

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICARA A OFERTAR PAQUETES TURÍSTICOS EN LA CIUDAD DE MELGAR-TOLIMA.

Autores:

Yuly Vanessa Rivera Urbina

ID: 437022

Tania Yulieth Capera Rodríguez

ID: 421993

Henry Flor Cortes

ID: 229045

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Facultad de Ciencias Empresariales

Administración de Empresas

Girardot- Cundinamarca

2018

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE
DEDICARA A OFERTAR PAQUETES TURÍSTICOS EN LA CIUDAD DE MELGAR-
TOLIMA**

Autores:

Yuly Vanessa Rivera Urbina

ID: 437022

Tania Yulieth Capera Rodríguez

ID: 421993

Henry Flor Cortes

ID: 229045

Trabajo de grado para obtener el Título de Administrador de Empresas

Asesor:

Alexander Beltrán Echeverry

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Facultad de Ciencias Empresariales

Administración De Empresas

Girardot- Cundinamarca

2018

DEDICATORIA

Primeramente dedico este proyecto a dios por iluminarme, protegerme y bendecir en cada paso dado en la investigación, a mis padres y esposo por permitirme acceder a la educación y brindarme su amor, confianza y bendición, a mis hermanos por su apoyo incondicional en este proceso, a nuestros docente de formación por su conocimiento y enseñanza aportada durante la carrera, en especial a los docentes Alexander Beltrán ,Ángel Muñoz, Manuel Forero, Luis Rojas y Virginia Manjares, a todos mis compañeros de carrera que aportaron su conocimiento, a mi Universidad Minuto de Dios y a cada persona indirectamente que contribuyo al desarrollo de esta investigación.

Yuly Vanessa Rivera Urbina

Dedico este trabajo principalmente a Dios por haberme dado la vida y salud para lograr mis objetivos, además de permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre, por ser el pilar más importante y demostrarme siempre su cariño y su apoyo incondicional, así como sus consejos, sus valores y por su motivación constante. A mi padre, a pesar de la distancia física siento que está siempre conmigo, me ha enseñado atreves de su perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, el valor de salir adelante. A mis hermanos por su constate apoyo y demostrándome que siempre han estado hay para mí. A mi novio por su constante apoyo estimulo incondicional. A mis profesores, gracias por su tiempo, por la sabiduría que me transmitieron en lo largo de mi formación profesional.

Tania Yulieth Capera Rodríguez

Dedico este trabajo principalmente a Dios por haberme dado la vida y salud para lograr mis objetivos, además por permitirme avanzar en cada proceso durante mi formación profesional. A mi familia, por ser el pilar más importante y demostrarme siempre su apoyo incondicional, sus consejos y motivación constante. A mis compañeros de carrera por transmitirme su apoyo y sabiduría, a mis compañeras de investigación por guiarme en cada proceso y avance en la investigación, a mis profesores, gracias por su tiempo, por la sabiduría que me transmitieron en lo largo de mi formación profesional.

Henry Flor Cortes

Nota de aceptación

Diego Hernando Cifuentes Bedoya

Luis Alberto Rojas Farfán

Federico José Jiménez Varón

Girardot, 2018

INDICE GENERAL

RESUMEN	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN	14
1. TITULO DEL PROYECTO: Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se dedicará a la promoción y venta de paquetes turísticos en la ciudad de Melgar-Tolima.	16
1.1. Planteamiento del problema	16
1.2. ¿Qué tan factible sería la creación de una empresa dedicada a la promoción y venta de paquetes turísticos en la ciudad de Melgar-Tolima?	17
2. JUSTIFICACIÓN	18
3. OBJETIVOS	20
3.1. Objetivo General	20
3.2. Objetivos Específicos	20
4. MARCO REFERENCIAL.....	21
4.1. Marco contextual	21
4.1.1. Ubicación Territorio	21
4.2. Análisis Demográfico	22
5. MARCO TEÓRICO.....	23
6. MARCO CONCEPTUAL	25
7. MARCO LEGAL.....	27
7.1. Leyes	27
7.1.1. LEY 1558 DE 2012	27
Artículo 5°	27
7.2. Resoluciones	27
Resolución 3860 de 2015	27
7.3. Decretos	28
Decreto 297 de 2016	28
Decreto 355 de 2017	28
8. ESTADO DEL ARTE.....	29
9. MARCO METODOLÓGICO.....	31
9.1. Tipo Investigación	31

9.1.1. Fuentes Primarias	32
9.1.2. Fuentes Secundarias	32
9.2. Muestra	32
10. ESTUDIO DE MERCADO	34
10.2. Plan de marketing.....	35
10.2.1. Análisis del mercado	35
10.2.2. Mercado objetivo	35
10.2.3. MATRIZ DOFA	37
10.3. Definición del producto o servicio.....	38
10.3.2. Porfolio de productos.....	47
10.3.2.1. Plan ecomelgar	47
10.3.2.2. Plan aventúrate	48
10.3.2.3. Plan al extremo	49
10.3.2.4. Plan Ecoavextur	50
11. ESTUDIO TÉCNICO	51
11.1. Macro localización	51
11.1.1. Micro localización	52
11.2. Necesidades y requerimientos	52
11.3. Descripción del proceso	53
11.3.1. Árbol de procesos	55
12. Estudio Administrativo	56
12.1. Plataforma estratégica	56
12.1.1. Misión	56
12.1.2. Visión	56
12.1.3. Valores	57
12.1.4. Objetivo de la empresa	57
12.2. Propuesta y diseño de la Empresa.....	57
12.2.1. Marca	57
12.2.2. Logo	58
12.2.3. Slogan	58
12.3. Organigrama	58

12.3.1. Descripción de las funciones	59
12.3.1.1. Gerente	59
12.3.1.2. Auxiliar administrativo	59
12.3.1.3. Auxiliar ventas	60
12.3.1.4. Guía turístico	60
13. ESTUDIO FINANCIERO	61
13.1. Infraestructura	61
13.1.1. Gastos administrativos	61
CONCLUSIONES	71
RECOMENDACIONES	72
BIBLIOGRAFÍA	73
ANEXOS.	74

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Matriz DOFA.....	38
Tabla 2. Infraestructura.....	61
Tabla 3. Gastos administrativos.....	61
Tabla 4. Costos fijos.....	62
Tabla 5. Nómina Mensual.....	63
Tabla 6. Nómina Anual.....	63
Tabla 7. Costo transporte	64
Tabla 8. Proyección de ventas.....	64-65
Tabla 9. Costo por paquete.....	66
Tabla 10. Estado de resultados.....	67
Tabla 11. Balance general.....	68
Tabla 12. Tasa Interna de Retorno.....	69
Tabla 13. Punto de equilibrio.....	69
Tabla 14. Flujo de efectivo.....	70

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafica 1. Con que frecuencia visita el municipio de Melgar.....	39
Grafica 2. En que rango de edad se encuentra.....	39
Grafica 3. Con quien visita Melgar.....	40
Grafica 4. Interesado en adquirir paquete turístico alternativo.....	40
Grafica 5. Que características debe tener la agencia.....	41
Grafica 6. Clases de turismo le gustaría.....	42
Grafica 7. Conoce a alguna empresa dedicada a ofrecer paquetes turísticos.....	42
Grafica 8. Actividades que le gustaría encontrar en Melgar.....	43
Grafica 9. Medio publicitario de los que adquiere información.....	44
Grafica 10. Si se creara una empresa ecoturística estaría interesado en utilizar el servicio...44	44
Grafica 11. Que desea encontrar en un paquete turístico.....	45
Grafica 12. Cuanto está dispuesto a pagar.....	45
Grafica 13. Como califica el servicio que brinda el municipio de Melgar.....	46

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Mapa Melgar Tolima.....	21
Figura 2. Área rural por veredas.....	22
Figura 3. Formula estadística.....	33
Figura 4. Plan Eco melgar.....	47
Figura 5. Plan Aventúrate.....	48
Figura 6. Plan Al extremo.....	49
Figura 7. Plan Ecoavextur.....	50
Figura 8. Macro localización.....	51
Figura 9. Micro localización.....	52
Figura 10. Árbol de procesos.....	55
Figura 11. Logo.....	58
Figura 12. Organigrama.....	58

RESUMEN

En el presente proyecto se presentó un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se dedicará a ofertar paquetes turísticos en la ciudad de Melgar Tolima, con el fin de contribuir a impulsar el turismo. La investigación tiene como objeto determinar la factibilidad económica del proyecto, su sostenibilidad y rentabilidad en el municipio y que a su vez logre un posicionamiento a nivel local y nacional a través de un plan de marketing estructurado. La idea de la investigación surge de la necesidad de indagar con los turistas que visitan la ciudad, mencionan que Melgar solo ofrece piscinas y rumba. Afortunadamente Melgar, tiene atractivos en su hidrografía, el turismo tradicional, turismo extremo, turismo ecológico y el turismo de aventura, el cual es desconocido para quien disfruta la ciudad.

Por consiguiente, atendiendo a una necesidad planteada por visitantes que acoge melgar, con opciones de brindar alternativas planteamos el proyecto. Dado que es un estudio de factibilidad que involucra un estudio financiero, estudio administrativo y estudio técnico y determinan si el proyecto de investigación es viable. No obstante, para llegar a un resultado favorable, realizaremos un estudio de mercado en el que se abarca un análisis que determina las características del consumidor, mercado potencial, demanda y competencia donde se involucraran métodos de recolección de datos y utilizar las herramientas como entrevista y encuestas.

Palabras clave: Estudio financiero, estudio técnico, estudio de factibilidad, estudio administrativo.

ABSTRACT

In the present work a feasibility study was designed for the creation of a company dedicated to offer tourism packages in the city of Melgar Tolima, in order to help boost tourism in the city. The objective of the research is to determine the economic viability of the project, its sustainability and profitability in the municipality and, in turn, achieve a local and national positioning through a structured marketing plan. The research idea arises from the need to perceive that when investigating with the tourists that visit the city they mention that Melgar only offers swimming pool and rumba. Fortunately Melgar has attractiveness in its hydrography, traditional tourism, extreme tourism, ecological tourism and adventure tourism, which is anonymous for those who enjoy the city.

Therefore, attending to a need raised by visitors that welcomes Melgar, with options to provide alternatives, we propose our project. Since it is a feasibility study, it involves a financial study, administrative study and technical study that determine if the research project is enforceable. However, in order to reach a favorable result, we will carry out a market study that includes a detailed analysis that determines the characteristics of the consumer, potential market, demand and competition, and will involve data collection methods such as interviews and surveys.

Keywords: financial study, technical study, feasibility study, administrative study

INTRODUCCIÓN

Durante décadas el turismo en Colombia ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crece con mayor rapidez y el turismo de naturaleza crece tres veces más rápido que el de masas, lo cual representa una oportunidad muy importante para el país, que es rico en biodiversidad y que registra un aumento en la llegada de viajeros internacionales. (OMT, 2017), a causa de esto podemos decir que es una de las principales actividades económicas de una país o territorio, debido a que genera una importante dinámica comercial, inversión empleos directos e indirectos y puede contribuir al crecimiento monetario y al progreso social del país.

De acuerdo al periódico nuevo día, la biodiversidad se ha convertido en el principal motor para potenciar el sector turístico en el Tolima, un factor que permite que cada vez más viajeros extranjeros arriben al departamento (día, 2016). Del mismo modo información tomada del Plan de Desarrollo del Tolima, indica que Melgar se ha posicionado a nivel regional como un municipio líder del clúster turístico, que de manera natural se conforma con los municipios circunvecinos para beneficio de la actividad turística de la región. La cuál es la principal fuente de ingresos que posee la ciudad, gracias a su localización geográfica estratégica estando en el centro del país, posee un clima cálido en la totalidad del año, lo que permite el desarrollo de actividades recreacionales y aventureras durante todo el año. Melgar se encuentra conectado por vía terrestre con dos municipios de Cundinamarca al norte y dos municipios del Tolima al sur por medio de una vía nacional y dos departamentales. Melgar es visitado por turistas de distintas ciudades de Colombia, en planes familiares, empresariales, grupo de amigos y parejas. Por esta razón, la importancia del desarrollo de un proyecto que incluya los diferentes atractivos turísticos

de la ciudad para promover los diferentes destinos, que no tienen el reconocimiento que merecen y a su vez se rija por normas de seguridad y planes de contingencia que garanticen la integridad de las personas y contribuyendo al desarrollo y crecimiento de la ciudad.

Por tal razón se realiza un estudio de factibilidad para detectar la rentabilidad de la creación de una empresa turística que oferte paquetes ecológicos, aventureros y extremos, con el objetivo de contribuir a promocionar la ciudad más allá de sus piscinas y rumbas. Melgar tiene la capacidad de ser reconocida por el desarrollo de turismo alternativo, tomando en cuenta la demanda que recibe y la falta de agencias que impulse los atractivos turísticos.

1. TITULO DEL PROYECTO: Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se dedicará a la promoción y venta de paquetes turísticos en la ciudad de Melgar-Tolima.

1.1. Planteamiento del problema

Durante los últimos años se ha podido observar como el turismo se ha convertido en una necesidad para el ser humano, información que nos confirma la revista dinero en su página con la siguiente publicación “Turismo: la prometedora industria que no contamina, hasta el momento a Colombia han llegado 6,5 millones de viajeros, representando un incremento de 150% frente a los 2,6 millones en 2010 (dinero, 2018).

Melgar-Tolima, de acuerdo a la secretaria de turismo del Tolima, es una ciudad que está categorizada como un destino turístico, en la cual sus visitantes pueden desarrollar diferentes actividades de entretenimiento, explorando su hidrografía, disfrutando de su rumba y a su vez deleitarse con su gastronomía para así ocupar su tiempo libre, gracias a su geografía y clima cálido, es muy atractiva para los turistas que la ven como su mejor opción en el momento de descansar. El municipio de Melgar cuenta con un área total de 201 kilómetros cuadrados, de los cuales el 7,96%, pertenece al área urbana y 92,04% al área rural, tiene privilegio de estar situada en el centro de la capital tolimese y la capital colombiana, donde se encuentran los principales aeropuertos que reciben a turistas extranjeros y nacionales de todo el mundo (melgar a. d., 2016), de acuerdo a la secretaría de desarrollo y turismo de Melgar-Tolima, Bogotá, es la ciudad de donde provienen la mayoría de visitantes que acoge Melgar, gracias a su cercanía y fácil acceso.

Además, la ciudad tiene cuenta con varios sitios turísticos dentro de su territorio, los cuales no son del total conocimiento de los turistas que visitan la ciudad, motivo que no existe una empresa turística conformada y reglamentada que brinde promoción de los destinos turísticos y que a su vez ofrezca seguridad y responsabilidad al turista.

La investigación surge de la necesidad de efectuar un estudio de mercados, que determine características, exigencias y expectativas de los turistas que visitan la ciudad durante todo el año, con el fin de encontrar aspectos representativos que conlleven a desarrollar estrategias de mercadeo y creación de paquetes vacacionales asequibles al mercado y de esta forma atraer más visitantes. Por esta razón se precisa la creación de una empresa dedicada a la promoción y venta de paquetes turísticos en la ciudad de Melgar, con el resultado obtenido después de realizar un estudio administrativo, técnico y financiero que determine la factibilidad del proyecto.

1.2. ¿Qué tan factible sería la creación de una empresa dedicada a la promoción y venta de paquetes turísticos en la ciudad de Melgar-Tolima?

2. JUSTIFICACIÓN

Melgar Tolima, es una ciudad a del suroeste de Bogotá, en el centro de Colombia. Se ubica junto al río de aguas bravas Sumapaz para aquellos que aman la aventura y la naturaleza este lugar es perfecto, ofrece la oportunidad de ejercer el rafting en todo el cauce del río Sumapaz; lanzarse en parapente del cerro El Tablazo, parque kualamelgar donde se puede realizar actividades como escalar, cabalgar, disfrutar paintball, igualmente se puede disfrutar de Ciudad Reptilita, el cual es un parque ecológico dedicado a preservar reptiles que esta por extinguirse. En este parque los turistas pueden ver caimanes, tortugas, boas e incluso cocodrilos entre otros animales salvajes. Al este de la ciudad, está la quebrada La Cajita, con piscinas naturales, La finca san francisco con atributos ecológicos para disfrutar y cuenta con una población de 36,641 habitantes (turismo, s.f.), la ciudad cuenta con una posición geográfica y clima cálido atractivos para muchos turistas que ven su mejor opción la hora de vacacionar con su familia, su principal razón es que está rodeada de el parque recreativo Piscilago, la base militar de Tolemaida y a su interior el centro recreacional Cafam, igualmente la ciudad ofrece la mejor rumba del país gracias a sus exclusivas discotecas que posee.

De acuerdo a la revista dinero el turismo en Colombia ha tenido a lo largo de los años un crecimiento satisfactorio (revistadinero, 2018), de igual forma de acuerdo a la secretaria de turismo municipio del Melgar, manifestó que el crecimiento turístico que se ha generado el municipio es satisfactorio, hace 8 años aproximadamente la población visitante era de 17.000 para un fin de semana normal. Y para los festivos o temporadas era de 60.000 turistas. Al transcurrir los años con el crecimiento y desarrollo del municipio y contando con mallas viales renovadas permitiendo fácil acceso, la población visitante para un fin de semana normal es de

30.000 visitantes y para las temporadas altas llega a un promedio de 100.000 turistas. A pesar que el turista solo conoce y visita los mismos lugares dentro del municipio, lo siguen viendo atractivos para sus vacaciones.

En consecuencia a la información descrita anteriormente, se enfocó un proyecto al desarrollo del municipio de Melgar, que involucra un estudio de factibilidad para la creación de una empresa ofertante de paquetes turísticos, donde con estrategias de marketing se lograra impulsar, promocionar los atractivos turísticos del municipio a nivel local y nacional a través de diferentes medios publicitarios presentes en la actualidad, ya que se observó la oportunidad de explotar a grandes rasgo el turismo, teniendo en cuenta que el turista es un cliente cambiante que siempre quiere un producto nuevo, innovador que le ofrezca más de los que espera, por esta razón hay que cultivar y atraer nuevos turistas al municipio ofreciendo oportunidades y opciones nuevas para descubrir sus atractivos. Al desarrollar una empresa que ofrezca paquetes turísticos hace más intrigante para quienes la visitan y se resuelve la problemática de ver la ciudad atractiva por las piscinas y rumba. Lo cual contribuye a promocionar y generar crecimiento económico y turístico al municipio a través de alternativas y tipos de turismo.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

- Determinar la factibilidad económica de una empresa dedicada a la promoción y venta de paquetes turísticos en ciudad de Melgar-Tolima.

3.2. Objetivos Específicos

- Efectuar un estudio de mercado que determine las características y mercado potencial.
- Diseñar un estudio administrativo que determine la organización y planeación estratégica de la empresa, aspectos laborales, legales, fiscales y eco social.
- Elaborar un estudio técnico que identifique la infraestructura, el posicionamiento de la empresa y requerimientos necesarios para ejecución del proyecto.
- Realizar un estudio financiero que determine la viabilidad económica del proyecto.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1. Marco contextual

Figura 1. Mapa Melgar-Tolima



Imagen tomada google maps figura 1.

4.1.1. Ubicación Territorio

Melgar, es un municipio colombiano del departamento de Tolima, localizado a 91 km de Ibagué, la capital del departamento, y a 98 km al suroccidente de Bogotá, capital de Colombia. Se encuentra localizado en el valle del río Sumapaz muy cerca de su desembocadura con el río Magdalena. Limita al norte con el departamento de Cundinamarca, al este con el municipio de Icononzo, al sur con el municipio de Cunday y al sur y oeste con el municipio de Carmen de Apicalá. El Municipio de Melgar cuenta con un área total de 201 kilómetros cuadrados, de los cuales el 7,96%, pertenece al área urbana y 92,04% al área rural. El área urbana del municipio de Melgar está conformada por 48 barrios y el área rural por 26 veredas (tolima, 2011).

4.2. Análisis Demográfico

Con respecto a los datos estadísticos la evolución del total de la población en el Municipio de Melgar pasó de 34.835 personas en 2011 a 36.047 en el 2015, evidenciando un crecimiento de 3,48%, según las proyecciones del DANE. Por su parte, la población ubicada en la zona de cabecera, pasó de representar un 82,43% del total de la población en el 2011 a 82,69% en el 2015, mientras que la zona rural o resto pierde participación, de un 17,57% que habitaba en el 2011, permanecen el 17,31% para el 2015 (DANE, 2015).

Figura 2. Área rural por veredas



Fuente: Instituto Geográfico Agustín Codazzi - IGAC. Recuperado en agosto de 2015

El área rural del municipio de Melgar está integrada por 26 veredas y el área urbana de Melgar está dividida en 48 barrios.

5. MARCO TEÓRICO

La historia del turismo es extensa. Sus orígenes pueden rastrearse en la Antigua Grecia, cuando miles de personas se desplazaban para asistir a las Olimpiadas cada cuatro años. Entendido como actividad comercial, el turismo nace de la mano del inglés Thomas Cook, quien organizó el primer viaje turístico de la historia en 1841 y fundó, una década después, la primera agencia de viajes: Thomas Cook and Son.

Según página oficial de ANATO Asociación Nacional de Tour Operadores “Solo hasta 1950 la llamada industria del Turismo empieza a solidificarse en cuanto a cómo comercializarse y empezar a generar más clientes”, en esta etapa todas las agencias de viajes existentes querían sobresalir ante las demás y ante todo ser atractivas al público, por lo que la competencia se fortaleció tanto, al punto de esta ser de las épocas más importantes para definir la actividad turística.

Oscar de la Torre Padilla. Del libro “El turismo Fenómeno Social” (1980).

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

Teoría del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos de Richard Butler.

Esta teoría fue formulada en 1980 por el Doctor Richard Butler, Profesor Emérito de la Strathclyde Business School, en Glasgow, quien en el 2015 fue reconocido con el premio Ulises de la Organización Mundial del Turismo (OMT), gracias a su aportación en los ámbitos de la capacitación y la sostenibilidad del sector turismo.

Según Butler (1989) un destino turístico tiene un ciclo de evolución similar al de los productos/servicios, y comprende 5 etapas: exploración, implicación de autoridades locales, desarrollo, consolidación, estancamiento, y declive o rejuvenecimiento. Aunque es importante aclarar que no todos los destinos pasan por todas las etapas, esto dependerá de la naturaleza con que se desarrollen.

6. MARCO CONCEPTUAL

Atractivos turísticos: Lugar de interés que los turistas visitan, normalmente por su valor cultural exhibido o inherente, su significancia histórica, su belleza, ofrece ocio, aventura y diversión.

Biodiversidad: Se refiere a la naturaleza con toda su complejidad, es decir, a la enorme variedad de vida sobre la Tierra fruto de miles de millones de años de procesos naturales y, cada vez más, por la influencia del ser humano.

Canotaje: Es una disciplina deportiva con un alto contenido de exigencia física, el desarrollo de esta actividad es saliendo en una balsa inflable.

Factibilidad: Es una evaluación que demuestra que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado.

Turismo extremo: Está asociado a la práctica de disciplinas deportivas como el descenso de barrancos, el rafting, el torrentismo, etc.

Turismo ecológico: Es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza.

Turismo aventura: Es un tipo de turismo que implica exploraciones o viajes con una percepción y, posiblemente, existencia real de riesgos, y que potencialmente requiere de destrezas especiales o de ciertas condiciones físicas.

Torrentismo: Es un deporte de aventura que se practica en los cañones o barrancos de un río, pudiendo presentar un recorrido muy variado.

Canotaje: Es un deporte acuático que se practica sobre una embarcación ligera.

Parapente: Es un deporte nacido a fines del siglo XX por la inventiva de montañeros que querían bajar volando mediante un paracaídas desde las cimas que habían ascendido.

7. MARCO LEGAL

7.1. Leyes

7.1.1. LEY 1558 DE 2012 (Julio 10) Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996

Artículo 1°. Objeto. La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

Artículo 5°. Calidad turística. Las normas técnicas de calidad expedidas por las unidades Sectoriales de Normalización establecidas en el artículo 69 de la Ley 300 de 1996 relacionadas con las actividades del denominado turismo de aventura y con la sostenibilidad turística, serán de obligatorio cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos, de acuerdo con la reglamentación que expida el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

7.2. Resoluciones

Resolución 3860 de 2015 “Por la cual se reglamenta el cumplimiento de las Normas Técnicas Sectoriales expedida por las Unidades Sectoriales de Normalización para las actividades del

denominado Turismo de Aventura y la Sostenibilidad Turística”, que deroga las Resoluciones 0405 de 2014 y 0148 de 2015.

7.3. Decretos

Decreto 297 de 2016 “Por el cual se reglamenta la exención del impuesto sobre las ventas para los servicios turísticos, establecida en el literal d) del artículo 481 del Estatuto Tributario, modificado por el artículo 55 de la Ley 1607 de 2012”.

Decreto 355 de 2017 “Por el cual se modifican los artículos 1, 3, 5 Y 7 del Decreto 945 de 2014, el cual reglamentó la conformación y el funcionamiento del Consejo Nacional de Seguridad Turística y los Comités Departamentales de Seguridad Turística de que trata el artículo 11 de la Ley 1558 de 2012”.

Decreto 229 de 2017 “Por el cual se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo y se modifican en su integridad las secciones 1,2 Y 3 del capítulo 1 del título 4 de la parte 2 del libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo”.

Decreto 2158 de 2017 “Por el cual se adiciona el Capítulo 9 al Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamentan programas y descuentos para promover el turismo de interés social”.

8. ESTADO DEL ARTE

Está claro la importancia de indagar en las diferentes herramientas de búsquedas con las que se cuenta actualmente, como son; repositorios institucionales, páginas web, libros, kiosco de información y personas nativas, ha sido favorable contar con estas herramientas ya que nos ha permitido acceder a trabajos semejantes a la investigación en ejecución, que han sido de gran importancia en el desarrollo y formulación adecuada de los ítems solicitados en la investigación.

Se clasificó información de monografías y tesis con características similares al proyecto en investigación y se encontraron tres monografías con similitudes, desarrolladas en otras ciudades diferentes a la que se desarrolla la actual investigación. En melgar Tolima no existe un proyecto con las características planteadas, entre los proyectos recopilados encontramos el siguiente; “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa tipo agencia tour operadora en la ciudad de Cartagena de indias, especializada en el turismo educativo”, realizado por David Eduardo Egel Navarro y Rina Paola Segura Hernández, donde se plantea la creación de una agencia reglamentada con normas de seguridad y planes de contingencia con responsabilidad social y sostenible que garanticen la integridad de las personas que usan el servicio.

Además, en el proyecto se puede evidenciar el estudio en cuestión que es un proyecto que muestra viabilidad en la parte técnica, económica y financiera, debido a presenta una TIR, la cual está por encima de la TMR además el VPN, lo cual hace que se sustente financieramente la viabilidad del proyecto. Otro proyecto encontrado fue “Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa operadora de servicios turísticos en el municipio de Guatapé”, realizado por Luz Elena Giraldo Sánchez, donde se plantea La implementación de una promotora de

turismo para el municipio de Guatapé con objeto de beneficiar el ámbito económico, laboral, educativo y cultural. De acuerdo al resultado plasmado en el estudio financiero de la investigación, el proyecto es viable, ya que genera ganancias con una mínima inversión.

9. MARCO METODOLÓGICO

Para determinar la factibilidad del proyecto la metodología empleada en la investigación será cuantitativa. Motivo que se realizara un estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero para determinar lo rentable del proyecto.

De acuerdo a (sampieri, 2014) un estudio cuantitativo se basa en investigaciones previas, se utiliza para consolidar las creencias (formuladas de manera lógica en una teoría o un esquema teórico) y establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población.

9.1. Tipo Investigación

Dado que el proyecto de investigación es un estudio de factibilidad, en el que se abarca un análisis detallado que determina las características del mercado potencial y competencia. El procedimiento para llevar a cabo esta investigación tiene que ver con una metodología descriptiva.

Metodología descriptiva: permite determinar las características, los perfiles de personas y su comportamiento del mismo modo conlleva a recolectar los datos representativos del mercado donde identifiquemos competencia del mercado, tamaño del mercado, y aspectos importantes que aporten al desarrollo de la investigación, para identificar y diseñar un portafolio de paquetes turísticos acertado, por lo tanto, se utilizaran diferentes medios y técnicas tales como: entrevistas y encuestas.

9.1.1. Fuentes Primarias

La población seleccionada para aplicar las encuestas y los historiadores que conocen el municipio, serán la fuente primaria, con la información que se recopile de esta fuente será beneficiosa para el desarrollo del proyecto.

9.1.2. Fuentes Secundarias

Los repositorios institucionales, libros, páginas web, el DANE y la alcaldía del municipio serán las fuentes secundarias para la investigación, que son de gran importancia en la información que brindan.

9.2. Muestra

Se toma como referencia la población de turistas que visitan la ciudad de Melgar de acuerdo a datos brindado por la secretaria de turismo de Melgar.

Se toma un menor nivel de confianza para esta investigación de 90% en donde K equivale a 1.65, habitualmente la probabilidad de éxito y fracaso que se implementa es 0,5 por lo tanto se dejara ese valor.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

Figura 3. Formula estadística.

$$n = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2 \cdot (N-1)) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

$$N = 30.000 \quad q = 0,5 \quad e = 0,05 \quad P = 0,5 \quad K = 1,65 \quad n =$$

Resultado cálculo de la muestra

$$\frac{n = 2,7225 \times 30.000 \times 0,5 \times 0,5}{0,0025 (30.000 - 1) + 2,7225 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 269$$

10. ESTUDIO DE MERCADO

10.1. Ventajas competitivas

- Cultura en servicio al cliente.
- Implementación de la TIC.
- Diversidad en el portafolio de servicio.
- Personal capacitado y calificado.
- Relaciones eficientes con proveedores.
- Reingeniería en los procesos de operación.

10.1.1. Propuesta de valor

- Diferenciación en servicio al cliente.
- Alianza estratégica con la cadena hotelera.
- Cumplimiento con la normatividad y requerimientos exigidos por ministerio de industria y turismo.
- Turismo con calidad y seguridad.

10.2. Plan de marketing

10.2.1. Análisis del mercado

En los últimos años Melgar presenta un incremento favorable en la llegada de turistas a la ciudad, los cuales la frecuencia de visitan son el fin de semana. La ubicación estratégica y el fácil acceso, hace de Melgar un destino apetecido por el turista. Actualmente la demanda que tienen la ciudad de visitantes en una temporada normal de acuerdo (Melgar s. t., 2018) es de 30.000 turistas de los cuales Cafam retiene el 50% de la demanda y el 50% restante se distribuye en quintas vacacionales y hoteles. De acuerdo a entrevistas realizadas a visitantes manifiestan que el plan que ofrece la ciudad es rumba y piscinas, no hay otra actividad por realizar. Por esta razón se observa un mercado favorable para el producto a ofrecer.

10.2.2. Mercado objetivo

Geográfico: Los Atractivos turísticos ubicados en Melgar.

Demográfico: el producto está enfocado especialmente a las familias y grupo de amigos que visitan la ciudad, hombres y mujeres.

Necesidades del mercado

Atención al cliente: el servicio al cliente es uno de los departamentos más importante en una empresa, por ello Ecoavextur tiene la diferenciación en el servicio, brindando seguridad y confiabilidad a los clientes.

Marca: ecoavextur es una marca nueva en el mercado, que cumple con normatividad y leyes para ejercer su operación, brinda calidad y seguridad, logrando fidelizar el cliente.

Productos asequibles: ecoavextur cuenta con un portafolio de productos, diseñado de acuerdo a las características y condiciones económicas del mercado, por lo tanto, es asequible a todos los turistas. Los productos se pueden adquirir a través de los hoteles donde se hospedan y por medio de la página de la empresa.

Calidad: el servicio que se oferta en los paquetes turísticos es certificado, brindando seguridad y siempre cuidando la integridad del cliente al contar con los elementos de protección requeridos y personal capacitado.

10.2.3. MATRIZ DOFA

Tabla1. Matriz DOFA

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • 1.Marca no reconocida en el mercado • 2.Desconocimiento de los atractivos turísticos • 3.Costos elevados del transporte en temporada 	<ul style="list-style-type: none"> • 1. Posicionamiento de la marca a través de medios publicitarios • 2.Incremento de visitantes a la ciudad • 3.Crecimiento turístico y económico
Fortaleza	Amenaza
<ul style="list-style-type: none"> • 1.Plan de marketing estructurado • 2.Portafolio de servicio atractivo al cliente • 3.Fácil acceso al municipio 	<ul style="list-style-type: none"> • 1.Falta de reconocimiento en el mercado • 2. Confiabilidad y seguridad en el mercado • 3.Deserción de los turistas

10.3. Definición del producto o servicio

La agencia se dedicará a ofertar paquetes turísticos denominados pasadía, el mercado potencial donde se ofertará servicio, será los fines de semanas, entre semana el enfoque esta en diseñar estrategias para buscar y captar clientes. En el portafolio se involucra turismo aventura, turismo extremo y turismo ecológico.

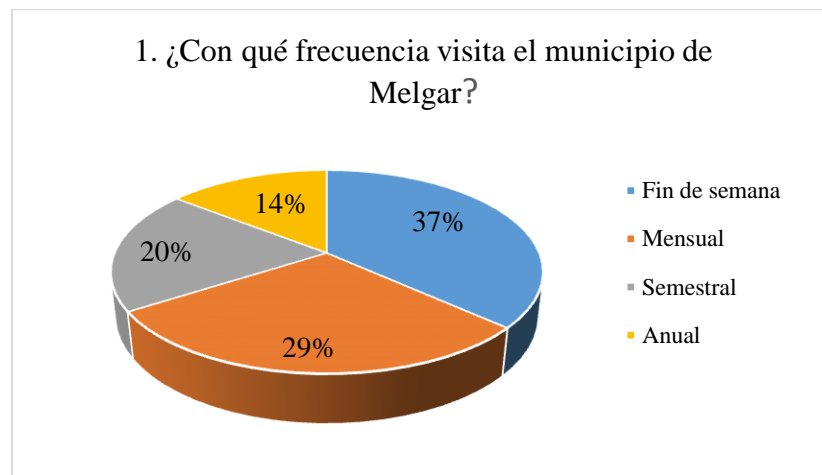
El portafolio de productos fue diseñado de acuerdo a las características y exigencias que se reflejaron en la herramienta de recolección de datos aplicada a la muestra de la población que se tomó, el medio de pago del servicio es de contado, para los paquetes adquiridos a través de internet es cincuenta por ciento para reservar y el cincuenta por ciento al llegar a la ciudad antes de iniciar el recorrido.

El servicio brindado incluirá según el paquete turístico; transporte, almuerzo, refrigerio recreación dirigida, póliza de riesgo, elementos de protección para las actividades a realizar, instructor capacitado y guía especializado.

La captación de cliente se realizará a través del convenio que se pactará con los hoteles de la ciudad, de igual forma el servicio será ofertando a través de la página de la empresa y redes sociales.

10.3.1. Análisis del Estudio de Mercado

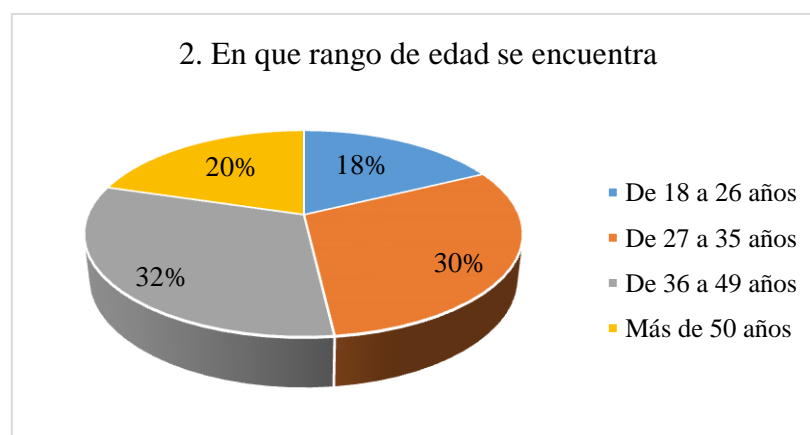
Grafico 1. ¿Con qué frecuencia visita el municipio de Melgar?



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 1. Observamos que de acuerdo a la gráfica con un porcentaje del 37 % los turistas que visitan a Melgar, lo realizan en su mayoría los fines de semana, igualmente podemos identificar con un porcentaje del 29% que hay un porcentaje favorable de turistas que visitan la ciudad mensualmente.

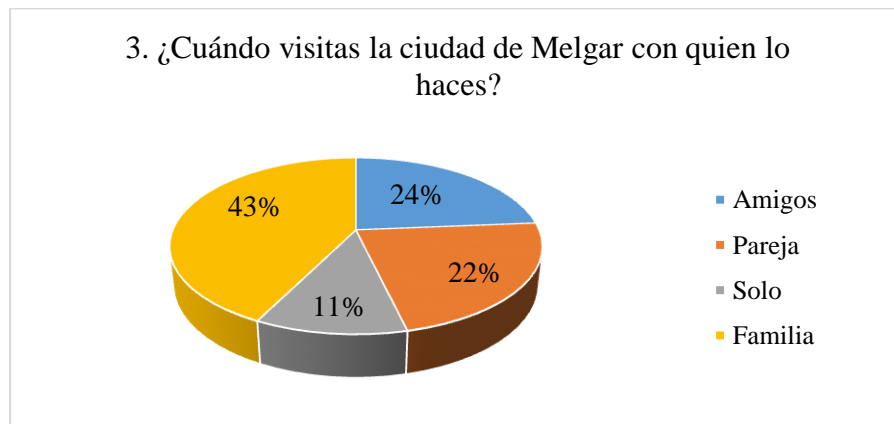
Grafico 2. En que rango de edad se encuentra.



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 2. Con un porcentaje del 30 % y un 32% podemos concluir que los visitantes que reciben Melgar están en un promedio de 27 a 49 años de edad.

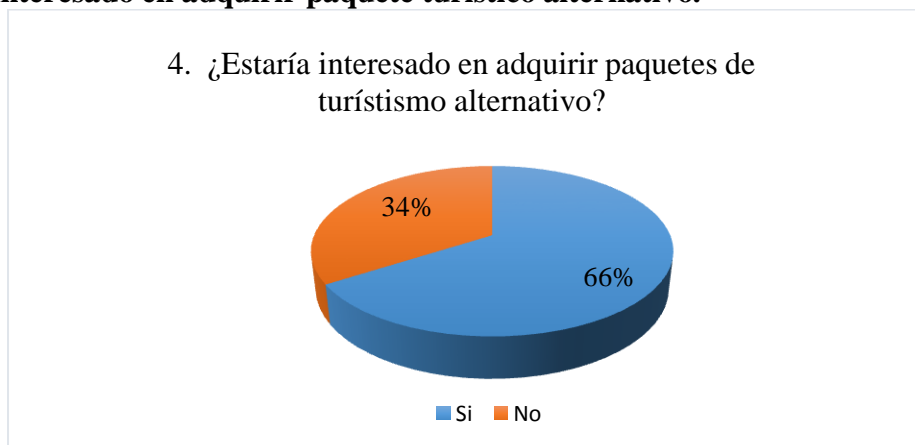
Grafico 3. Con quien visitas melgar.



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 3. Se observa que con un porcentaje del 43% que cuando el turista visita la ciudad de Melgar, lo realiza en compañía de la familia, seguido de un porcentaje del 24% que lo hacen con amigos y un 22 % en pareja. En conclusión, se puede identificar que con un porcentaje del 11%, la ciudad no recibe alta demanda de personas en viajes de negocios.

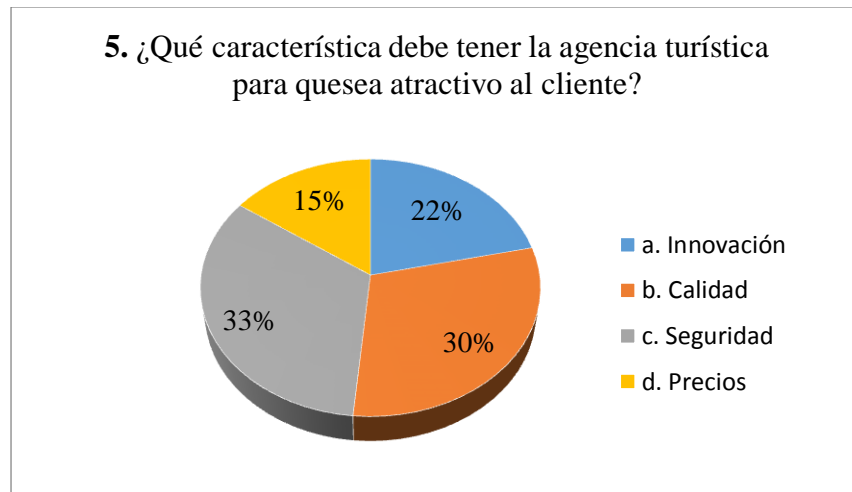
Grafico 4. Interesado en adquirir paquete turístico alternativo.



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 4. Observamos que con un porcentaje del 66% de la población encuestada, estaría interesada en adquirir un paquete de turístico alternativo, información que representa un porcentaje favorable para la investigación en desarrollo.

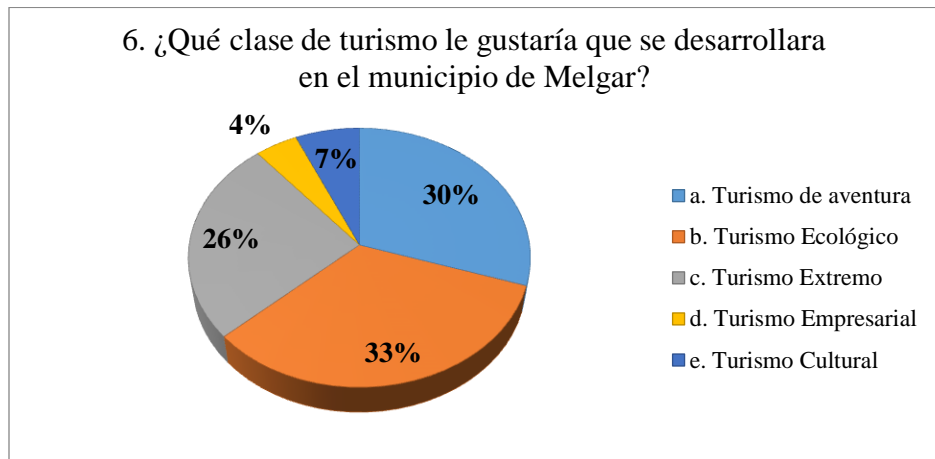
Grafico 5. Características debe tener la agencia



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 5. Podemos analizar con un porcentaje del 33%, la importancia que tiene para los clientes la seguridad que ofrezcan las agencias turísticas, del mismo modo observamos con un porcentaje del 30% que la población encuestada busca calidad en el servicio, cuando decide contratar un servicio.

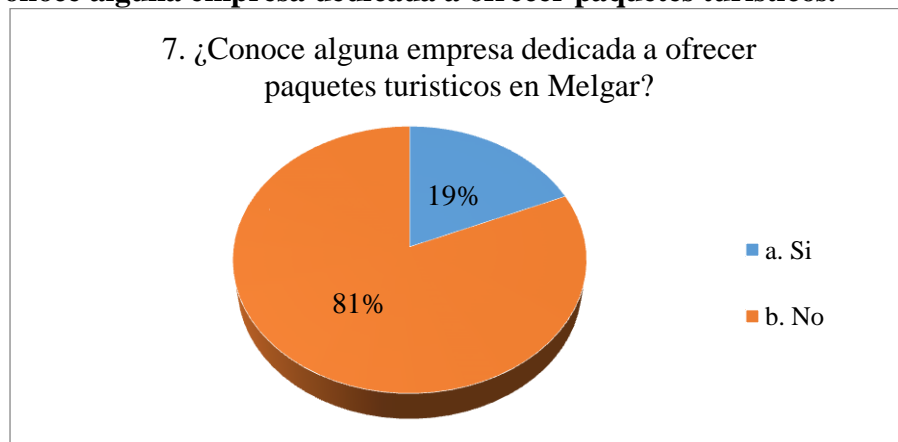
Grafico 6. Clase de turismo le gustaría



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 6. Con un porcentaje total del 89%, frente al 11%, la población encuestada representa un interés en el desarrollarlo del turismo Ecológico, el turismo de aventura y el turismo Extremo en el municipio de Melgar. Con esto podemos identificar, la clase de turismo que requiere las personas que visita el municipio.

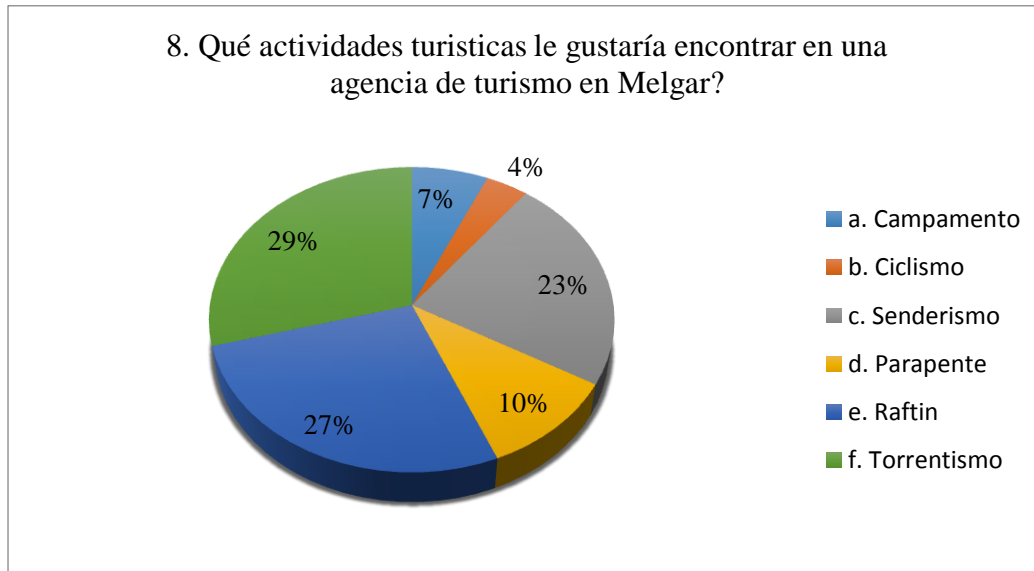
Grafico 7. Conoce alguna empresa dedicada a ofrecer paquetes turísticos.



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 7. podemos identificar que el 81% de la población encuestada, desconocen la existencia de una empresa dedicada a brindar algún tipo de paquete turístico.

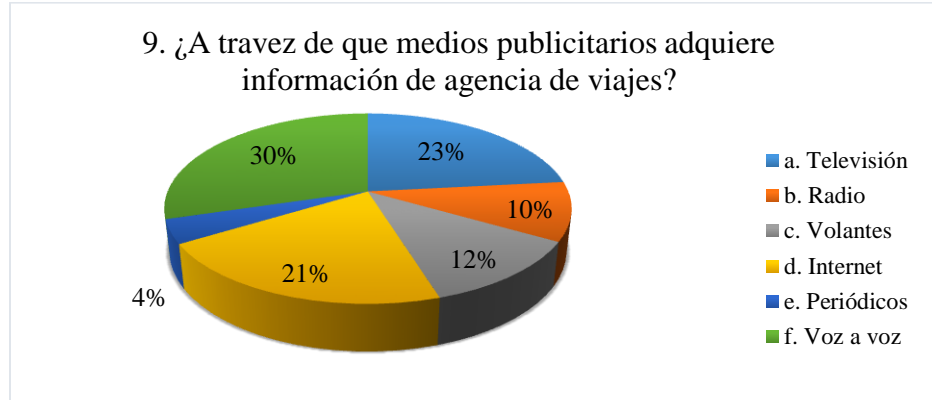
Grafica 8. Actividades que le gustaría encontrar en melgar



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 8. Podemos observar que con un porcentaje del 98%, frente a un 11% los turistas consideran que las actividades que deberían ofertarse en los paquetes turísticos son; Rafting con un porcentaje del 27 %, Senderismo con un porcentaje del 23%, Torrentismo con un porcentaje del 29% y Parapente con un porcentaje del 10%, con esta información se puede concluir que el portafolio de servicios a ofertarse debe incluir en sus paquetes las actividades representativas en los turistas.

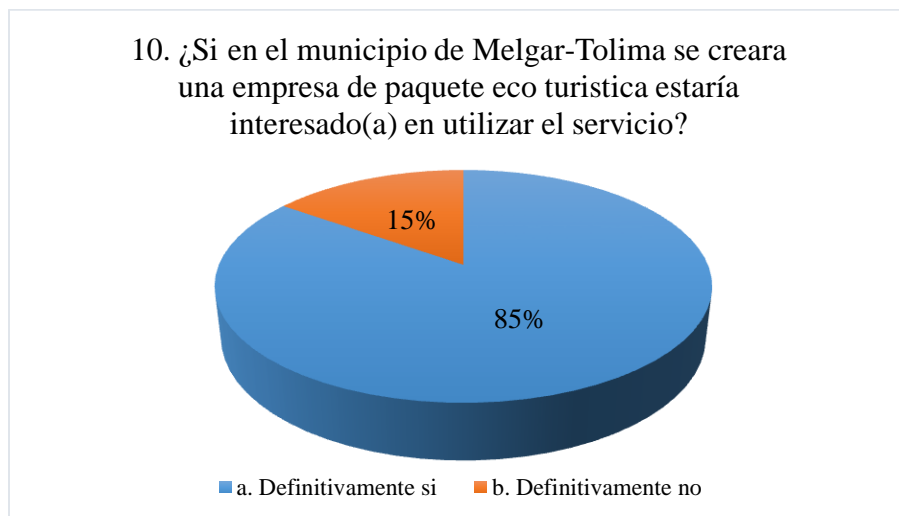
Grafico 9. Medios publicitarios de los que adquiere información.



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 9. De acuerdo a la gráfica podemos observar con un porcentaje del 30 %, el voz a voz es la fuente más utilizada por los turistas para adquirir información, de igual forma con un porcentaje de 23 %, identificamos que el turista recolecta datos vacacionales, a través de la televisión y con un porcentaje del 21% lo realiza en internet. Con esta información podemos identificar el medio más acorde para captar clientes.

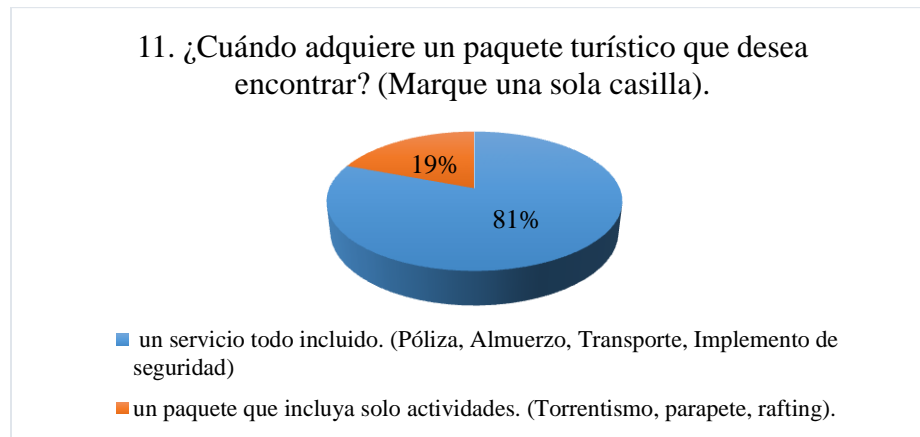
Grafica 10. Si se creara una empresa eco turística estaría interesado en utilizar el servicio.



Fuente: Elaboración propia

Pregunta 10. Se puede identificar en la gráfica que el 85 % de la población encuestada, si contrataría el servicio de la empresa eco turística, con respecto a un 15 % que refiere que no lo usaría.

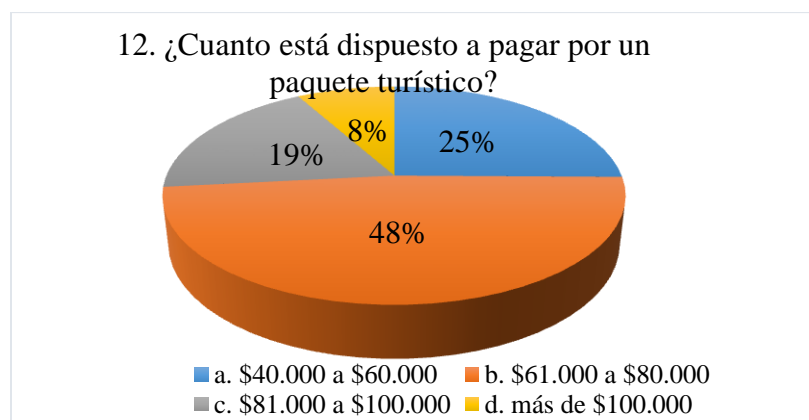
Grafica 11. Que desea encontrar en un paquete turístico.



Fuente: Elaboración propia

Pregunta 11. La población encuestada con un porcentaje del 81% manifiesta que desea encontrar en un paquete turístico todo incluido, con respecto a un 19 % que refiere que solo desearía paquetes con actividades.

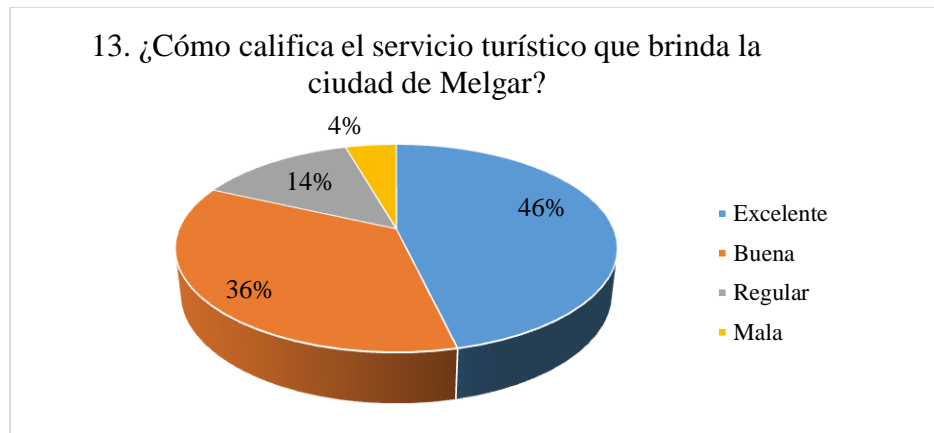
Grafica 12. Cuanto está dispuesto a pagar



Fuente: Elaboración propia

Pregunta 12. Podemos observar que con un porcentaje de 48 %, que el costo que estaría dispuesto a pagar la población encuestada por un paquete turístico son entre \$61.000 y \$80.000.

Grafica 13. Como califica el servicio que brinda el municipio de Melgar.



Fuente: Elaboración propia

Pregunta 13. Con un porcentaje del 46% podemos concluir que los turistas consideran que el servicio que brinda Melgar es excelente.

10.3.2. Porfolio de productos

10.3.2.1. Plan ecomelgar

Figura 4. Plan ecomelgar



Imagen tomada página de finca san isidro

Incluye:

- Transporte Melgar-san isidro-Melgar
- Visita a ciudad reptilia
- Ingreso a la finca san isidro
- Almuerzo típico y recreación dirigida
- Visitas a cascada natural

Valor: \$ 60.000.

10.3.2.2. Plan aventúrate

Figura 5. Plan aventurate



Imagen tomada página de kamaly

Incluye:

- Torrentismo
- Almuerzo tipo carta
- Seguro
- Transporte Melgar-destino-Melgar
- Implementos de protección
- Guías capacitados

Valor: \$ 65.000.

10.3.2.3. Plan al extremo

Figura 6. Plan al extremo.



Imagen tomada de la página secretaria de desarrollo del Tolima

Incluye:

- Rafting
- Seguro
- Refrigerio
- Elementos de protección
- Guías capacitados

Valor: \$ 50.000.

10.3.2.4. Plan Ecoavextur

Figura 7. Plan Ecoavextur



Imagen tomada página parapente melgar

Incluye:

- Transporte Melgar-destino-Melgar
- Refrigerio
- Instructor especializado
- Póliza
- Elementos protección
- Vuelo acompañado por personal capacitado

Valor: \$ 200.000.

“Descuento especial para grupos”

11. ESTUDIO TÉCNICO

11.1. Macro localización

Figura 8. Macro localización.



Imagen tomada de google maps

La empresa ecoavextur está situada en la ciudad de Melgar-Tolima, un lugar estratégico para la idea del proyecto, motivo de la demanda de turistas que recibe los fines de semana y festividades, del mismo modo cuenta con las condiciones operacionales para desarrollar las actividades contempladas en cada paquete turístico.

11.1.1. Micro localización

Figura 9. Micro localización



Imagen tomada de google maps

Inicialmente la oficina estará ubicada en la ciudad de melgar en el barrio las vegas en la cra 29 no 4 - 04 y tendrá un punto móvil en el terminal de Melgar.

11.2. Necesidades y requerimientos

Equipos de oficina

1 aire acondicionado, 1 escritorio, 1 silla giratoria, 1 sofá, 1 dispensador de agua 1 botiquín, 2 extintores ,1 stand portátil.

Recurso tecnológico

Internet, software 1 computadora, 1 impresora multifuncional, 1 impresora fotografía ,1 teléfono, 1 planta de minutos, 1 cámara fotográfica profesional, 1 cámara filmadora.

Operación de la empresa

- Gerente
- Póliza y licencias
- Proveedor de transporte
- Proveedores de servicios
- Personal de ventas
- Personal administrativo
- Guía turístico

11.3. Descripción del proceso

Proceso 1 Servicio al cliente

En este proceso se realizará el contacto directo con el cliente abordándolo al ingresar a la ciudad el punto móvil ubicado en la terminal de transporte. De igual forma se tiene el contacto a través de vía telefónica y redes sociales donde se concretará los paquetes.

Proceso 2 Recepción del cliente

Al recibir llamada telefónica o al abordar el cliente en el punto móvil del terminal se promocionará el portafolio de servicios y se atenderán sus exigencias brindando la mejor opción.

Proceso 3 Diseño portafolio para cliente

Ecoavextur tiene un portafolio de servicios atractivo a los turistas que escogen a Melgar como su destino vacacional, pero está claro que el cliente siempre tiene coacción cuando decide acceder a un paquete turístico, por lo tanto, la empresa cuenta con la capacidad de satisfacer sus requerimientos.

Proceso 4 Cotización

En este proceso se realizará y enviará al cliente un documento donde se especifica el precio del paquete turístico, servicios incluidos y actividades contempladas en el plan.

Proceso 5 Negociación

Una vez enviada la cotización al cliente se procederá a pactar métodos de pago y tiempo de pago con el cliente el cual beneficie a las dos partes.

Proceso 6 Recaudo de cartera

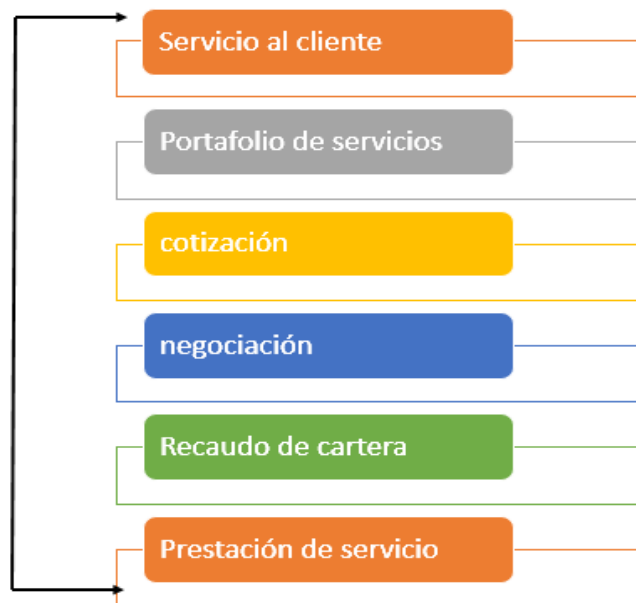
Posteriormente al pactar la fecha de pago se realizará la recepción del dinero y se planificará la ejecución de los paquetes turísticos pactados para seguir con el siguiente proceso.

Proceso 7 Prestación del servicio

Ya realizados los procesos anteriores, se pasa al último proceso que es prestar el servicio al cliente, cumplimiento con todas las condiciones pactados en los paquetes ofrecidos.

11.3.1. Árbol de procesos

Figura 10. Árbol de procesos



Fuente Elaboración propia

12. Estudio Administrativo

Contemplado la ley 1258 del 2008 el tipo de sociedad que se aspira conformar es una SAS la cual se crea por acciones simplificadas según el artículo 1, donde también resalta que se puede constituir por una o varias personas naturales o jurídicas que hasta el monto de sus respectivos aportes será su responsabilidad.

12.1. Plataforma estratégica

12.1.1. Misión

Somos una empresa dedicada a la promoción de paquetes turísticos, brindando alternativas a nuestros clientes, ofreciendo un servicio personalizado de calidad, buscando un ambiente de seguridad, diversión e integración con el entorno natural, satisfaciendo sus necesidades y contribuyendo al desarrollo económico del municipio de Melgar.

12.1.2. Visión

Consolidarnos como la empresa líder del mercado turístico en el municipio de Melgar-Tolima, ofertando turismos con calidad y seguridad logrando reconocimiento a nivel local y nacional por la eficacia e innovación.

12.1.3. Valores

La empresa se basa en la amabilidad, calidad y excelencia en el servicio, confiabilidad y trabajo en equipo, honestidad, innovación e inspiración, pasión, conciencia ambiental, compromiso y responsabilidad social.

12.1.4. Objetivo de la empresa

Impulsar el turismo del municipio a Melgar-Tolima a nivel regional y nacional.

12.2. Propuesta y diseño de la Empresa

12.2.1. Marca

El nombre de la empresa será Ecoavextur SAS.

12.2.2. Logo

Figura 11. Logo



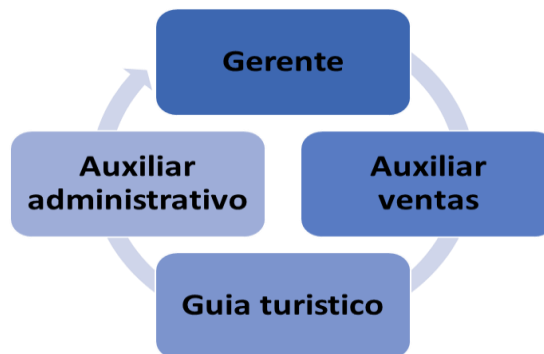
Fuente Elaboración propia

12.2.3. Slogan

“La magia está en descubrir”

12.3. Organigrama

Figura 12. Organigrama



Fuente Elaboración propia

12.3.1. Descripción de las funciones

12.3.1.1. Gerente

Será la máxima autoridad en la empresa Ecoavextur S.A.S, se encargará de la coordinación, control, dirección y verificación del cumplimiento de los presupuestos y de las actividades ofrecidas en los paquetes turísticos.

- Garantizar el cumplimiento de licencias, normas legales y normas sanitarias
- Controlar y administrar el capital de la empresa acertadamente
- Ejecutar programas de marketing que contribuyan a captar clientes
- Verificar el cumplimiento de las áreas a cargo
- Acompañamiento de los paquetes turísticos

12.3.1.2. Auxiliar administrativo

- Llevar la contabilidad de la empresa
- Calcular y pagar las obligaciones fiscales
- Manejo de caja menor
- Acompañamiento de los paquetes turísticos

12.3.1.3. Auxiliar ventas

- Servicio al cliente personalizado
- Captar clientes potenciales
- Promocionar portafolio de servicios
- Diseñar estrategias de ventas
- Contribuir al cumplimiento de proyección ventas mensuales

12.3.1.4. Guía turístico

- Acompañamiento a los turistas
- Recreación
- Captación de cliente
- Dirigir, supervisar y orientar a los turistas

13. ESTUDIO FINANCIERO

13.1. Infraestructura

Tabla 2. Infraestructura.

MAQUINARIA Y EQUIPOS		
ITEM	CANTIDAD	PRECIO
Aire acondicionado Samsung	1	\$ 900.000
Escritorio	1	\$ 150.000
Silla giratoria	1	\$ 70.000
Sofá	1	\$ 190.000
Dispensador de agua	1	\$ 180.000
Botiquín	1	\$ 50.000
Extintor solkaflam	1	\$ 165.000
Extintor multipropósito	1	\$ 100.000
Stand portátil	1	\$ 250.000
MUEBLES Y ENCERES		
ITEM	CANTIDAD	PRECIO
Software	1	\$ 250.000
Computador todo en uno HP	1	\$ 1.960.000
Impresora multifuncional Samsung	1	\$ 1.100.000
Impresora fotográfica HP	1	\$ 1.050.000
Teléfono	1	\$ 70.000
Cámara fotográfica profesional Canon	1	\$ 2.200.000
Cámara filmadora profesional Canon	1	\$ 1.000.000
TOTAL		\$ 9.685.000

13.1.1. Gastos administrativos

Tabla 3. Gastos administrativos.

GASTOS PRE OPERATIVOS	
Descripcion	valor
Gasto de constitución	\$ 1.064.600
Publicidad	\$ 1.500.000
TOTAL	\$ 2.564.600

CAJA MENOR	
Efectivo	\$ 1.000.000
Total	\$ 1.000.000

Tabla 4. Costos fijos.

COSTOS FIJOS MENSUALES	
ITEM	MENSUAL
Servicio de luz	\$ 60.000
Servicio de agua	\$ 25.000
Servicio de internet	\$ 100.000
Arriendo local	\$ 250.000
Planta minutos	\$ 80.000
Nomina	\$ 6.146.218
TOTAL	\$ 6.661.218

Tabla 5. Nómina mensual.

NOMINA MENSUAL													
Cargo	Salario básico	Auxilio transporte	Días laborados	Salario recibido	Salud	Pensión	Caja compensación	ARL	Interés cesantías	Cesantías	Prima servicios	Vacaciones	TOTAL
Guía turístico	\$ 70.000		8	\$ 560.000									\$ 560.000
Gerente	\$ 1.200.000	\$ 88.211	30	\$ 1.288.211	\$ 102.000	\$ 144.000	\$ 48.000	\$ 6.264	\$ 10.731	\$ 107.308	\$ 107.308	\$ 50.040	\$ 1.952.073
Auxiliar administrativo	\$ 1.200.000	\$ 88.211	30	\$ 1.288.211	\$ 102.000	\$ 144.000	\$ 48.000	\$ 6.264	\$ 10.731	\$ 107.308	\$ 107.308	\$ 50.040	\$ 1.952.073
Auxiliar ventas	\$ 1.200.000	\$ 88.211	30	\$ 1.288.211	\$ 102.000	\$ 144.000	\$ 48.000	\$ 6.264	\$ 10.731	\$ 107.308	\$ 107.308	\$ 50.040	\$ 1.952.073
TOTAL													\$6.416.218

Tabla 6. Nómina Anual.

NOMINA ANUAL													
Cargo	Salario básico	Auxilio transporte	días laborados	Salario recibido	Salud	Pensión	Caja compensación	ARL	Interés cesantías	Cesantías	Prima servicios	Vacaciones	TOTAL
Guía turístico	\$ 70.000		96										\$ 6.720.000
Gerente	\$ 14.400.000	\$1.058.532	365	\$ 14.400.000	\$ 1.224.000	\$ 1.728.000	\$ 576.000	\$ 75.168	\$ 128.770	\$ 1.199.520	\$ 1.199.520	\$ 600.480	\$ 22.189.990
Auxiliar administrativo	\$ 14.400.000	\$ 1.058.532	365	\$ 14.400.000	\$ 1.224.000	\$ 1.728.000	\$ 576.000	\$ 75.168	\$ 128.770	\$ 1.199.520	\$ 1.199.520	\$ 600.480	\$ 22.189.990
Auxiliar ventas	\$ 14.400.000	\$ 1.058.532	365	\$ 14.400.000	\$ 1.224.000	\$ 1.728.000	\$ 576.000	\$ 75.168	\$ 128.770	\$ 1.199.520	\$ 1.199.520	\$ 600.480	\$ 22.189.990
TOTAL													\$ 73.289.969

Tabla 7. Costo transporte

Costo de transporte por viaje	
Bus para 10 pasajeros	\$ 80.000
Bus para 30 pasajeros	\$ 240.000
Bus para 25 pasajeros	\$ 200.000

13.1.2. Proyección de ventas**Tabla 8. Proyección de ventas.**

PROYECCION DE VENTAS						
periodo	año1	costo unitario	precio venta unitario	costo total	ingreso venta	utilidad neta
paquete ecomelgar	1920	\$ 45.500	\$ 60.000	\$ 87.360.000	\$ 115.200.000	\$ 27.840.000
paquete aventutare	1920	\$ 52.000	\$ 65.000	\$ 99.840.000	\$ 124.800.000	\$ 24.960.000
plan extremo	2400	\$ 40.000	\$ 50.000	\$ 96.000.000	\$ 120.000.000	\$ 24.000.000
plan aventurate	480	\$ 183.000	\$ 200.000	\$ 87.840.000	\$ 96.000.000	\$ 8.160.000
TOTAL	6720	\$ 320.500	\$ 375.000	\$ 371.040.000	\$ 456.000.000	\$ 84.960.000

PROYECCION DE VENTAS						
periodo	año 2	costo unitario	precio venta unitario	costo total	ingreso venta	utilidad neta
paquete ecomelgar	2000	\$ 51.500	\$ 66.000	\$ 103.000.000	\$ 132.000.000	\$ 29.000.000
paquete aventutare	2000	\$ 60.000	\$ 73.000	\$ 120.000.000	\$ 146.000.000	\$ 26.000.000
plan extremo	2450	\$ 43.000	\$ 53.000	\$ 105.350.000	\$ 129.850.000	\$ 24.500.000
plan aventurate	500	\$ 188.000	\$ 205.000	\$ 94.000.000	\$ 102.500.000	\$ 8.500.000
TOTAL	6950	\$ 342.500	\$ 397.000	\$ 422.350.000	\$ 510.350.000	\$ 88.000.000

PROYECCION DE VENTAS						
periodo	año 3	costo unitario	precio venta unitario	costo total	ingreso venta	utilidad neta
paquete ecomelgar	2050	\$ 57.500	\$ 72.000	\$ 117.875.000	\$ 147.600.000	\$ 29.725.000
paquete aventutare	2050	\$ 63.000	\$ 76.000	\$ 129.150.000	\$ 155.800.000	\$ 26.650.000
plan extremo	2500	\$ 52.000	\$ 62.000	\$ 130.000.000	\$ 155.000.000	\$ 25.000.000
plan aventurate	520	\$ 193.000	\$ 210.000	\$ 100.360.000	\$ 109.200.000	\$ 8.840.000
TOTAL	7120	\$ 365.500	\$ 420.000	\$ 477.385.000	\$ 567.600.000	\$ 90.215.000

PROYECCION DE VENTAS						
periodo	año 4	costo unitario	precio venta unitario	costo total	ingreso venta	utilidad neta
paquete ecomelgar	2100	\$ 61.500	\$ 76.000	\$ 129.150.000	\$ 159.600.000	\$ 30.450.000
paquete aventutare	2100	\$ 67.000	\$ 80.000	\$ 140.700.000	\$ 168.000.000	\$ 27.300.000
plan extremo	2550	\$ 57.000	\$ 67.000	\$ 145.350.000	\$ 170.850.000	\$ 25.500.000
plan aventurate	540	\$ 198.000	\$ 215.000	\$ 106.920.000	\$ 116.100.000	\$ 9.180.000
TOTAL	7290	\$ 383.500	\$ 438.000	\$ 522.120.000	\$ 614.550.000	\$ 92.430.000

PROYECCION DE VENTAS						
periodo	año 5	costo unitario	precio venta unitario	costo total	ingreso venta	utilidad neta
paquete ecomelgar	2150	\$ 66.500	\$ 81.000	\$ 142.975.000	\$ 174.150.000	\$ 31.175.000
paquete aventutare	2150	\$ 72.000	\$ 85.000	\$ 154.800.000	\$ 182.750.000	\$ 27.950.000
plan extremo	2600	\$ 62.000	\$ 72.000	\$ 161.200.000	\$ 187.200.000	\$ 26.000.000
plan aventurate	560	\$ 203.000	\$ 220.000	\$ 113.680.000	\$ 123.200.000	\$ 9.520.000
TOTAL	7460	\$ 403.500	\$ 458.000	\$ 572.655.000	\$ 667.300.000	\$ 94.645.000

Tabla.9 Costo por paquete

ECOMELGAR		
• Transporte melgar-san isidro-melgar		\$ 8.000
• Visita a ciudad reptilia		\$ 25.000
• Ingreso a la finca san isidro		\$ 2.500
• Almuerzo típico y recreación dirigida		\$ 10.000
• Visitas a cascada natural		\$ -
	COSTO	\$ 45.500
	PRECIO VENTA	\$ 60.000
	UTILIDAD	\$ 14.500
Aventurate		
• Torrentismo		\$ 30.000
• Seguro		
• Implementos de protección		
• instructor capacitados		
• Almuerzo tipo carta		\$ 14.000
• Transporte melgar-destino-melgar		\$ 8.000
	COSTO	\$ 52.000
	PRECIO VENTA	\$ 65.000
	UTILIDAD	\$ 13.000

AL EXTREMO		
• Rafting		\$ 35.000
• Seguro		
• Elementos de protección		
• Refrigerio		\$ 5.000
• Guías capacitados		
	COSTO	\$ 40.000
	PRECIO DE VENTA	\$ 50.000
	UTILIDAD	\$ 10.000

ECOAVEXTUR		
• Transporte melgar-destino-melgar		\$ 8.000
• Refrigerio		\$ 5.000
• Instructor especializado		
• Póliza		
• Elementos protección		
• Vuelo acompañado por personal capacitado		\$ 170.000
	COSTO VENTA	\$ 183.000
	PRECIO VENTA	\$ 200.000
	UTILIDAD	\$ 17.000

13.1.3. Estado de resultados

Tabla 10. Estado de resultados.

NIT		111111111				
ESTADO DE RESULTADO A DICIEMBRE						
Ingreso operacional						
Ventas	\$ 456.000.000	\$ 456.000.000	\$ 510.350.000	\$ 567.600.000	\$ 614.550.000	\$ 667.300.000
Costos ventas		\$ 372.960.000	\$ 422.350.000	\$ 477.385.000	\$ 522.120.000	\$ 572.655.000
utilidad bruta		\$ 83.040.000	\$ 88.000.000	\$ 90.215.000	\$ 92.430.000	\$ 94.645.000
gastos operacionales		\$ 73.802.154	\$ 73.802.154	\$ 73.802.154	\$ 73.802.154	\$ 73.802.154
Depreciación		\$ 1.225.160	\$ 2.450.320	\$ 3.675.480	\$ 4.900.640	\$ 6.125.800
Total gastos		\$ 75.027.314	\$ 76.252.474	\$ 77.477.634	\$ 78.702.794	\$ 79.927.954
Utilidad operacional		\$ 8.012.686	\$ 11.747.526	\$ 12.737.366	\$ 13.727.206	\$ 14.717.046
Impuesto 33%		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Utilidad neta		\$ 8.012.686	\$ 11.747.526	\$ 12.737.366	\$ 13.727.206	\$ 14.717.046

Tabla 11. Balance general

NIT		O111111111				
Balance general						
		2018	2019	2020	2021	2022
ACTIVO CORRIENTE						
Caja	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 9.012.686	\$ 11.747.526	\$ 12.737.366	\$ 13.727.206
ACTIVO NO CORRIENTE						
Equipo de oficina	\$ 10.194.600	\$ 10.196.600	\$ 10.196.600	\$ 10.196.600	\$ 10.196.600	\$ 10.196.600
muebles y enseres	\$ 2.055.000	\$ 2.055.000	\$ 2.055.000	\$ 2.055.000	\$ 2.055.000	\$ 2.055.000
EQUIPO DE COMPUTO Y OFICINA		\$ 12.251.600	\$ 12.251.600	\$ 12.251.600	\$ 12.251.600	\$ 12.251.600
DEPRECIACION		\$ 1.225.160	\$ 1.225.160	\$ 1.225.160	\$ 1.225.160	\$ 1.225.160
TOTAL ACTIVOS	\$ 12.249.600	\$ 12.026.440	\$ 20.039.126	\$ 22.773.966	\$ 23.763.806	\$ 24.753.646
PATRIMONIO NETO Y PASIVO						
Banco	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuesto		\$ 2.813.207	\$ 3.790.007	\$ 4.504.457	\$ 5.218.907	\$ 5.933.357
Patrimonio						
Capital socios	\$ 13.249.600	\$ 13.249.600	\$ 13.249.600	\$ 13.249.600	\$ 13.249.600	\$ 13.249.600
Utilidad periodo anterior		\$ -	\$ 5.711.664	\$ 9.034.864	\$ 10.518.914	\$ 12.002.964
Utilidad del periodo		\$ 5.711.664	\$ 9.034.864	\$ 10.518.914	\$ 12.002.964	\$ 13.487.014
Total pasivos + patrimonio		\$ 21.774.471	\$ 31.786.135	\$ 37.307.835	\$ 40.990.385	\$ 44.672.935

Tabla 12. Tasa Interna de Retorno

INVERSION	-\$ 13.249.600
AÑO 1	\$ 8.012.686
AÑO2	\$ 11.747.526
AÑO 3	\$ 12.737.366
AÑO 4	\$ 13.727.206
AÑO 5	\$ 14.717.046
TIR	74%

Tabla 13. Punto de equilibrio

P.E	$\frac{6.661.218}{375.000 - 321.500}$	124 PAQUETES
-----	---------------------------------------	-----------------

Tabla 14. Flujo efectivo

FLUJO DE CAJA						
Inversión inicial	\$ 13.249.600					
Ingreso		2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos Operacionales		\$ 456.000.000	\$ 510.350.000	\$ 567.600.000	\$ 614.550.000	\$ 667.300.000
Utilidad anterior		\$ 1.000.000	\$ 9.012.686	\$ 11.747.526	\$ 12.737.366	\$ 13.727.206
Otros ingresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total ingresos		\$ 457.000.000	\$ 519.362.686	\$ 579.347.526	\$ 627.287.366	\$ 681.027.206
Egresos						
Costos fijos	20%	\$ 89.352.431	\$ 99.230.431	\$ 110.237.431	\$ 119.184.431	\$ 129.291.431
Costo variable	80%	\$ 357.409.723	\$ 396.921.723	\$ 440.949.723	\$ 476.737.723	\$ 517.165.723
Depreciación del activo		\$ 1.225.160	\$ 2.450.320	\$ 3.675.480	\$ 4.900.640	\$ 6.125.800
Total egresos		\$ 447.987.314	\$ 498.602.474	\$ 554.862.634	\$ 600.822.794	\$ 652.582.954
Utilidad operacional antes impuesto		\$ 9.012.686	\$ 11.747.526	\$ 12.737.366	\$ 13.727.206	\$ 14.717.046
impuesto 33%		0	0	0	0	0
Flujo de caja		\$ 9.012.686	\$ 11.747.526	\$ 12.737.366	\$ 13.727.206	\$ 14.717.046

CONCLUSIONES

- De acuerdo al estudio de mercado desarrollado, donde se aplicó el instrumento de la recolección de datos, la encuesta, con un porcentaje de, para la creación de una empresa dedicada a ofertar paquetes turísticos en Melgar-Tolima.
- El resultado del estudio técnico, permitió identificar, requerimientos para iniciar la ejecución del proyecto y los proveedores potenciales a través de los cuales se van a captar los clientes.
- El estudio administrativo permitió identificar, los requisitos para la constitución de la empresa, el tipo de empresa a constituir, diseñar el manual de funciones para cada cargo y realizar la creación de la plataforma estratégica de la empresa.
- A través del estudio financiero, se pronosticó la proyección de ventas, donde se identificó que la tasa de retorno es de 74% y al cumplir con las proyecciones realizadas se estaría recuperando la inversión en el segundo año. Por lo tanto, se identifica la viabilidad del proyecto.

RECOMENDACIONES

- La alcaldía de Melgar, debe invertir en temas de seguridad, factor importante que observa un turista al escoger un destino vacacional, al contribuir con esta inversión conlleva al incremento de turistas y lograría un crecimiento económico.
- La secretaria de turismo de Melgar debería diseñar programas de mercadeo y publicidad que contribuyan a impulsar los destinos turísticos.
- La alcaldía debería contralar el aumento injustificado, de los precios que ofrecen los comerciantes, de los sectores de alimentos, bebidas y hoteles.
- Incentivar a la población de Melgar a promocionar los destinos turísticos del municipio atreves del voz a voz.
- Dar a conocer los atractivos turísticos que tienen Melgar, a los turistas que visitan el municipio.

BIBLIOGRAFÍA

- DANE. (2015). *DANE*. BOGOTA: POBLACION.
- Dia, e. n. (20 de 10 de 2016). www.elnuevodia.com. Recuperado el 20 de 10 de 2018
- Dinero, r. (13 de 7 de 2018). www.revista.dinero.com. Recuperado el 1 de 11 de 2018
- Melgar, a. d. (6 de 6 de 2016). alcaldía de melgar. Recuperado el 10 de 9 de 2018
- Melgar, s. t. (10 de 9 de 2018). cifras de turistas que ingresan a la ciudad. (a. rubiano, Entrevistador)
- OMT. (6 de 8 de 2017). <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>.
- Revistadinero. (2 de 9 de 2018). www.revistadinero.com. Obtenido de www.revistadinero.com
- Sampieri. (2014). metodologias de la investigacion. cartagena: interamericana editores.
- Tolima, g. d. (2011). estadistica 2011-2014. ibague: secretaria planeacion tolima.
- Varela, R. (2006) modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias
- Alcaldía de melgar. (2016). Alcaldía de Melgar. Recuperado el 10 de 9 de 2018
- Revista dinero. (2018). www.revistadinero.com. Obtenido de www.revistadinero.com
- Periódico el nuevo día. (2016). www.elnuevodia.com. Recuperado el 20 de 10 de 2018.

ANEXOS.

Modelo de la encuesta

“Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa turística que se dedicara a ofertar paquetes turísticos en la ciudad de Melgar-Tolima”.

Encuesta Realizada por los estudiantes del programan de Administración de Empresa de la Uniminuto de Dios 2018.

Genero

Masculino _____ Femenino _____

1. Con que frecuencia visita la ciudad de Melgar.

- a. Fin de semana b. Mensual c. Semestral d. Anual

2. En que rango de edad se encuentra

- a. De 18 a 26 años c. De 36 a 49 años
b. De 27 a 35 años d. Más de 50 años

3. ¿Cuánto visitas la ciudad de Melgar con quien lo haces?

- a. Amigos c. Solo
b. Pareja d. Familia

4. ¿Estaría interesado en adquirir paquetes de turismo alternativo?

Sí _____ No _____

5. ¿Qué característica debe tener la agencia turística para que sea atractivo al cliente?

a. Innovación c. Seguridad

b. Calidad d. Precios

6. ¿Qué clase de turismo le gustaría que se desarrollara en el municipio de Melgar?

a. Turismo Aventura b. Turismo Ecológico

c. Turismo extremo d. Turismo empresarial

e. Turismo cultural

7. ¿Conoce alguna empresa dedicada a ofrecer paquetes turísticos en Melgar?

a. Si b. No

8. ¿Qué actividades turísticas le gustaría encontrar en una agencia de turismo en Melgar?

a. Campamento b. Ciclismo c. Senderismo

d. Rafting e. Torrentismo f. Parapente

9. ¿Atraves de que medios publicitarios adquiere información de agencias de viajes?

- a. Televisión
- b. Radio
- c. Volantes
- d. Internet
- e. Periódicos
- d. Voz a voz

10. ¿Si en la ciudad de Melgar-Tolima se creara una empresa de paquete eco turística, estaría interesado(a) en utilizar el servicio?

- a. Definitivamente si
- b. Definitivamente no

11. ¿Cuándo adquiere un paquete turístico que desea encontrar? (Marque una sola casilla).

- a. Un servicio todo incluido. (Póliza, Almuerzo, Transporte, Implemento de seguridad)
- b. Un paquete que incluya solo actividades. (Torrentismo, parapete, rafting).

12. Cuanto está dispuesto a pagar por un paquete turístico

- a. \$ 40.000 a \$60.000
- b. \$61.000 a \$80.000
- c. \$81.000 a \$100.000
- d. Más de \$100.000

13. ¿Cómo califica el servicio turístico que brinda la ciudad de melgar?

- a. Excelente
- b. Buena
- c. Regular
- d. Mala