nivel social, cultural y económico.

Se cumplieron los objetivos propuestos, los cuales nos permitieron determinar la viabilidad del proyecto, ampliar la información y el análisis para determinar el proyecto. Además, se identifica que a pesar que el tema del postconflicto puede ser una limitación, se ha evidenciado que las personas tienen claridad que, a pesar de ser un municipio activo del postconflicto, el municipio tiene riqueza biodiversa que le permite conseguir a futuro un posicionamiento turístico a nivel nacional y local.

El turismo es una actividad que forma parte del crecimiento económico de una población, en este caso permite visibilizarse el municipio de Anorí y convertirse en un proyecto viable, partiendo de la generación de empleo y crecimiento económico, de manera tal que llegue a considerarse como un potencial del turismo en el Departamento ya que su belleza natural y biodiversidad entre muchos otros aspectos, pueden marcar la diferencia entre otras poblaciones activas turísticamente en el territorio.

Dentro de los objetivos trazados en el estudio de viabilidad en el municipio de Anorí, se puede concluir que es un proyecto que permite contemplar dentro de las investigaciones del plan Gobierno del municipio, para llevar a cabo satisfactoriamente programas de turismo a la zona y convirtiéndolo en un potencial para la población y disfrute de actividades para visitantes.

Referencias

- Alan, N., & Cortéz, S. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Ediciones UTMACH, ISBN: 978-9942-24-093-4:
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>.
- Antioquia Informa . (12 de Agosto de 2021). *Nueva Secretaría de Turismo*.
<https://antioquiainforma.com/nueva-secretaria-de-turismo/>. Obtenido de
<https://es.wikipedia.org/wiki/Anorí>
- Ardila, R. (2003). *Calidad de vida: una definición integradora* . Revista Latinoamericana de Psicología: Recuperado de:
http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/love/Gestion_12P/80535203_calidad_de_vida_conceptos_redalyc.pdf.
- Cerda, H. (2014). *Los elementos de la investigación* . Bogotá, Editorial el Buho Ltda. :
<https://es.scribd.com/doc/235794278/Cerda-Hugo-Los-Elementos-de-La-Investigacion-PDF>.
- Ecoguias guías Colombias.(2022) oferta turística. San Rafael:
<https://ecoguiascolombia.com/>
- Congreso de la República . (2020). *Ley 2068. Por el cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones*.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=172558#:~:text=La%20presente%20ley%20tiene%20por%20objeto%20fomentar%20la%20sostenibilidad%20e,tur%C3%ADstica%2C%20a%20trav%C3%A9s%20de%20la>.
 Obtenido de [https://www.ecured.cu/Anorí_\(Colombia\)](https://www.ecured.cu/Anorí_(Colombia))
- Gobernación de Antioquia . (2022). *La temporada de vacaciones de 2021ceró con cifras positivas para el turismo en Antioquia* .
<https://www.antioquia.gov.co/component/k2/16021-la-temporada-de-vacaciones-de-2021-cerro-con-cifras-positivas-para-el-turismo-en-antioquiahttps://www.antioquia.gov.co/component/k2/16021-la-temporada-de-vacaciones-de-2021-cerro-con-cifras-positivas-para-el>.
- Hernández, S., Fernández , C., & Baptista , L. (2010). *Metodología de la Investigación* . McGraw-Hill Interamericana: <https://nodo.ugto.mx/wp-content/uploads/2017/03/Metodologia-de-la-Investigacion.pdf>

Grupo EPM (2018) Guía metodológica investigación de mercados. Empresas varias de Medellín,

Infobe. (2021). *Los mejores destinos de turismo de posconflicto en Colombia: paraísos para el mundo después de la guerra*. Son varios los lugares de Colombia que han encontrado en el turismo una herramienta de resocialización, reconciliación y resurgimiento de nuevas economías:

<https://www.infobae.com/america/colombia/2021/07/05/los-mejores-destinos-de-turismo-de-posconflicto-en-colombia-paraisos-para-el-mundo-despues-de-la-guerra/>.

Jiménez , G. (2021). *Anorí, un laboratorio de paz y reconfiguración social*.

<https://hacemosmemoria.org/2021/05/24/anori-un-laboratorio-de-paz-y-reconfiguracion-social/>.

Max-Neef, M., & et. al. (1986). *Desarrollo a Escala Humana una opción para el futuro versión* . Fundacion Dag Hammarskjold: Recuperado

de:http://www.daghammarskjold.se/wp-content/uploads/1986/08/86_especial.pdf.

Merino, S. (2018). *Investigación de Mercados I. La investigación de mercado en la empresa*

https://eprints.ucm.es/id/eprint/11230/1/La_Investigaci%C3%B3n_de_Mercados_en_la_Empresa.pdf.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2020). *¡En 2019 el turismo en Colombia rompió récords!* <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2019-el-turismo-en-colombia-rompio-records>.

Orgaz , F., & Moral , C. (2016). *El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso*.

<https://www.redalyc.org/journal/1934/193449985009/html/>.

Orjuela,S. & Sandoval,P.(2002)Guia del estudio de mercado para la evaluación de proyectos.(seminario para optar por el título de ingeniera comercial) Universidad de Chile.

Pries, K., & Quigley, J. (2010). *Gestión de proyectos*.

Soy Turismo. (2013). *Turismo en Anorí Antioquia*.

<https://soyturismo.wordpress.com/2013/08/24/turismo-en-anori-antioquia/>.

Turmos Antioquia . (s.f). *Plataforma oficial de turismo de Antioquia*.

<https://turismoantioquia.travel/antioquia-es-magica/>.

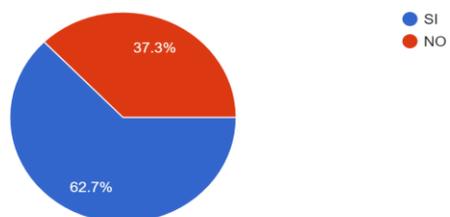
Universidad Nacional de Córdoba. (s.f). *El estudio organizacional-administrativo-legal*.
<https://feptgu.eco.catedras.unc.edu.ar/unidad-2/estudios-de-prefactibilidad/el-estudio-organizacional-administrativo-legal/>.

Anexos

Anexo A. Graficas encuesta pública

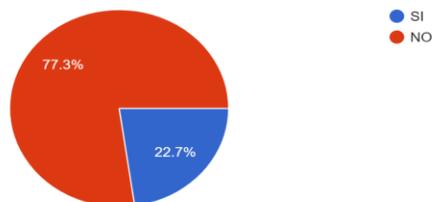
¿Conoce el municipio de Anorí Antioquia?

110 respuestas



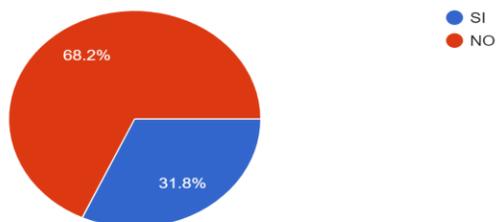
¿Conoce las ofertas turísticas que tiene Anorí actualmente?

110 respuestas



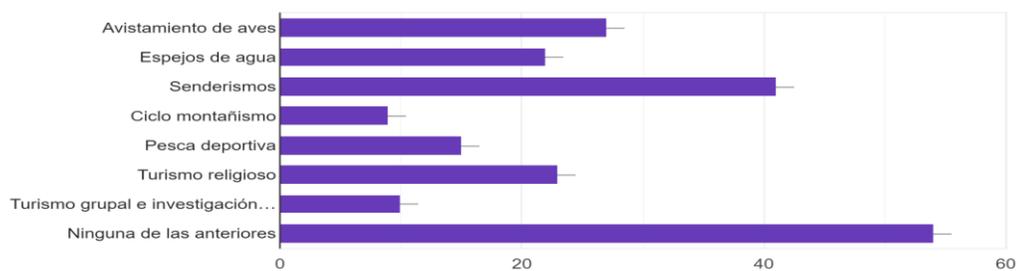
¿Ha realizado turismo en la zona?

110 respuestas



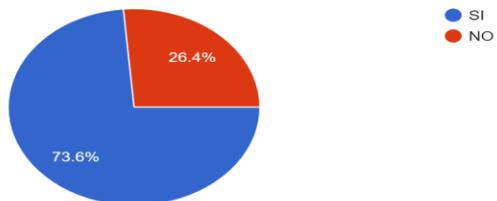
¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos conoce?

110 respuestas



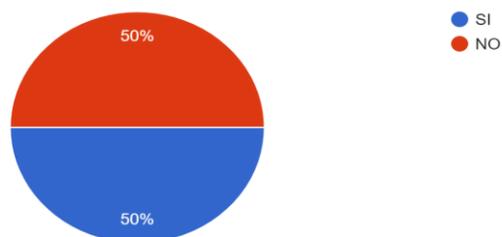
¿Considera que Anorí es un potencial turístico de Antioquia?

110 respuestas



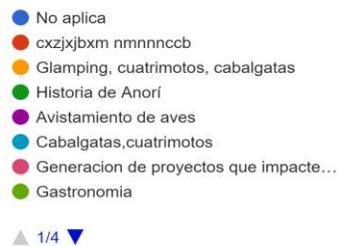
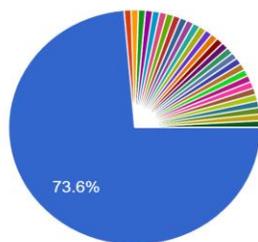
¿Crees que el postconflicto es un factor que pueda afectar turísticamente el municipio de Anorí?

110 respuestas



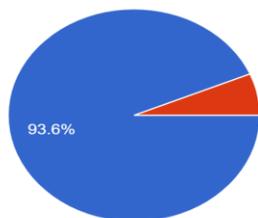
¿Qué otro atractivo turístico en el municipio ve viable?

110 respuestas



Cree usted que si se implementa una estrategia turística aportaría al desarrollo social y económico del Municipio?

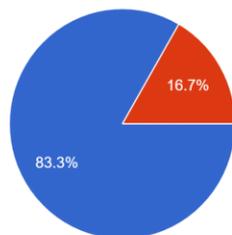
110 respuestas



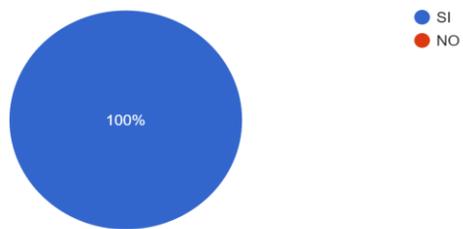
Anexo B. Entrevista conoedores de la zona

¿Actualmente existe un programa o un plan que se relacione con el turismo en Anorí?

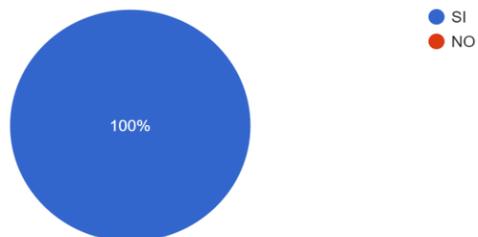
6 respuestas



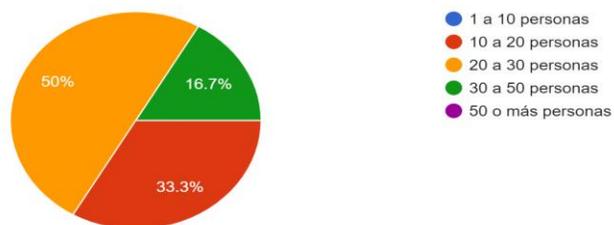
¿Conoce los atractivos turísticos que tiene actualmente el municipio?
6 respuestas



¿Cree usted que el municipio de Anorí puede crecer turísticamente?
6 respuestas



¿En promedio cuántas personas visitan el municipio mensualmente?
6 respuestas



Anexo C. Modelos financieros - # 1

Estado de resultados					
	Periodos	0	1	2	3
(+)	Ventas totales	\$ -	\$ 49.980.000	\$ 49.980.000	\$ 49.980.000
(-)	Costo de mercancía vendida - Mano de obra directa - Facturas electrónicas - Capacitaciones	\$ -	-\$ 131.600.879	-\$ 139.412.932	-\$ 140.600.768
(-)	Insumos	\$ 9.880.000	\$ -	\$ -	\$ -
(-)	Depreciaciones	\$ -	-\$ 7.645.000	-\$ 5.473.333	-\$ 3.301.667
(=)	Utilidad bruta	-\$ 9.880.000	-\$ 89.265.879	-\$ 94.906.265	-\$ 93.922.435
(-)	Gastos de administración - Gastos de oficina administrativa - Servicios públicos	\$ -	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000
(-)	Gastos de ventas - Publicidad	\$ 1.700.000	\$ -	\$ -	\$ -
(=)	Utilidad de operación	-\$ 1.700.000	-\$ 4.800.000	-\$ 4.800.000	-\$ 4.800.000
(-)	Gastos financieros - Intereses	\$ -	\$ 2.362.563	\$ 1.586.742	\$ 615.317
(=)	Utilidad antes de impuestos	\$ -	-\$ 2.362.563	-\$ 1.586.742	-\$ 615.317
(-)	Impuesto: - Industria y comercio - Turismo	\$ -	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000
(=)	Utilidad Neta	-\$ 11.580.000	-\$ 96.428.442	-\$ 101.293.007	-\$ 99.337.752
(+)	Depreciaciones	\$ -	\$ 7.645.000	\$ 5.473.333	\$ 3.301.667
(-)	Ventas a crédito	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+)	Diferencia Impuesto (Impuesto causado - Impuesto pagado)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-)	Abonos a capital del crédito	\$ -	-\$ 4.055.644	-\$ 4.831.466	-\$ 5.802.890
(=)	Flujo de caja	-\$ 11.580.000	-\$ 92.839.086	-\$ 100.651.139	-\$ 101.838.975
FLUJO DE INVERSIÓN					
(+)	Préstamo	\$ 14.690.000	\$ -	\$ -	\$ -
(-)	Inversiones fijas	-\$ 9.880.000	-\$ 1.200.000	-\$ 1.200.000	-\$ 1.200.000
(-)	Inversiones diferidas	-\$ 3.100.000	\$ -	-\$ 1.000.000	-\$ 1.000.000

Flujo del proyecto	-\$ 11.580.000	-\$ 92.839.086	-\$ 100.651.139	-\$ 101.838.975
---------------------------	-----------------------	-----------------------	------------------------	------------------------

VPN (Valor Presente Neto)	-\$ 264.677.308
----------------------------------	------------------------

Anexo C. Modelos financieros - # 2

Estado de resultados					
	Periodos	0	1	2	3
(+)	Ventas totales	\$ -	\$ 149.940.000	\$ 149.940.000	\$ 149.940.000
(-)	Costo de mercancía vendida - Mano de obra directa - Facturas electrónicas - Capacitaciones	\$ -	-\$ 131.600.879	-\$ 139.412.932	-\$ 140.600.768
(-)	Insumos	\$ 9.880.000	\$ -	\$ -	\$ -
(-)	Depreciaciones	\$ -	-\$ 7.645.000	-\$ 5.473.333	-\$ 3.301.667
(=)	Utilidad bruta	-\$ 9.880.000	\$ 10.694.121	\$ 5.053.735	\$ 6.037.565
(-)	Gastos de administración Gastos de oficina administrativa Servicios públicos	\$ -	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000
(-)	Gastos de ventas - Publicidad	\$ 1.700.000	\$ -	\$ -	\$ -
(=)	Utilidad de operación	-\$ 1.700.000	-\$ 4.800.000	-\$ 4.800.000	-\$ 4.800.000
(-)	Gastos financieros - Intereses	\$ -	\$ 2.362.563	\$ 1.586.742	\$ 615.317
(=)	Utilidad antes de impuestos	\$ -	-\$ 2.362.563	-\$ 1.586.742	-\$ 615.317
(-)	Impuesto: - Industria y comercio - Turismo	\$ -	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000
(=)	Utilidad Neta	-\$ 11.580.000	\$ 3.531.558	-\$ 1.333.007	\$ 622.248
(+)	Depreciaciones	\$ -	\$ 7.645.000	\$ 5.473.333	\$ 3.301.667
(-)	Ventas a crédito	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+)	Diferencia Impuesto (Impuesto causado - Impuesto pagado)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-)	Abonos a capital del crédito	\$ -	-\$ 4.055.644	-\$ 4.831.466	-\$ 5.802.890
(=)	Flujo de caja	-\$ 11.580.000	\$ 7.120.914	-\$ 691.139	-\$ 1.878.975
FLUJO DE INVERSIÓN					
(+)	Préstamo	\$ 14.690.000	\$ -	\$ -	\$ -
(-)	Inversiones fijas	-\$ 9.880.000	-\$ 1.200.000	-\$ 1.200.000	-\$ 1.200.000
(-)	Inversiones diferidas	-\$ 3.100.000	\$ -	-\$ 1.000.000	-\$ 1.000.000

Flujo del proyecto	-\$ 11.580.000	\$ 7.120.914	-\$ 691.139	-\$ 1.878.975
---------------------------	-----------------------	---------------------	--------------------	----------------------

VPN (Valor Presente Neto)	-\$ 7.070.693
----------------------------------	----------------------

Anexo C. Modelos financieros - # 3

Estado de resultados					
	Periodos	0	1	2	3
(+)	Ventas totales	\$ -	\$ 249.900.000	\$ 249.900.000	\$ 249.900.000
(-)	Costo de mercancía vendida - Mano de obra directa - Facturas electrónicas - Capacitaciones	\$ -	-\$ 131.600.879	-\$ 139.412.932	-\$ 140.600.768
(-)	Insumos	\$ 9.880.000	\$ -	\$ -	\$ -
(-)	Depreciaciones	\$ -	-\$ 7.645.000	-\$ 5.473.333	-\$ 3.301.667
(=)	Utilidad bruta	-\$ 9.880.000	\$ 110.654.121	\$ 105.013.735	\$ 105.997.565
(-)	Gastos de administración Gastos de oficina administrativa Servicios públicos	\$ -	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000
(-)	Gastos de ventas - Publicidad	\$ 1.700.000	\$ -	\$ -	\$ -
(=)	Utilidad de operación	-\$ 1.700.000	-\$ 4.800.000	-\$ 4.800.000	-\$ 4.800.000
(-)	Gastos financieros - Intereses	\$ -	\$ 2.362.563	\$ 1.586.742	\$ 615.317
(=)	Utilidad antes de impuestos	\$ -	-\$ 2.362.563	-\$ 1.586.742	-\$ 615.317
(-)	Impuesto: - Industria y comercio - Turismo	\$ -	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000
(=)	Utilidad Neta	-\$ 11.580.000	\$ 103.491.558	\$ 98.626.993	\$ 100.582.248
(+)	Depreciaciones	\$ -	\$ 7.645.000	\$ 5.473.333	\$ 3.301.667
(-)	Ventas a crédito	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+)	Diferencia Impuesto (Impuesto causado - Impuesto pagado)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-)	Abonos a capital del crédito	\$ -	-\$ 4.055.644	-\$ 4.831.466	-\$ 5.802.890
(=)	Flujo de caja	-\$ 11.580.000	\$ 107.080.914	\$ 99.268.861	\$ 98.081.025
FLUJO DE INVERSIÓN					
(+)	Préstamo	\$ 14.690.000	\$ -	\$ -	\$ -
(-)	Inversiones fijas	-\$ 9.880.000	-\$ 1.200.000	-\$ 1.200.000	-\$ 1.200.000
(-)	Inversiones diferidas	-\$ 3.100.000	\$ -	-\$ 1.000.000	-\$ 1.000.000

Flujo del proyecto	-\$ 11.580.000	\$ 107.080.914	\$ 99.268.861	\$ 98.081.025
---------------------------	-----------------------	-----------------------	----------------------	----------------------

VPN (Valor Presente Neto)	\$ 250.535.922
----------------------------------	-----------------------