

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE **NATURAL TRAVEL**, UNA EMPRESA
QUE OFRECE SERVICIOS DE TURISMO DE AVENTURA ESPECIALIZADO EN EL
QUINDÍO

DIANA ASTRID QUINTERO VANEGAS

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
ESPECIALISTA EN GESTIÓN DE PROYECTOS DE DISEÑO E INNOVACIÓN

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN DE PROYECTOS DE DISEÑO E INNOVACIÓN.
PEREIRA
2017

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE **NATURAL TRAVEL**, UNA EMPRESA
QUE OFRECE SERVICIOS DE TURISMO DE AVENTURA ESPECIALIZADO EN EL
QUINDÍO

DIANA ASTRID QUINTERO VANEGAS

DIRECTORA

MG. MARLEN ISABEL REDONDO RAMÍREZ

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
ESPECIALISTA EN GESTIÓN DE PROYECTOS DE DISEÑO E INNOVACIÓN

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN DE PROYECTOS DE DISEÑO E INNOVACIÓN
PEREIRA
2017

RESUMEN

El presente proyecto es realizado en el marco de la Especialización de Gestión de proyectos de diseño e innovación, que pretende determinar la factibilidad para la creación de Natural Travel, una empresa que ofrece servicios de turismo de aventura especializados en el Quindío. Para dar desarrollo a este proyecto se determinan tres objetivos específicos que hacen parte de una ruta metodológica, para identificar las oportunidades de mercado en el sector turismo y en la región, para determinar las oportunidades de mercado, segundo, busca diseñar la propuesta de valor para ofrecer servicios de turismo de aventura especializado en el departamento, por último, se hace un proceso de validación de la estructura de diseño, financiera y de mercado para ofrecer servicios de turismo de aventura especializado haciendo una descripción del proceso de cada uno de los servicios.

PALABRAS CLAVES:

Turismo, Aventura, Deportes extremos, Puenting, Downhill, Torrentismo, Deportes especializados, Innovación, Diseño.

ABSTRACT

This project is carried out within the framework of the Design and Innovation Project Management Specialization, which aims to determine a feasibility for the creation of Natural Travel, a company that offers adventure tourism services in Quindío. To develop this project, three specific objectives are determined that are part of a methodological route, to identify market opportunities in the tourism sector and in the region, to determine market opportunities, second, we look for the value proposition for services of adventure tourism services in the department, finally, a process of validation of the structure of design, financial and market is made to offer specialized tourism services making a description of the process of each of the services.

KEYWORDS:

Tourism, Adventure, Extreme Sports, Bungee Jumping, Downhill, Torrentism, Specialized Sports, Innovation, Design.

TABLA DE CONTENIDO

	Capítulo I
1. INTRODUCCIÓN	9
2. OBJETIVOS	10
2.1 OBJETIVO GENERAL	10
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
3. JUSTIFICACIÓN	11
4. BASES TEÓRICAS	13
4.1 MARCO REFERENCIAL	13
4.1.1 Tipos de turismo	14
4.1.2 Plan sectorial de turismo 2014 – 2018	15
4.1.3 Programa transformación productiva PTP	16
4.2 MARCO CONTEXTUAL	20
4.3 MARCO CONCEPTUAL	24
4.4 MARCO LEGAL	25
	Capítulo II
5. MACRO ENTORNO	28
5.1 FUERZA POLÍTICA	28
5.2 FUERZA ECONÓMICA	30
5.3 FUERZA SOCIAL	31
5.4 FUERZA TECNOLÓGICA	33
5.5 FUERZA ECOLÓGICA	34
6. ANALISIS CAMPOS ESTRATÉGICOS DEL SECTOR	35

7.	PLAN ESTRATÉGICO	55
7.1	ROLES ADMINISTRATIVOS	56
7.2	ESTRUCTURA DE TRABAJO	58
8.	DISEÑO DEL PRODUCTO	65
8.1	SERVICIOS	66
8.1.1	Puenting	66
8.1.2	Torrentismo	69
8.1.3	Downhill	73
8.2	PROPUESTA DE VALOR	81
8.3	PLAN DE MERCADEO	84
8.4	PLAN DE FINANZAS	89
9.	BIBLIOGRAFÍA	97

TABLA DE TABLAS

Tabla 1 Motivos de viaje (migración Colombia)	21
Tabla 2 Descripción Registros Nacionales de Turismo en Colombia	22
Tabla 3 Operadores de turismo Quindío y Risaralda	22
Tabla 4 Campos estratégicos Diamante de Porter	40
Tabla 5 Matriz de requisitos legales.....	42
Tabla 6 Controles operativos	57
Tabla 7 Roles y responsabilidades plan estratégico.....	57
Tabla 8 Estructura de trabajo	58
Tabla 9 Medición de resultados e indicadores del proyecto	63
Tabla 10 Protocolos de seguridad	78
Tabla 11 Objetivos de mercadeo	84
Tabla 12 Plan de mercadeo / Servicio	85
Tabla 13 Plan de mercadeo / Precio.....	86
Tabla 14 Plan de mercadeo / Canales de distribución	87
Tabla 15 Plan de mercadeo / Comunicación	88
Tabla 16 Publicidad mezcla de mercado	88
Tabla 17 Referencias Económicas Colombia 2013 - 2017	89
Tabla 18 Línea de producción - Capacidad de producción	90
Tabla 19 Inversión inicial.....	91
Tabla 20 Costos directos del servicio Downhill	92
Tabla 21 Costos directos del servicio Torrentismo	92
Tabla 22 Costos directos del servicio Puenting.....	93
Tabla 23 Resumen de costos por servicio	93
Tabla 24 Costos fijos mensuales	94
Tabla 25 Costos variables mensuales	94
Tabla 26 Proyección utilidades temporada alta	94
Tabla 27 Proyección utilidades temporada baja	95
Tabla 28 Resumen Ingresos - Egresos primer año	96
Tabla 29 Resultados VPN - TIR	96

TABLA DE GRÁFICAS

Gráfica 1 Identificación de oportunidad frente a la competencia	23
Gráfica 2 Diamante competitivo de Porter.....	41
Gráfica 3 Estructura de trabajo - Tareas programadas	61
Gráfica 4 Diagrama de funcionamiento	62
Gráfica 5 Propuesta de valor.....	82
Gráfica 6 Aliados estratégicos	83

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Indicadores Turismo del boletín de turismo en Colombia	20
Ilustración 2 Portafolio de servicios	66
Ilustración 3 Puenting en práctica Puente de la Explanación en Salento Quindío	67
Ilustración 4 Puenting en práctica Puente de la Explanación en Salento Quindío	68
Ilustración 5 Puenting en práctica Puente de la Explanación en Salento Quindío	69
Ilustración 6 Torrentismo en práctica Cascada Santa Rita en Salento Quindío	71
Ilustración 7 Torrentismo en práctica Cascada Santa Rita en Salento Quindío	71
Ilustración 8 Torrentismo en práctica Cascada Santa Rita en Salento Quindío	72
Ilustración 9 Torrentismo en práctica Cascada Santa Rita en Salento Quindío	73
Ilustración 10 Downhill en práctica Cerro de las tres cruces Cali.....	75
Ilustración 11 Downhill en práctica Cerro de las tres cruces Cali.....	76
Ilustración 12 Downhill en práctica Cerro de las tres cruces Cali.....	77
Ilustración 13 Downhill en práctica Cerro de las tres cruces Cali.....	78

1. INTRODUCCIÓN

En el marco de la especialización en Gestión de proyectos de diseño e innovación, se desarrolla la investigación para determinar la factibilidad para la creación de la empresa Natural Travel, la cual es un proyecto direccionado al ecoturismo de aventura especializado, en la que se le brindará al cliente una experiencia de vivir escenarios naturales extremos, retos personales, contando con toda la seguridad requerida, garantizando la sostenibilidad de los ecosistemas y la protección de los espacios explorados en el departamento del Quindío.

Para el desarrollo de esta investigación se busca generar una propuesta de valor para ofrecer los servicios de turismo de aventura especializados en el Quindío, validando las oportunidades en el mercado de posicionar y mantener la marca, centrados en la experiencia de usuario.

Partiendo de la pregunta ¿Es factible la creación de **Natural Travel**, una empresa que ofrece servicios de turismo de aventura especializado en el Quindío?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la creación de Natural Travel, una empresa que ofrece servicios de turismo de aventura especializados en el Quindío.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las oportunidades en el mercado para ofrecer servicios de turismo de aventura especializado en el departamento del Quindío.
- Diseñar la propuesta de valor para ofrecer servicios de servicios de turismo de aventura especializado en el departamento del Quindío.
- Validar la estructura de diseño, financiera y de mercado para ofrecer servicios de turismo de aventura especializado en el departamento del Quindío.

3. JUSTIFICACIÓN

Colombia es un país biodiverso y multicultural, de allí que como colombianos tenemos la obligación de velar por la preservación de estos recursos naturales y por nuestros entornos culturales, ya que por esta condición geográfica tan diversa somos eje de atención de visitantes del mundo y de nuestro país para descubrir y vivenciar de primera mano esta biodiversidad. Además, explorar cómo desde las diferentes costumbres se aporta al enriquecimiento de nuestro país, potenciando diferentes sectores productivos aportando un valor único desde la autenticidad, las experiencias, las materias primas, los procesos de producción, el sentido autóctono y la transmisión de valores, recetas, vestuarios, entornos naturales, marroquinería, entre otros. Por ello es importante que desde las políticas públicas de desarrollo económico y productivo en el país, se orquestan estrategias para organizar estos sectores, resaltando la importancia cultural y la sostenibilidad del turismo para garantizar la protección de los ecosistemas y de las comunidades.

Con referencia a lo anterior, se toma como fuente el informe de gestión de programas de transformación productiva del año 2013 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT, 2013), y el plan sectorial de turismo 2014-2018 los cuales tienen como objetivo brindar un consolidado a los diferentes sectores productivos, en el que se expresa y se describe la situación, proyección y avance que tienen a nivel nacional y a nivel global las oportunidades de transformación productiva a las que principalmente se apuesta en el país, potenciando la competitividad y generando estrategias para financiar, orientar, acompañar y brindar los recursos humanos, intelectuales y de infraestructura para estos procesos y llevar a cabo su desarrollo.

Así mismo, mediante este informe se busca dar referencia sólida al marco económico y dar inicio a la exploración del sector turismo de naturaleza, el cual es el objetivo de estudio e investigación para este proceso de construcción de proyecto de innovación, de allí, la importancia de reconocer nuestro contexto, para examinar las principales oportunidades de negocio. Teniendo como precedente que el sector turismo es una actividad económica que

durante el 2016 tuvo un crecimiento del 9%, con una proyección de aumento de visitantes a 2030 de 1.800 millones de visitantes extranjeros en relación a 1950 que se tenía una cifra de 25 millones de visitantes.

El plan nacional de desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país” apunta a fortalecer en Colombia los territorios de paz y seguridad, generando un escenario preciso para fomentar el turismo y promover la visita de turistas al país, el proyecto tiene tres pilares fundamentales, paz, equidad y educación, también contiene seis estrategias transversales: competitividad e infraestructura (\$189.047.971); movilidad social (\$310.437.580); transformación del campo (\$49.271.574); seguridad, justicia y democracia para la construcción de la paz (\$137.416.535); buen gobierno (\$8.230.629) y crecimiento verde (\$9.530.97) (<https://www.ambitojuridico.com/BancoConocimiento/Administrativo-y-Contratacion/este-es-el-plan-de-desarrollo-2014-2018-aprobado-por-el-congreso>). Mejorando la expectativa de inversión extranjera en el país y mejorando los índices de competitividad, brindando pertinencia y oportunidad al proyecto.

4. BASES TEÓRICAS

4.1 MARCO REFERENCIAL

Para referenciar el turismo, como concepto principal de este proyecto se define según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. El turismo según la definición de la OMT 1994, se entiende el “conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos, y no por otros motivos lucrativos”.

Destacando a los factores esenciales que explican al turismo como actividad y como sector económico, Boullón (1985) señala, que es la consecuencia de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre. Su naturaleza la concibe ligada “a los viajes que se realizan como una de las formas de aprovechar el tiempo libre”. Boullón (1985) sitúa al turismo como un fenómeno históricamente condicionado; se detiene en las causas socioeconómicas del mismo, al puntualizar que la cantidad de tiempo libre ha ido variando de un modo oscilatorio a lo largo de la historia, propiciando a partir de las condiciones económicas y sociales que se generan en las sociedades capitalistas del siglo XX, la división de este tiempo - al menos para una parte de la sociedad - en dos grandes categorías: “turismo y recreación”. Así, la existencia del turismo la entiende como “un movimiento espontáneo por el cual la iniciativa privada, primero, y el poder público después, fueron resolviendo las necesidades de los viajeros, al incorporar cada vez un mayor número de servicios destinados a aumentar el confort del turista y a multiplicar sus oportunidades de diversión”.

En este mismo sentido, se puede decir que las definiciones reflejan las necesidades, motivaciones y actitudes de las personas, que las conducen a emprender un viaje fuera de su lugar de residencia, y el número de posibilidades que se abren para las empresas prestadoras de

servicios de turismo para darle cobertura generando experiencias que lleguen a sus sentidos y cumplan sus expectativas frente a el servicio y sus deseos cumplidos.

Por ello es importante comprender que hacer turismo es más que llegar a un lugar de ensueño, reservar habitaciones en hoteles o comprar paquetes turísticos. El turismo es una experiencia holística que, según Jafari (1985) (citado por Laplante, 1996), permite que el turista se hunda en una relación dialéctica entre lo ordinario y lo mágico. Así, para el viajero, la experiencia turística representa una liberación de su cotidianidad que lo lleva a disfrutar de un mundo animado, en contacto con la naturaleza, con escenarios diferentes, en los que el valor primordial es la tranquilidad, la seguridad y la comodidad. Así, la cultura turística del individuo es constantemente incorporada a su vida cultural cotidiana (Laplante, 1996).

4.1.1 Tipos de turismo

Turismo de aventura: Este tipo de turismo implica la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el viajero puede esperar lo inesperado. Este tipo de viajes nos permiten visitar desiertos, playas, volcanes, lagos, ríos, así como practicar deportes de aventura. En este segmento el turista puede encontrar y satisfacer su búsqueda por mejorar su condición física, reducir la tensión y por lo tanto mejorar su estado emocional y físico, así como vivir la experiencia de “logro” al superar un reto impuesto por la naturaleza, en donde la experiencia es sólo entre la naturaleza y el turista, por lo tanto quedan excluidas las competencias deportivas o denominadas actividades “extremas”, en donde el reto es contra el tiempo o contra el hombre mismo.

Turismo cultural: contempla como uno de sus objetivos, el conocimiento de bienes del patrimonio cultural, lo cual en efecto puede hacer parte de la industria cultural dada su contribución como generador de sociedad y de producto económico (disfrute y comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos).

Turismo rural: es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realzando la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos. Complementa las actividades económicas tradicionales y permite el intercambio positivo entre visitantes y receptores. No vincula a los visitantes con las Actividades agropecuarias. Las motivaciones: contemplativo, paisajístico, recreación y descanso

Agroturismo: Vinculación a las labores del campo. Turismo activo, dinámico. Su principal motivación es la vinculación de los turistas con las actividades económicas tradicionales.

Ecoturismo: actividad dirigida y controlada que respeta el patrimonio natural y cultural, se desarrolla dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible, busca la educación y esparcimiento mediante la observación y estudio de los valores del lugar y su desarrollo debe generar recursos para su preservación y para la comunidad aledaña. El ecoturismo es aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible.. que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza. (Ley 300 de 1996 artículo 26)

4.1.2 Plan sectorial de turismo 2014 – 2018

Por otra parte, se toma como referencia el informe del PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2014-2018 (Turismo para la construcción de la paz) del MINCIT y DNP en la pág. 15. Al referir “el informe 2013 del Foro Económico Mundial, denominado Ranking de Competitividad de la Industria de los Viajes y el Turismo sobre la industria de los viajes y el turismo, demuestra cómo éste sector se constituye en un gran dinamizador de la oferta de empleo en el mundo, generando uno de cada once puestos; no obstante lo anterior, los procesos de apertura e integración de mercados a nivel mundial, exigen mayor efectividad y competitividad en los sectores productivos de los países.” (MINCIT D., 2014).

Así mismo, según en este informe se menciona en la pág. 5 que “Las cifras son reveladoras; entre el 2010 y el 2013, en promedio, el país ha sido destino receptor de más de 3 millones de viajeros extranjeros por año por motivos turísticos, y ha recibido por este concepto, US\$ 12.877 millones en divisas en el mismo período” (MINCIT D. , 2014) lo cual evidencia un avance y una oportunidad de fortalecer el sector y de liderar con modelos de sostenibilidad para explorar diferentes experiencias para los usuarios.

El triángulo del café está conformado por los departamentos de Caldas, Quindío y Risaralda en el centro del país y es llamado así porque en esta región de Colombia nace el mejor café del mundo. La población es de aproximadamente 1,1 millones de habitantes. Productos y Segmentos: Historia y Cultura (cultura cafetera); Turismo de Naturaleza: Turismo de Aventura, Avistamiento de Aves, Agroturismo, Turismo Rural y Ecoturismo. Turismo de Negocios en las ciudades de los departamentos que lo conforman. Oportunidades: Hoteles ecológicos y temáticos. Hoteles con servicios limitados y selectivos en las ciudades de Pereira, Armenia y Manizales para negocios. No hay presencia de marcas internacionales.

4.1.3 Programa transformación productiva PTP

En relación a lo anterior, es importante resaltar según el PTP (MINCIT, 2013) que si bien, el sector está en crecimiento, para crear y articular un plan de negocio de turismo es importante generar una estrategia con un valor único agregado, competitivo y sostenible, que le apueste al mejoramiento de las comunidades, la conservación de los entornos naturales y recursos naturales, al garantizar el fortalecimiento de estos modelos sostenibles con valor único agregado se interviene como un sector de proyección internacional, con miras al posicionamiento de marcas y servicios.

Para ello, es importante generar planes de negocio articulados que resalten las características propias de cada región del país, así como de sus lugares de interés cultural, de aventura, patrimonio, lugares icónicos, modulando de forma estratégica una variedad de servicios que proponga al usuario comodidad, una experiencia y sensaciones únicas.

Para llevar a cabo una planeación y articulación efectiva se propone el invertir teniendo en cuenta los siguientes puntos: (Venegas, 2012)

- Identificar las zonas naturales protegidas
- Normas y reglamentos ambientales
- Manejo efectivo de las herencias culturales
- Recursos naturales y estrategias de conservación
- Los cambios de patrones de consumo a nivel mundial y local
- Seguridad y reglamentación de actividades de aventura

Debido a que cada uno de estos factores se pueden convertir en posibilidades o desventajas según como sean asumidos y resueltos en los procesos de creación de plan de negocio. Debido a que al pensar en una experiencia que articule el transporte, hospedaje, aventura, diversión, cultura, entre otros, se está ampliando un portafolio de servicios con alianzas estratégicas que potencien la rentabilidad del servicio y que como sector se apunte a la construcción colectiva de la calidad y el posicionamiento de marcas y reconocimiento como destino preferido de aventura y descanso por los turistas. Por otra parte, las alianzas estratégicas con otros sectores prioritarios como el sector de Software y TI, Tercerización de Procesos de Negocio (BPO&O), esto es vital para dar paso a la generación valiosa de difusión y creación de procesos transversales que eleven valores agregados para una mejor experiencia.

Además cabe resaltar que el PTP (MINCIT, 2013) describe los 32 departamentos de Colombia con potencial para el desarrollo de actividades de turismo, pero basados en las tendencias y necesidades del turismo nacional e internacional, se definen 15 departamentos como prioridad para avanzar en los procesos de calidad, monitoreo y enfoque para los planes de acción de parte de los entes territoriales para detectar oportunidades y fortalecer el turismo de aventura, ofreciendo un valor agregado de innovación que garantice el posicionamiento de la región como líder en turismo de aventura sostenible. En este caso aprovechando el paisaje cultural cafetero como puerta para el desarrollo de actividades como kayaking, rafting, puentes colgantes, cabalgatas ecológicas, balsaje, camping, rappel o torrentismo, ciclomontañismo, cuerdas altas, caminatas trekking, entre otras. Tomado de: (Quindío turismo, s.f.). Teniendo

como referencia que según el DANE en el segundo trimestre de 2014, los ingresos nominales de las agencias de viajes aumentaron en 4.5%, y el personal ocupado en 5.7% con relación a igual trimestre en 2013 y que el sector de la construcción de hoteles era de 726.088 metros cuadrados de áreas culminadas con destino a hotel y se encontraron 8.116.548 más en proceso de construcción, siendo 2010 el año de mayor dinamismo con un crecimiento de 78,1%. (Tomado de (MINCIT D. , pág. 21, 2014)

Para el desarrollo de estas actividades se deben acoger las normas y regularización ambiental del Ministerio de comercio, industria y turismo, frente a la seguridad y sostenibilidad de estos recursos naturales que serán escenario del desarrollo de las actividades de aventura, mencionando específicamente los límites y estructuración de planes de interacción del usuario con la flora y fauna protegida, los límites de acceso en número y cantidad de usuarios para ingresar a zonas protegidas, ejecutar planes de acción que garanticen la seguridad y confort del usuario en los espacios que se visiten, además garantizar la seguridad, armonía y respeto a las comunidades nativas intervenidas y la protección de los recursos naturales. Esto como resultado del intercambio de experiencias de la Federación Colombiana de Ecoparques, Ecoturismo y Turismo de Aventura (FEDEC) con otros países que mejoran y amplían la visión para la ejecución de estrategias regionales.

Entre las metas a ejecutar desde el 2014, explícitas según el PTP (MINCIT, 2013:

- Fortalecer las rutas de destino y definir alianzas que potencien un plan de acción enfocado al desarrollo turístico de la región.
- Motivar las inversiones para los empresarios regionales y las comunidades para potenciar sus ideas de negocio, teniendo como líder Bancoldex y buscar incentivos para estas entidades.
- Capacitar, orientar y acompañar a los empresarios y emprendedores en la formación para la creación de empresa, desarrollo de estrategias sostenibles, emprendimiento y creación de alianzas estratégicas.

- “Se iniciará el proceso de un piloto dentro del Marco de Cualificaciones Nacional, en conjunto con el Ministerio de Educación, el Ministerio de Trabajo, el SENA y el Viceministerio de Turismo, que busca generar procesos de formación para el trabajo que aporten efectivamente al fortalecimiento de los empresarios.” (MINCIT, pág. 97, 2013)

Para concluir, tomando como fuente estos informes para reconocer el marco económico de este sector productivo, se identifica en párrafos anteriores una descripción de las actividades a desarrollar, las alianzas estratégicas, la articulación con entidades públicas, privadas y con otros sectores, los puntos claves para tener en cuenta en los planes de acción identificando las rutas de sostenibilidad que las políticas públicas aportan al sector en Colombia. Además referenciados en la evolución normativa que rige esta actividad, textualmente cito “Ley 60 de 1968, que determinó la importancia del turismo como generador de divisas, empleo y como industria fundamental para el desarrollo económico del país; la posterior Ley 300 de 1996 – Ley marco de turismo, y las sucesivas reformas de las leyes 1101 de 2006 y 1558 de 2012, aún con períodos de decrecimiento, producto del conflicto armado,” (MINCIT D., 2014) pág. 5-6. Por otro lado, el número de inversiones en infraestructura para el turismo que ha tenido Colombia en los últimos años, producto de la gestión de campañas que visibilizan la bio diversidad en recursos naturales y culturales con las que cuenta el país, además de las oportunidades en vivir experiencias reales de diferentes ecosistemas en un solo país.

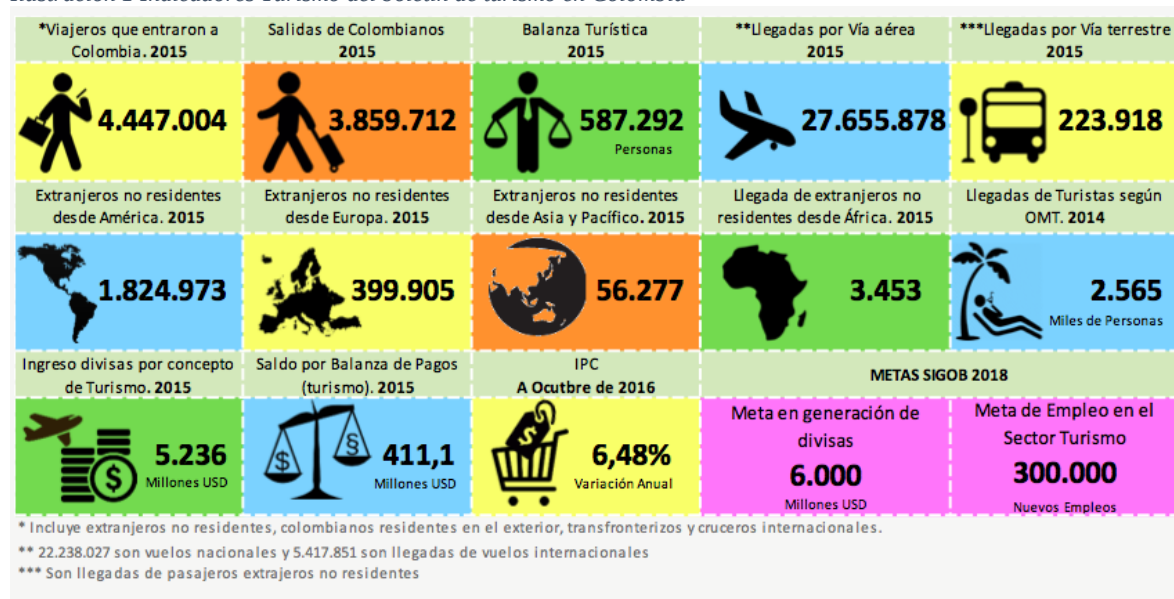
Esto también como resultado de diferentes políticas públicas que aportan a la sostenibilidad del sector, ahora en la transición de coyuntura social y política del país, respecto al tema de construcción de paz, Colombia potencia el sector del turismo como ventana al mundo en muestra de procesos de inversión social y prosperidad de un país en vías al desarrollo, invirtiendo en el turismo de sus zonas aporreadas por el conflictos y ahora en procesos de transformación de los territorios en mira de ser destino turísticos potenciales.

4.2 MARCO CONTEXTUAL

Durante el proceso de exploración de diferentes alternativas para la creación y construcción de una idea de negocio innovadora que aporte a la región y además que sea sostenible y viable, se toma el turismo de aventura como una idea para potenciar, enmarcada entre los sectores del programa de transformación productiva prioritarios en el país, aportando significativamente al crecimiento económico de quienes proveen estos servicios de turismo en la región, cabe mencionar que los avances dados en este sector apuntan a la certificación de calidad de los procesos y de los empresarios en este campo.

Según lo anterior, se describen los indicadores de turismo en Colombia, según el boletín mensual de turismo de enero 2017, de la oficina de estudios económicos del MINCIT dados en la siguiente imagen:

Ilustración 1 Indicadores Turismo del boletín de turismo en Colombia



A partir de los datos de Migración Colombia, el motivo de viaje de mayor participación fue: Vacaciones, recreo y ocio 76,3%, seguido de Negocios y motivos profesionales 13,2%. En lo corrido del año se presenta un crecimiento de 14,9% de llegadas respecto al año anterior.

Tabla 1 Motivos de viaje (migración Colombia)

Motivos de Viaje- Clasificación Migración Colombia					
Motivo	2015-2016		Enero		Var 17/16
	2015	2016	2016	2017	
1_Vacaciones, recreo y ocio	1.617.594	1.874.843	127.938	176.842	38,2%
9_Negocios y motivos profesional	414.094	409.441	27.762	30.676	10,5%
8_Otros motivos	182.230	231.398	40.111	17.860	-55,5%
3_Educación y formación	53.731	58.165	4.449	4.487	0,9%
4_Salud y atención médica	10.423	14.339	759	1.275	68,0%
7_Tránsito	8.487	3.302	360	300	-16,7%
5_Religión y peregrinaciones	1.783	1.569	292	290	-0,7%
10_Trabajo	-	-	-	-	
2_Visitas a familiares y amigos	-	-	-	-	
6_Compras	-	-	-	-	
Total	2.288.342	2.593.057	201.671	231.730	14,9%

Fuente: Migración Colombia. Extranjeros no residentes. Cifras organizadas acumulado último año.

De acuerdo con el programa de transformación productiva del país (PTP), en el que para sector turismo están priorizados 59 (cincuenta y nueve) municipios en toda Colombia, entre los que hay 3 (tres) municipios priorizados en Risaralda y 3 (tres) municipios priorizados en Quindío, lo que aumenta la pertinencia de este proyecto y la viabilidad del mercado y del fortalecimiento del sector en la región.

Profundizando en la dinámica del sector turismo en Colombia, según los registros nacionales de turismo al finalizar el año 2015 la cifra reportada ante el MINCIT es de 24.010 RNT, es de aclarar que estos registros están vinculados a cualquier tipo de actividad relacionada con el turismo, de estos registró estaban establecidos 204 RTN en el Quindío y 258 RTN en Risaralda, filtrando entre estos registros solo los que están en el ejercicio de turismo de aventura, encontramos la cifra de 5.255 a nivel nacional, específicamente para los departamentos de Risaralda y Quindío encontramos un registro de 90 y 114 RTN respectivamente.

En este sentido, especificando entre las actividades que tienen estos 5.255 prestadores de servicios de turismo de aventura en Colombia, se clasifican en tres tipos de prestación de servicios, están las Mixtas que tienen la capacidad de operar y comercializar el servicio de turismo de aventura y el ecoturismo, están las que solo operan y están las que solo comercializan, aquí se incluyen las agencias de viajes, parques temáticos, centros recreativos, ecohoteles, entre otras. Siendo los prestadores de servicio de turismo mixtos y los que solo operan nuestra principal competencia focalizada en los departamentos de mayor impacto para nuestro portafolio de servicios, que son Risaralda y Quindío, proyectados frente a los municipios priorizados por el PTP.

Se presenta la siguiente tabla para ampliar la información de los operadores.

Tabla 2 Descripción Registros Nacionales de Turismo en Colombia

	Colombia	Quindío	Risaralda
Registros Nacionales de turismo	5.255	114	90
Prestador Mixto	2697	63	51
Solo Opera	859	22	10
Solo Comercializa	1699	18	29

Por otra parte, ubicando la competencia directa de nuestro portafolio de servicios encontramos en el sector cuatro tipos de prestadores de servicio que se dividen en: Agencias de viajes, operadores de guianza profesional, sitios de alojamiento/hospedaje y hoteles con actividades de turismo de aventura y ecoturismo, se planea que estos operadores sean parte de nuestros aliados estratégicos para potenciar nuestros servicios y posicionar la marca.

A continuación se hace una descripción de el número de operadores que hay registrados hasta el año 2016 según el Dane.

Tabla 3 Operadores de turismo Quindío y Risaralda

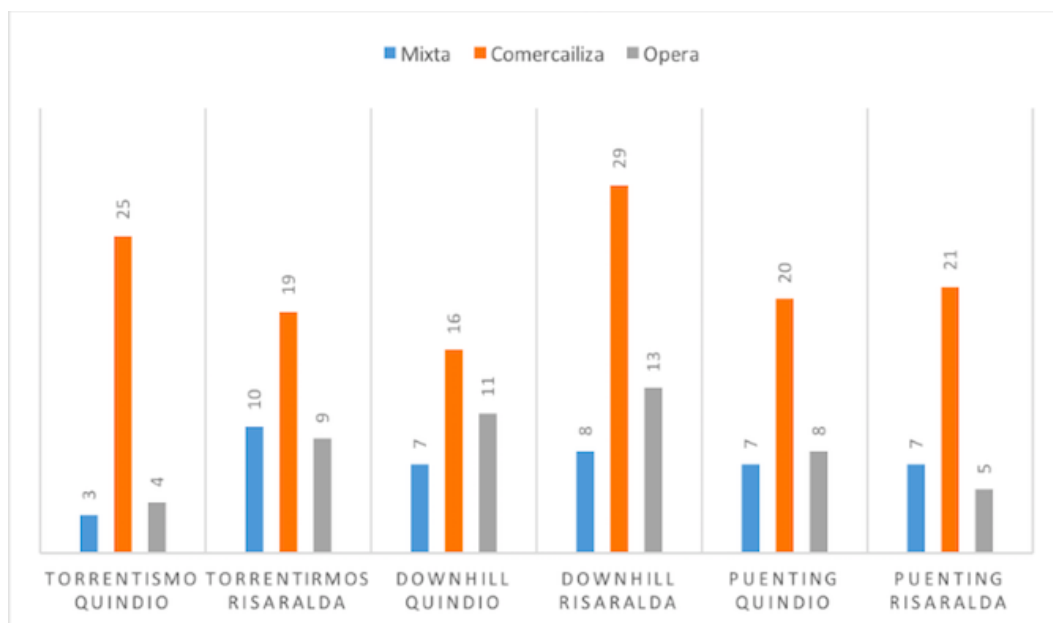
	Quindío	Risaralda
Agencias de viajes	73	62
Guianza profesional	20	16

Alojamiento - Hospedaje	103	152
Hoteles con actividades de turismo de aventura y ecoturismo	25	14

Observando los indicadores de turismo para Colombia, obteniendo la información de diversas fuentes tanto públicas como privadas, con el fin de evaluar los indicadores de competitividad anual y partiendo de esta información establecer un plan de mercadeo y las estrategias frente a la competencia, por ello se hace indispensable reconocer desde el ámbito nacional hasta el local las cifras y comportamientos del sector, en este caso, se hará una descripción de oportunidades frente a la competencia que hay en cada uno de los servicios de aventura que se pretenden prestar en los departamentos de Risaralda y Quindío.

Nuestro portafolio describe tres servicios principales que son el Torrentismo, el Downhill y el Puenting, ahora bien, en la siguiente gráfica se especifica cómo se da la competencia directa entre los prestadores de servicios de turismo mixtos, los que comercializan y los que operan, para cada uno de los servicios y en cada departamento.

Gráfica 1 Identificación de oportunidad frente a la competencia



En esta gráfica se puede observar, el número de prestadores de servicio que hay por cada deporte, haciendo pertinente y viable la entrada al mercado de nuestra marca, en el sentido que hay oportunidad frente al número de operadores que hay actualmente.

Para concluir, se evalúa también las variables que caracterizan a nuestra competencia directa, categorizada en dos segmentos principales que son sitios turísticos y agencias de viajes, para ello se definen catorce variables del servicio en un rango de 0 a 10 puntos, frente a la prestación del servicio, con el objetivo de tener una curva de valor del negocio actual y referenciar nuestra propuesta de valor frente a las dinámicas del sector.

4.3 MARCO CONCEPTUAL

Turista: ‘Toda persona que viaja a un sitio distinto de su residencia habitual y ajeno a su entorno habitual, por un período mínimo de una noche y no superior a un año, y cuyo principal motivo de visita no sea ejercer una actividad remunerada en el país visitado. El término abarca a las personas que viajan por ocio, recreo o vacaciones para visitar familiares o amigos, por negocios o motivos profesionales. Por tratamiento de salud, por religión, peregrinación u otros motivos’. No se consideran turistas a aquellas personas que se encuentran de paso, desplazados, diplomáticos, viajes de rutina, personal fuerzas armadas, viajeros temporales (OMT, 1994).

Turismo: Conjunto de relaciones entre turistas, empresarios, entidades del gobierno en el origen y el destino, comunidades receptoras, instituciones educativas, organizaciones no gubernamentales, y entre los procesos de atracción, transportación, alojamiento, y administración de esos turistas y visitantes (Weaver y Oppermann, 2000). Conjunto de actividades que contribuyen al descanso, que ofrecen la posibilidad de conocer y entrar en contacto con otras culturas, con las expresiones humanas y con la naturaleza diferentes a lo cotidiano, se interpreta como un producto socio cultural y del derecho que tienen los seres humanos a disponer del tiempo libre en la búsqueda de su satisfacción personal y el disfrute de los bienes que proporciona la naturaleza y la sociedad. Actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un período de tiempo [sic] consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos (OMT, 1994).

Industria del turismo: Conjunto de industrias y actividades comerciales que producen bienes y servicios total o principalmente para el consumo turístico como alojamiento, transporte, alimentos y bebidas, agencias de viaje, operadores de turismo, atracciones comerciales,

merchandising, artesanías y recuerdos, que suceden en el origen y en el destino (Weaver y Oppermann, *op.cit.*).

Industrias culturales: según la UNESCO, son actividades de producción y comercialización que tienen como materia prima una creación protegida por el derecho de autor... con impactos como ‘generador de sociedad’, que implica, entre otros procesos de conocimiento y aprendizaje y ‘generador de producto económico’, por su posibilidad de generar riqueza económica susceptible de ser apropiada privadamente y su contribución al crecimiento económico (Ministerio de Cultura y CAB, 2001).

Dimensión económica: produce efectos en las comunidades -ingresos, empleos e inversión-. ‘Es una libre transferencia de personas y de réditos, entre países y localidades, originada durante un tiempo en el cual se realizan actos particulares de consumo’ (Bertolino Alberto, Citado por Sessa, 1988)

Dimensión social: satisfacción de una necesidad más allá de las básicas, consistente en el deseo de conocer cosas nuevas. El ser humano aspira a obtener tal satisfacción mediante el uso de ciertos servicios y la contemplación de unos bienes considerados como objetos. ‘El turismo es un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia temporal de personas fuera de su lugar de residencia habitual, sin que sean motivadas por el lucro’ (Hunziker y Krapf, citado por Jiménez Luis Fernando, 1990).

Dimensión cultural: intercambio que se produce entre visitantes y comunidad anfitriona o receptora. ‘... portador de valores culturales, históricos y de identidad y respeto, en la medida que recuerda que ‘las civilizaciones se han enriquecido con el itinerario de los individuos y grupos, [y] que las culturas se hubieran agotado en sí mismas de no haber existido viajeros’. Cuando se habla del turismo cultural la finalidad del viaje se orienta al aprendizaje, a la adquisición de conocimientos y a la valoración y respeto por las culturas y sus manifestaciones (UNESCO, 1996).

Dimensión ambiental: ‘El desarrollo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida’ (OMT, 1999). ‘También se afirma que ‘el consumo actual no puede financiarse incurriendo en deudas económicas que otros tendrán que reembolsar en el futuro. Debe invertirse en la salud y en la educación de la población actual a fin de no llegarle una deuda social a las generaciones futuras. Y los recursos naturales deben utilizarse de tal forma que no creen deudas ecológicas al sobreexplotar la capacidad de sostenimiento y producción de la tierra’ (PNUB, 1992)

MARCO LEGAL

En la Constitución Política de 1991, existen leyes que incorporan principios y artículos para el manejo de la biodiversidad, Ley 300 de 1996. 1. Ley que puntualiza los principios generales del turismo 2. Formula la política y planeación del turismo y su descentralización en los diferentes niveles del Estado. 3. Se crea el Fondo de Promoción Turística. 4. Fomenta la calidad del sector turístico. 5. Derechos y deberes de los prestadores de servicios turísticos. tomado de Ley General de Turismo. Fuente: MCIT. Leyes 1995-1999. Documentos Corporativos. Normatividad.

La ley 300 de 1996 creó el Fondo de Promoción Turística de Colombia que es una cuenta especial en la que se depositan dineros de los empresarios (contribución parafiscal) y del Gobierno (presupuesto nacional) destinados a la promoción y competitividad del turismo colombiano. A estos dineros se accede mediante proyectos, siguiendo los lineamientos del documento “Turismo y desarrollo: un compromiso nacional; política de competitividad, mercadeo y promoción turística de Colombia” que establece el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Ley 388 de 1997: Por la cual se modifica la Ley 9 de 1989, y la Ley 2 de 1991 y se dictan otras disposiciones. (Uso de suelo)

Decreto 2395 de 1999. Por el cual se reglamenta la Ley 300 de 1996 en lo relacionado con la inscripción en el Registro Nacional de Turismo de los establecimientos gastronómicos, bares y negocios similares de interés turístico.

Resolución 220 de 1999. Por la cual se deroga la resolución numero 001 del 4 de agosto de 1997 y se reglamenta el Consejo Profesional de Guías de Turismo.

Se otorga desde la Ley 1101 de 2006. Ley que modifica la Ley 300 de 1996. Fuente: página web del MCIT. Leyes 2006. Documentos Corporativos. Normatividad promueve:

1. Incentivos para la inversión en turismo
2. Banco de Proyectos otorga mayores recursos para las entidades territoriales
3. Nuevo impuesto de entrada al país para turistas extranjeros.
4. Más aportantes parafiscales para el turismo.

Entre otros beneficios que otorga el gobierno para incentivar el crecimiento del sector, esta: Los servicio de ecoturismo certificados por el Ministerio del Medio Ambiente o autoridad competente están exentos de renta hasta el 31 de diciembre de 2022 (artículo 207-2 numeral 5) Para efectos de este beneficio se entiende por servicios de ecoturismo las actividades organizadas, directamente relacionadas con la atención y formación de los visitantes en áreas con atractivo natural especial, que comprenden (Decreto 2755 de 2003 artículo 10 y siguientes): Alojamiento y servicios de hospedaje e Interpretación del patrimonio natural.

Ley 1558 de 2012 promueve:

1. Prioriza la calidad en servicios y destinos turísticos.
2. Establece destinación del impuesto de timbre para inversión social.
3. Instaure la obligación de la NTS Sostenibilidad y Turismo de Aventura.
4. Protección al turista y al usuario de servicios aéreos.

5. Establece que los Guías turísticos deberán cumplir requisitos del Registro Nacional de Turismo.

Ley 1225 de 2008: Por la cual se regulan el funcionamiento y operación de los parques de diversiones, atracciones o dispositivos de entretenimiento, atracciones mecánicas y ciudades de hierro, parques acuáticos, temáticos, ecológicos, centros interactivos, zoológicos y acuarios en todo el territorio nacional y se dictan otras disposiciones.

La División de Normalización y Control del Viceministerio de Turismo regula las empresas del sector turístico y las sanciona, así mismo mediante la resolución 135 de 2016 se dicta el código de ética de la profesión de guianza turística.

DECRETO 2438 DE 2010 (Julio 9) "Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la responsabilidad de las Agencias de Viajes en la prestación de servicios turísticos".

Decreto 053 de 2002, el Gobierno Nacional reglamentó la prestación de los servicios turísticos de las agencias de viajes, con el objetivo de proteger los derechos de los usuarios.

Decreto 4000 de 2004: Por el cual se dictan disposiciones sobre la expedición de visas, control de extranjeros y se dictan otras disposiciones en materia de migración.

Decreto 377 de 2013: Por el cual se reglamenta la protección de datos suministrados por el usuario.

Resolución 3860 de 2015, la cual reglamenta el cumplimiento de la norma técnica sectorial para las actividades del denominado turismo de aventura y las sostenibilidad turística.

La ley 1558 de 2012 en el artículo 26 establece la obligación de las entidades prestadoras de servicios de turismo en contratar guías que estén certificados e inscritos en el registro nacional de turismo.

Por otra parte está la ordenanza 031 de 2007 en el Quindío: Por medio de la cual se adopta la normatividad para establecer requisitos mínimos de instalaciones y servicios para el funcionamiento de los alojamientos rurales del departamento del Quindío. También la ordenanza 025 de 2009 en el Quindío: Por medio de la cual se adoptan requisitos mínimos de instalaciones y servicios para el funcionamiento de los alojamientos urbanos del departamento del Quindío.

5. MACRO ENTORNO

5.1 FUERZA POLÍTICA

El Plan Sectorial de Turismo 2014-2018, se acoge a las directrices de gestión sostenible, promulgadas por la Organización Mundial del Turismo- OMT, aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de 35 destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción y experiencias únicas de calidad a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles." (OMT,2004).

El MINCIT en el plan sectorial de turismo especifica:

1. Diversificar y especializar la oferta turística a través del desarrollo de productos competitivos, que contemplen un aprovechamiento óptimo y responsable de los recursos naturales y culturales.
2. Apoyar la investigación e innovación en el desarrollo de nuevos productos mediante estudios y servicios de asesoría y asistencia técnica en las regiones.

3. Ampliar y mejorar la oferta de destinos y productos con énfasis en las experiencias turísticas únicas, a partir del desarrollo de los siguientes productos turísticos: naturaleza, cultura, aventura, sol y playa, náutico, congresos, eventos e incentivos, salud y bienestar.
4. Diseñar productos turísticos para los destinos piloto de turismo y paz.
5. Definir con la Unidad de Parques Nacionales Naturales de Colombia, productos y actividades ecoturísticas en los Parques Nacionales y áreas protegidas.
6. Actualizar con el Ministerio de Cultura, la Política de Turismo Cultural y orientar su implementación.

Entre las ventajas del sector turístico, se encuentran las exenciones de renta para los servicios hoteleros prestados en nuevos hoteles construidos totalmente o al menos en un 61% antes entre el 1 de enero de 2003 y el 31 de diciembre de 2017, lo cual fortalece la inversión. Por otra parte el Estatuto Tributario (artículo 481 literal d.), son servicios exentos de IVA con derecho a devolución bimestral, los servicios turísticos prestados a residentes en el exterior que sean utilizados en territorio colombiano originados en:

*Paquetes vendidos por agencias operadoras u hoteles inscritos en el registro nacional de turismo.

*Paquetes turísticos vendidos por hoteles inscritos en el registro nacional de turismo a las agencias operadoras, siempre que los servicios turísticos hayan de ser utilizados en el territorio nacional por residentes en el exterior.

5.1.1 Política de Calidad Turística

Esta política busca mejorar la prestación de los servicios turísticos ofrecidos a los turistas, fortaleciendo tanto la gestión de la calidad de las empresas como de los destinos turísticos a través de ICONTEC como Organismo Nacional de Normalización y que en el caso del sector turístico elaboró, adoptó y publicó 6 unidades de sectorización. Fuente: Elaboración propia con base en información Proexport Colombia (Septiembre 2013). Programa de Formación Exportadora para el sector Turístico.

Entre otros beneficios que otorga el gobierno para incentivar a la el crecimiento del sector, esta: Los servicios de ecoturismo certificados por el Ministerio del Medio Ambiente o autoridad competente están exentos de renta hasta el 31 de diciembre de 2022 (artículo 207-2 numeral 5) Para efectos de este beneficio se entiende por servicios de ecoturismo las actividades organizadas, directamente relacionadas con la atención y formación de los visitantes en áreas con atractivo natural especial, que comprenden (Decreto 2755 de 2003 artículo 10 y siguientes): Alojamiento y servicios de hospedaje e Interpretación del patrimonio natural.

Con el fin de potenciar las ventajas con las que cuenta el país en materia de turismo e impulsar las inversiones y la generación de empleo en todas las regiones del país, el gobierno colombiano ha establecido una serie de incentivos tributarios orientados a promover la realización de negocios en este sector.

5.2 FUERZA ECONÓMICA

El crecimiento anual del turismo se calcula en 4%, el del ecoturismo está calculado entre 10 % y 30 %. Para el caso de Colombia, el ecoturismo creció un 25% en los parques concesionados (MAVDI), y si se tiene en cuenta que el 8,5% del territorio nacional está bajo la figura de áreas protegidas, y de las 49 que hay, 28 tienen un perfil ecoturístico. El crecimiento de la economía colombiana en los últimos años se ha visto reflejado en las actividades relacionadas con el turismo. La producción del sector de hoteles y restaurantes; las llegadas de viajeros no residentes; los ingresos de la cuenta de viajes de la Balanza de Pagos; la inversión extranjera del sector de comercio, hoteles y restaurantes; y el dinamismo que registra la construcción de hoteles en los últimos años viene presentando importantes crecimientos. Información tomada del MINCIT (plan sectorial de turismo 2014 - 2018)

La Organización Mundial del Turismo (OIT) reportó un crecimiento de 4,4% en el flujo de viajeros extranjeros durante 2015; pero en Colombia ese crecimiento fue de 9%, entre enero y octubre del año pasado, lo que sitúa al país en un lugar importante en el mapa global del

turismo para 2016 y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo confirmó hace poco que en noviembre de 2015 se registró un crecimiento de 8,1 % en los ingresos reales de los hoteles, sector que también aumentó en 2,8% el personal ocupado en ese mismo mes, al compararlo con el mismo período de 2014.

Según las cifras del DANE, en marzo de 2017 la tasa de desempleo se ubicó en 9,7% y 486 mil personas más encontraron empleo. En marzo de 2017, 21 millones 932 mil personas se encontraban ocupadas, 486 mil personas más que marzo de 2016.

5.3 FUERZA SOCIAL

Según la Revista Jurídicas, de la Universidad de Caldas, el Eje Cafetero se prevé un agotamiento del dividendo demográfico en los próximos diez años, ya que las cohortes de la población mayor de cincuenta años van en ascenso, lo que generaría un aumento de los adultos mayores. Es por esto que la región del triángulo del café es la que muestra el grado de envejecimiento más acelerado comparado con las demás zonas del país. En términos generales, Colombia cuenta con un gran potencial demográfico distribuido en las diferentes regiones; las cuales, en su mayoría, presentan un panorama de personas jóvenes donde la relación de dependencia es inferior frente a la población en edad productiva y la disminución en las tasas de fecundidad y natalidad han dado lugar al inicio del bono demográfico

Según el MINCIT en el informe mensual de turismo de febrero de 2017, explica que durante el mes de Febrero, las llegadas de extranjeros crecieron 17,08% respecto al mismo mes del año anterior. En lo corrido del año aumentaron 16,01%, lo que implica un incremento de 65.396 viajeros. En Febrero, el número de colombianos que salieron del país aumentó 5,75%; es decir que salieron 13.734 viajeros más respecto al año anterior. En lo corrido del año se registró un aumento de 41.070 viajeros respecto a 2016, teniendo un total de 652.389 salidas en 2017. Por otra parte como registro de turismo interno de 2016 de los parques nacionales del país está la cifra de 945.909 visitantes en el año.

El departamento del Quindío está localizado en la cordillera central, por esta ubicación el Quindío cuenta con 1845 km² de montañas con variados guaduales en sus puntas, ríos y quebradas que hidratan al departamento, y valles como los de Cocora, Maravelez y Quindío. Con una población de 568.938 habitantes. Entre los imponentes picos y montañas de Quindío los más importantes y altos, son el Nevado del Quindío, a 4.760 msnm, y el Páramo de Chili a 3.500 metros. Quindío es un departamento muy bien hidratado, pues tiene muchas quebradas y ríos. Como el río Quindío, que atraviesa todo el departamento dándole así grandes riquezas, como la de nutrir las palmas de cera del valle de Cocora, y haciendo que sea una tierra fértil y verde. Debido a las diferentes alturas que tiene la geografía del Quindío, su clima también varía, desde frío de páramo hasta calor moderado de tierras bajas. (<http://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/quindio.html>)

El Quindío viene apostándole al turismo desde el año 1994, cuando el Fondo Mixto de Promoción Turística del Quindío contrata un estudio con la Universidad Externado de Colombia y se implementan las recomendaciones del estudio en alojamientos rurales. En 1995 se da apertura al Parque Nacional del Café, marcando un hito, desde el momento en que abre sus puertas, en el desarrollo del Quindío como destino turístico. A partir de ese año aumenta la demanda de visitantes al Quindío y la región se va perfilando como nuevo destino turístico al interior del país. Para 1999 el Quindío formula un Plan de Desarrollo Turístico denominado “Quindío, Destino Turístico del Nuevo Milenio”. A partir de ahí, se da apertura a otros parques e iniciativas turísticas, como PANACA (Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria) y la oferta de alojamiento crece en sus diferentes modalidades, especialmente el hospedaje y turismo rural, debido a sus paisajes naturales y su cultura cafetera.

Bajo este contexto, el Ministerio de Cultura presentó ante la UNESCO, la nominación del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia a la lista de patrimonio mundial, inclusión que se hizo efectiva el 25 de junio de 2011 con la declaración de Valor Universal Excepcional. En consecuencia, mediante la Resolución 2079 de 2011 del Ministerio de Cultura, se reconoce al Paisaje Cultural Cafetero de Colombia como Patrimonio Cultural de la Nación.

En el marco de esta declaratoria el Ministerio de Cultura diseñó un plan de manejo del PCCC (Paisaje Cultural Cafetero de Colombia), cuyo objetivo es contribuir a la conservación del mismo y promover la apropiación de su valor cultural por parte de la población, en armonía con las actividades económicas que se desarrollan en la zona. Este plan fue requisito para la inscripción del bien en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO. El denominado Eje Cafetero, compuesto por los departamentos de Caldas, Quindío y Risaralda, se encuentra ubicado en la parte central de Colombia, zona estratégica que equidista de las principales ciudades del país. Conformada por 53 municipios, que reúnen una población de 2.7 millones de habitantes aproximadamente. La economía regional se fundamenta en la explotación agrícola, donde se destaca la producción cafetera renglón que ha sido la base de su desarrollo desde finales del siglo XIX y del cual sustentan sus ingresos buena parte de los pobladores.

5.4 FUERZA TECNOLÓGICA

En el plan sectorial de turismo a nivel tecnológico tiene como objetivos:

1. Robustecer al Centro de Información Turística de Colombia - CITUR, como herramienta para la inteligencia de mercados, con información estadística de calidad, así como transferir las metodologías a las regiones para la captura de información estadística de turismo, bajo la sombrilla metodológica nacional y de la Organización Mundial de Turismo.
2. Dotar al CITUR de herramientas tales como observatorios, que permitan generar valor agregado en la calidad de la información con base en información de tipo cualitativo.
3. Mantener y mejorar las estrategias de articulación con el DANE, para el crecimiento de indicadores sectoriales que aporten un mayor conocimiento del sector en el marco del Plan Estadístico Sectorial de Turismo.
4. Mejorar la Red de Puntos de Información Turística – PIT's, en calidad de servicio, de información y de oportunidad

5.5 FUERZA ECOLÓGICA

Se evalúa como una oportunidad basado en la legislación turística: en la Constitución Política de 1991, existen leyes que incorporan principios y artículos para el manejo de la biodiversidad, Ley 300 de 1996.

1. Ley que puntualiza los principios generales del turismo
2. Formula la política y planeación del turismo y su descentralización en los diferentes niveles del Estado.
3. Se crea el Fondo de Promoción Turística.
4. Fomenta la calidad del sector turístico.
5. Derechos y deberes de los prestadores de servicios turísticos. tomado de Ley General de Turismo. Fuente: MCIT. Leyes 1995-1999. Documentos Corporativos. Normatividad.

Política para el desarrollo del ecoturismo contempla las políticas ambientales se sustentan en una serie de principios generales contenidos en la ley 99 de 1993, que en su artículo 1 establece entre algunas disposiciones:

*La biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible. El Estado fomentará la incorporación de los costos ambientales y el uso de instrumentos económicos para la prevención, corrección y restauración del deterioro ambiental y para la conservación de los recursos naturales renovables.

*El paisaje por ser patrimonio común deberá ser protegido.

*La prevención de desastres será materia de interés colectivo y las medidas tomadas para evitar o mitigar los efectos de su ocurrencia serán de obligatorio cumplimiento.

En la ejecución de las actividades de turismo de aventura se minimiza el uso de energía, en el sector turístico se generan estrategias de reducción de consumo de energía usando espacios naturales y llevando al usuario a experiencia en contacto con la naturaleza reduciendo el impacto ambiental.

6. ANALISIS CAMPOS ESTRATÉGICOS DEL SECTOR

Para dar desarrollo al diamante de Porter y evaluar la viabilidad del entorno, para ello desde cuatro campos estratégicos analizará los elementos como una amenaza o una fortaleza en el sector económico del turismo de aventura en el departamento del Quindío.

El primer campo estratégico es la condición de los factores, en este campo se tomará como referencia la calidad y disponibilidad en la región de centros de formación con programas técnicos y vocacionales relacionados con las actividades de la organización, en este sentido el SENA y el Ministerio de Educación Nacional son líderes en la construcción de alianzas para la formación tecnológica en gestión de proyectos de turismo sostenible y formación técnica - profesional formando a más de 70.000 personas entre 2010 y 2014.

Otro factor que influye en el campo estratégico, es la calidad y disponibilidad en la región de universidades con programas relacionados a las actividades de la organización, se evalúa que en la región se está fortaleciendo la propuesta académica profesional para la formación de guías bilingües con conocimientos especializados en naturaleza y aspectos propios de la región acompañado por el fortalecimiento del bilingüismo en colegios y en programas técnicos de la región.

El nivel de calidad de la infraestructura logística del transporte en la país (carreteras, aeropuertos, puertos, ferrocarriles, vías fluviales) de acuerdo con el Índice de Desempeño Logístico del Banco Mundial, durante el período 2007- 2016 Colombia avanzó tres posiciones en América Latina, pasando del puesto 15 al 12 entre 18 países. En particular, con respecto a la infraestructura de transporte, cabe destacar que, a pesar del incremento en la inversión durante los últimos años, el país registra una caída en la calidad de la infraestructura en el contexto internacional. Mientras que en 2006 el 67,2% de los países estaba en una mejor posición que Colombia, en 2016 lo está el 81,9%. En términos de transporte multimodal, el escaso

desarrollo de los modos conlleva a que el 72% de la carga sea transportada por carretera y solo el 27% (del que más del 98% corresponde a carbón) por vía férrea. Además este indicador del Banco Mundial, sumado a las deficiencias en la calidad de la infraestructura, el bajo desempeño logístico de Colombia se debe a otros factores críticos, como los problemas de eficiencia y eficacia en las aduanas, las dificultades para contratar envíos a precios competitivos, la falta de seguimiento y localización de las mercancías, y la escasa competencia y calidad de los servicios logísticos. Se espera que el transporte aéreo como medio de desplazamiento de los turistas tenga un ligero crecimiento en los próximos años, pasando de un promedio de 3,2% a 3,4% hasta llegar a representar en 2030 el 52% de las llegadas internacionales. En 2020, el 60% de los desplazamientos se realizarán por aire y el 40% por vías terrestres y acuáticas. Información tomada del MINCIT (plan sectorial de turismo 2014 - 2018)

Por último, se analiza la disponibilidad de infraestructura para la investigación y la innovación, en la cual la diversidad biológica y ecosistémica existente en Colombia es considerado como uno de los doce países en el mundo que poseen mega diversidad unida a la enorme diversidad cultural, consagran un enorme potencial para el desarrollo de actividades económicas y socioculturales de gran valor estratégico, ubicados en el sector turismo. Por otra en el plan sectorial de turismo se busca generar infraestructuras turísticas sostenibles y accesibles, teniendo en cuenta las necesidades en las regiones. Gestionar la generación de infraestructura de soporte para el turismo que apoye el desarrollo turístico de las regiones. Mejorar y facilitar el desarrollo de proyectos de señalización turística vial y peatonal. Gestionar el restablecimiento del Programa de Posadas Turísticas.

En el segundo campo estratégico se evalúa el contexto para la estrategia y rivalidad de las firmas el cual abarca el nivel existente de rivalidad y cooperación entre organizaciones del sector y se observa mayor cantidad de competidores y alto nivel de rivalidad, por lo que hay que diferenciar, contar con alto nivel de gestión gerencial, promover la cultura de cooperación entre empresas del sector y alianzas entre empresas locales. Prestar un mayor servicio, servicio post venta y diferenciarse con nuevos atributos. Las empresas deben estar dispuestas a Integrar el producto con otras regiones de Colombia, para contrastar con otros ecosistemas y

culturas y generar alianzas con agencias turísticas especializadas y canales de turismo de naturaleza.

A nivel de dominación del mercado por parte de organizaciones poderosas En Colombia ha venido creciendo el número de agencias de viajes que ofrecen paquetes eco-turísticos. Las agencias de viajes y turismo AVIATUR S.A y ON VACATION son las más grandes e importantes en Colombia cuentan con más de 3.000 empleados y una gran red de oficinas en todo el país. En materia de ecoturismo tiene concesión en varios parques naturales de Colombia como el Amacayacu, Gorgona, Tayrona, los nevados entre otros, que le permiten tener una posición dominante en el mercado del ecoturismo Colombiano. Además cuenta con sistemas de comercio a través de su página web y alianzas estratégicas.

Por otro lado, el nivel de inversión extranjera directa realizada en la región según el MINCIT en febrero de 2017, la inversión extranjera en turismo creció 741% en seis años, en Colombia, la inversión extranjera en la región se ve favorecida debido a las garantías tributarias que genera el gobierno para que en el sector se motive la inversión. Además, el alto reconocimiento del eje cafetero como destino turístico de mayor elección, además la gran apuesta de las políticas públicas y campañas a nivel internacional. Por lo cual es una oportunidad frente a las posibilidades de potenciar las campañas publicitarias.

El tercer campo estratégico que se evalúa, son las condiciones de la demanda intervienen varios aspectos, entre ellos el nivel de sofisticación y grado de exigencia de los compradores internacionales y según el Banco Mundial evalúa a través de un ranking, la facilidad de las economías para hacer negocios, analizando condiciones como el tiempo y el costo para iniciar un negocio, el comercio exterior, la facilidad para obtener crédito, el acceso a la electricidad, el registro de propiedades, la protección de la inversión, el pago impuestos, la insolvencia de las compañías o el cumplimiento de contratos, en el cual Colombia está ubicado en el puesto 42.

Así mismo, el nivel de sofisticación y grado de exigencia de los compradores nacionales y regionales, se encuentra la encuesta de gasto en turismo interno 2014-2015 del DANE mostró que en las 24 principales ciudades y sus áreas metropolitanas el 12,4% de las personas de diez años y más viajaron fuera de su residencia habitual pernoctando mínimo una noche al interior

del país. Del total de 24 ciudades y áreas metropolitanas, Tunja con el 17,0% presentó el mayor porcentaje de personas residentes que realizaron turismo en el periodo de referencia, seguida de Bogotá y Pasto con 16,9% cada una. Las ciudades y áreas metropolitanas con los menores porcentajes fueron Barranquilla A.M 5,5%, San Andrés con 5,3% y Cúcuta A.M con 3,9%.. Los principales motivos de viaje que se presentaron en los encuestados, que realizaron turismo, para el total de 24 ciudades y áreas metropolitanas fueron visitas a parientes o amigos con 42,7%, recreación o vacaciones con 42,5% y trabajo o negocio con 8,5%. Los motivos con menor participación fueron salud y atención médica con 1,2% y educación y/o formación con 1,1%. Gastos de viaje (promedio per cápita día) Para el gasto promedio per cápita diario calculado con el total personas que viajaban, el rubro en el que más gastaron los viajeros fue alimentos y bebidas, destinando \$13.873, seguido por alojamiento con \$9.881 y otros gastos relacionados con el viaje con \$7.577. El turismo de aventura y el contacto con las comunidades autóctonas y zonas naturales son un producto diferencial que se puede convertir en una ventaja competitiva sobre el turismo nacional e internacional. El empresario se puede arriesgar a invertir en este tipo de productos turísticos dado el potencial que tiene e ingresar a este mercado con menor competencia que los operadores y hoteles de la Costa Atlántica y San Andrés, cuya oferta turística está sobresaturada.

Por último, esta la existencia de normas, certificaciones, estándares, reglamentos existentes para el cumplimiento de las condiciones de la demanda y las exigencias y sofisticación del gobierno como comprador de productos/servicios de la organización, para ello, el gobierno de Colombia busca fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados como el Turismo de Naturaleza y Aventura estableció los siguientes planes:

1. Plan de Parques 2007-2019 Consolidación del manejo de las áreas protegidas del Sistema de Parques Nacionales para la conservación de los valores naturales y culturales.
2. Plan Nacional 2011-2014 “Prosperidad para todos” Turismo como motor del desarrollo regional. Turismo de Naturaleza nueva vocación del sector turístico. tomado de: información MCIT (Septiembre 2012). Marco Normativo. P. 8. la entidad que vigila y controla los operadores turísticos y cumplimiento de la normatividad es la policía nacional de turismo.

La ley 300 de 1996 creó el Fondo de Promoción Turística de Colombia que es una cuenta especial en la que se depositan dineros de los empresarios (contribución parafiscal) y del Gobierno (presupuesto nacional) destinados a la promoción y competitividad del turismo colombiano. A estos dineros se accede mediante proyectos, siguiendo los lineamientos del documento “Turismo y desarrollo: un compromiso nacional; política de competitividad, mercadeo y promoción turística de Colombia” que establece el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

En relación a lo anterior, se analiza el cuarto campo estratégico, industrias de soporte e instituciones de apoyo, el cual comprende, la disponibilidad y calidad en la región de empresas prestadoras de servicios requeridos para el desarrollo de los negocios, en la cual se evalúan las líneas de crédito para turismo las maneja Findeter que es un banco de segundo piso, es decir que se apoya en la banca comercial para el desembolso de los créditos. Contemplan períodos de gracia (tiempo inicial en el cual los usuarios no deben amortizar las cuotas del crédito) . Bancoldex también financia proyectos de mipymes turísticas. Además el comité interno de proyectos del fondo nacional de turismo FONTUR.

La disponibilidad de apoyo institucional para el desarrollo de nuevos negocios en Colombia se encuentra:

- ✓ El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, como parte de la implementación de su Política de Desarrollo Productivo, tiene lista la hoja de ruta para impulsar a 1.864 mipymes y unidades productivas en todo el país en 2017, para que aumenten sus exportaciones y sean más innovadoras.
- ✓ Fortalecer la estrategia de “Brigadas de Formalización”, como instrumento integral de fomento a la formalidad y de cumplimiento de la ley. Aprovechar las herramientas de articulación institucional que provee la Ley (Consejo Superior de Turismo, Consejo Consultivo de la industria turística, Consejo Superior de Seguridad Turística, Comités locales de Playas, convenios de competitividad turística, entre otros), para generar insumos y valor agregado al sistema nacional aplicado al sector.

- ✓ Cuando se trata de un proyecto de inversión privada (por ejemplo, construir un hotel, montar una empresa turística de cualquier naturaleza, etc) no existe un apoyo directo del Ministerio para su formulación; se debe acudir a algún experto, a alguna entidad educativa. Cuando se trata de proyectos de competitividad y promoción, se deben formular de acuerdo con la “Política de Competitividad, mercadeo y promoción turística de Colombia” que está en la página del Ministerio.

Para finalizar se analiza la disponibilidad de apoyo institucional para la integración entre sector productivo, academia y el estado, para la cual desde los objetivos del plan sectorial de turismo se busca perfeccionar la calidad turística en destinos y en empresas, así como la seguridad integral en los destinos y en la prestación de los servicios turísticos. Busca también promover la certificación de prestadores de servicios turísticos y de destinos, con el apoyo de las Unidades Sectoriales de Normalización y afianzar las estrategias de apoyo a la formalización en los prestadores de servicios turísticos en los destinos y comunidades, como medio de protección al turista. Incrementar la productividad empresarial y la cualificación de su capital humano, a través de una estrategia de Capacitación Empresarial, en coordinación con los gremios del sector. Crear mecanismos para el fomento del emprendimiento en el sector turístico.

Tabla 4 Campos estratégicos Diamante de Porter

METODOLOGÍA	ASPECTO	PUNTUACIÓN
DIAMANTE COMPETITIVO DE PORTER	Condición de los factores.	5,30
	Contexto para la estrategia y rivalidad de las firmas	3,50
	Condiciones de la demanda.	5,90
	Industrias de soporte e instituciones de apoyo.	5,50

Gráfica 2 Diamante competitivo de Porter

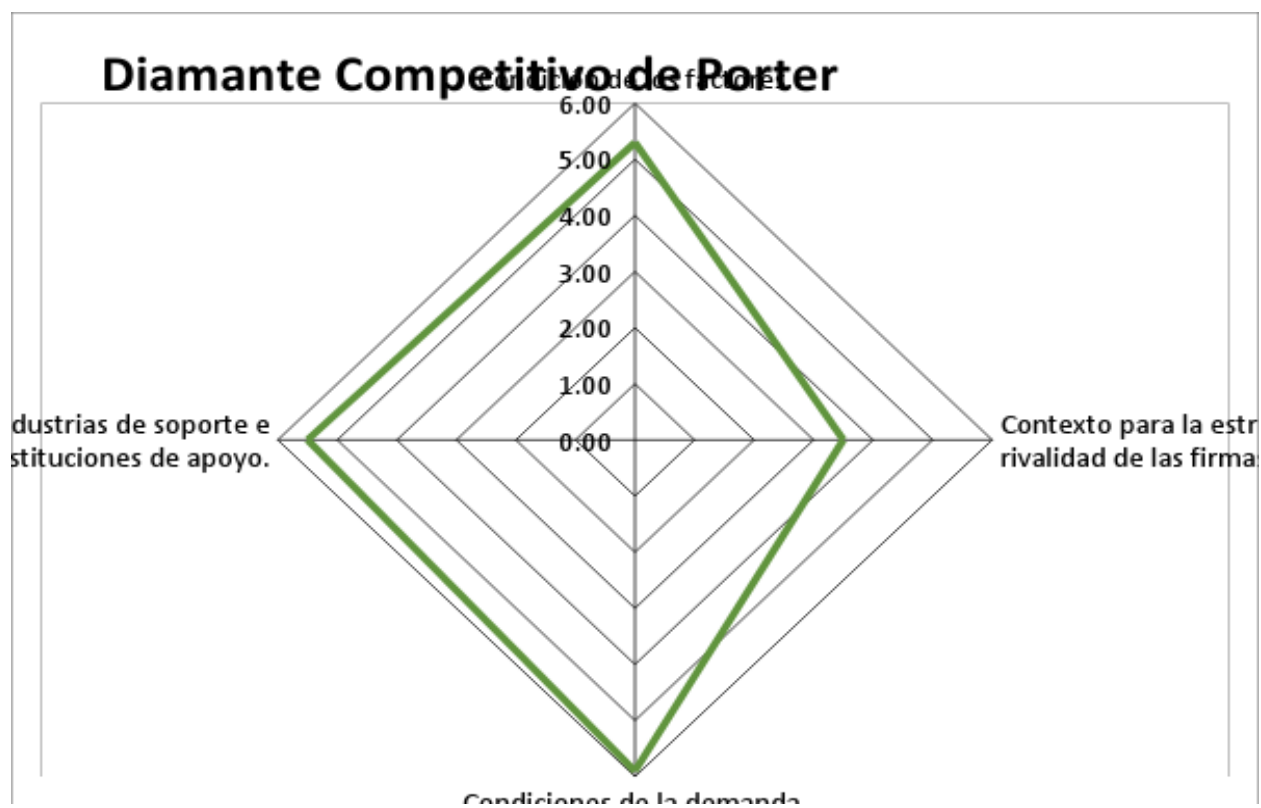


Tabla 5 Matriz de requisitos legales

REVISION Y ACTUALIZACION DE MATRIZ DE REQUISTOS LEGALES			
Constitución Nacional			
NOMBRE		DESCRIPCION	Aspecto Regulado
1	Constitución Política de Colombia	Constitución Política de Colombia	Normatividad principal de la República de Colombia
Ambiental General			
NOMBRE		DESCRIPCION	Aspecto Regulado
2	Ley 99 de 1993	Por la cual se crea el MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental -SINA y se dictan otras disposiciones	Aspectos aplicables al establecimiento y la actividad comercial - descrita más adelante en cada uno de los aspectos específicos de esta matriz
3	Ley 9 de 1979	Por la cual se dictan Medidas Sanitarias.	Art 12. toda edificación... localizada fuera del radio de acción del sistema de alcantarillado público, deberá dotarse de un sistema de alcantarillado particular o de otro sistema adecuado de disposición de residuos.
4	Decreto 1449 de 1997	Por el cual se reglamenta parcialmente el inciso 1ro del numeral 5 del art. 56 de la Ley 135 de 1961 y el Decreto-ley 2811 de 1974	Art. 2: en relación con la conservación, protección y aprovechamiento de las aguas. Art. 6: en relación con la protección y conservación de fauna terrestre y acuática. Art. 7 en relación con la protección y conservación de los suelos.

5	Decreto Ley 2811 de 1974	Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente.	aspectos aplicables al establecimiento y la actividad comercial - descrita más adelante en cada uno de los aspectos específicos de esta matriz
6	Ley 165 de 1994	Por medio de la cual se aprueba el “Convenio sobre la Diversidad Biológica”, hecho en Rio de Janeiro el 5 de junio de 1992	Flora y fauna
7	Ley 373 de 1997	Por la cual se establece el programa para el uso eficiente y ahorro del agua.	Uso eficiente del agua
8	Decreto 1594 de 1984	Por el cual se reglamenta parcialmente el título I de la Ley 9 de 1979, así como el capítulo II del título VI - parte III - libro II y el título III de la parte III - libro I - del Decreto 2811 de 1974 en cuanto a usos del agua y residuos líquidos.	Disposiciones legales para el vertimiento de los residuos líquidos.
9	Decreto 1095 de 1994	Por el cual se adopta el código de ética profesional del agente de viajes y turismo	Código de ética del profesional de las agencias de viaje
10	Decreto 502 de 1997	Por la cual se definen la naturaleza y funciones de cada uno de los tipos de agencias de viajes de que trata el artículo 85 de la ley 300 de 1996	Naturaleza y funciones de los tipos de agencias de viajes
11	Decreto 1575 de 2007	Por el cual se establece el Sistema para la Protección y Control de la Calidad del Agua para Consumo Humano.	Parámetros de calidad de Agua para consumo humano

12	Decreto 948 de 1995	Por el cual se reglamentan, parcialmente la Ley 23 de 1973, los artículos 33o., 73o., 74o., 75o. y 76o. del Decreto-ley 2811 de 1974; los artículos 41o., 42o., 43o., 44o., 45o., 48o. y 49o. de la Ley 9 de 1979; y la Ley 99 de 1993, en relación con la prevención y control de la contaminación atmosférica y la protección de la calidad del aire.	Control y disminución de la contaminación atmosférica.
13	Ley 1335 de 2009.	Disposiciones por medio de las cuales se previenen daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del fumador y sus derivados en la población colombiana	Prohibición de fumar en áreas públicas y espacios cerrados
14	Ley 697 de 2001	Mediante la cual se fomenta el uso racional y eficiente de la energía, se promueve la utilización de energías alternativas y se dictan otras disposiciones.	Uso Racional y Eficiente de la Energía (URE) como un asunto de interés social, público y de conveniencia nacional, fundamental para asegurar el establecimiento energético pleno y oportuno, la competitividad de la economía colombiana, la protección al consumidor y la promoción de uso de energías alternativas no convencionales de manera sostenible con el medio ambiente y los recursos naturales.

15	Ley 17 de 1981	Por la cual se aprueba la “Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres”, suscrita en Washington, D.C. el 3 de marzo de 1973.	Declaración de todas las especies en peligro de extinción que son o pueden sea afectadas por el comercio en Colombia
16	Decreto 1608 de 1978	Por el cual se reglamenta el Código Nacional de los Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente y la Ley 23 de 1973 en materia de fauna silvestre.	Disposiciones legales sobre conservación de los recursos, La preservación, protección, conservación, restauración y fomento de la fauna silvestre
17	decreto 1715 de 1978	Protección del Paisaje	Protección y conservación del paisaje
18	Ley 599 de 2000	Establece el Código Penal para Colombia: Delitos contra los recursos naturales y el medio ambiente	Ilícito aprovechamiento de los recursos naturales
19	Decreto 1076 de 2015	Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible	General
TURISMO			
NOMBRE		DESCRIPCION	Aspecto Regulado
20	Ley 300 de 1996	Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones	Título IX Capítulo I Art. 77. obligaciones de los prestadores de servicios turístico Título IX Capítulo II De los Establecimiento Hoteleros o de Hospedaje
21	ley 1101 de 2006	Por la cual se modifica y adiciona la ley general de turismo	Art.1 contribución parafiscal para la promoción del turismo Art. 12 Prestadores de servicios turísticos que se deben registrar
22	Ley 1558 de 2012	POR LA CUAL SE MODIFICA LA LEY 300 DE 1996 Y LA LEY 1101 DE	Importancia de la Industria Turística, Calidad Turística, Creación de Organismos

		2006 Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES	Nacionales y Regionales, Atención de Población Especial, Nuevos Aportes de la Contribución Parafiscal, Incentivos Tributarios, FONTUR, Banco de Proyectos, Protección al Turista, Publicidad Turística, Estadísticas, RNT
23	decreto 504 de 1997	Registro Nacional de Turismo	CAPITULO II. REQUISITOS Y CONDICIONES GENERALES PARA LA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO
24	DECRETO 2074 /2003	POR EL CUAL SE MODIFICA EL DECRETO 504 DE 1997	Artículo 10. Contenido del Certificado de Inscripción y Actualización. Artículo 20. De los requisitos para la inscripción. Para inscribirse en el Registro Nacional de Turismo los prestadores señalados en el artículo 62 de la Ley 300 de 1996 y los demás que el Gobierno Nacional determine
25	Decreto Ley 2785 de 2006	creó la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo	Formular y ejecutar la política turística, así como los planes y programas que la conformen, con el fin de fortalecer la competitividad y sostenibilidad de los productos y destinos turísticos colombianos."

26	Decreto 4000 de 2004.	Por la cual se reglamenta y Autoriza el ingreso y permanencia de extranjeros al país.	Artículo 87. En hoteles, pensiones, hostales, residencias, aparta hoteles y demás establecimientos que presten el servicio de hospedaje, se llevará un registro diario de extranjeros con numeración continua... Estos establecimientos enviarán diariamente al Departamento Administrativo de Seguridad, DAS, el registro de extranjeros, en medio magnético, tecnológico, electrónico o mediante planillas, sin perjuicio de la revisión que puedan efectuar en cualquier momento las autoridades de migración.
27	Resolución 5605 de 2014	Por la cual se modifica la resolución 3349 de 20163 y se deroga la resolución 5945 de 2013	Requisitos para la inscripción y actualización del registro nacional de turismo
28	Decreto 2438 de 2010	Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la responsabilidad de las Agencias de Viajes en la prestación de servicios turísticos. (artículo 1 numeral 11).	Asistencia al viajero
29	Decreto 1074 de 2015	Por medio del cual se expidió el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo	Turístico
Disposición Final, Residuos sólidos y Desechos Peligrosos			
NOMBRE		DESCRIPCION	Aspecto Regulado
30	Ley 142 de 1994	Por la cual se establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios y se dictan otras disposiciones	Disposiciones generales para separación manejo y disposición de residuos solidos

31	Decreto 1713 de 2002	Por el cual se reglamenta la ley 142 de 1994, la ley 632 de 2000 y la ley 689 de 2001, en relación con la prestación del servicio público de aseo, y el decreto Ley 2811 de 1974 y la ley 99 de 1993 en relación con la gestión integral de residuos sólidos. y disposiciones reglamentarias.	
32	Decreto 838 de 2005	Por el cual se modifica el decreto 1713 del 2002 sobre disposición final de residuos sólidos y se dictan otras disposiciones	
33	decreto 1505 de 2003	Por el cual se modifica parcialmente el decreto 1713 de 2002, en relación con los planes de gestión integral de residuos sólidos y se dictan otras disposiciones	
34	resolución 1045 de 2003	Por la cual se adopta la metodología para la elaboración de los planes de gestión integral de residuos sólidos y se toman otras determinaciones	
35	Ley 430 de 1998	Por el cual se dictan normas prohibitivas en materia ambiental, referentes a los desechos peligrosos y se dictan otras disposiciones	Disposiciones generales para separación manejo y disposición de residuos peligrosos
36	Ley 55 de 1993	Por medio de la cual se aprueba el convenio número 170 y la recomendación número 177 sobre la seguridad en la utilización de los productos químicos en el trabajo adoptados por la 77A. Reunión de la conferencia general de la OIT, GINEBRA, 1990.	

37	decreto 4741 de 2005	por el cual se reglamenta parcialmente la prevención y manejo de los residuos o desechos peligrosos generados en el marco de la gestión integral	
38	Decreto 1077 de 2015	Decreto Único Reglamentario del Sector Vivienda Ciudad y Territorio	Residuos sólidos
Administración			
NOMBRE		DESCRIPCION	Aspecto Regulado
39	LEY 223 DE 1995	Por la cual se expiden normas sobre racionalización tributaria y se dictan otras disposiciones	OBLIGACIÓN DE DECLARAR Y PAGAR EL IMPUESTO SOBRE LAS VENTAS RETENIDO
40	Ley 863 de 2003	"Por la cual se establecen normas tributarias, aduaneras, fiscales y de control para estimular el crecimiento económico y el saneamiento de las finanzas públicas"; Estatuto Tributario.	Registro Único Tributario, RUT Impuesto al Valor Agregado (IVA)
41	Ley 232 de 1995	Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales, reglamentada por el Decreto Nacional 1879 DE 2008.	Certificado de uso del suelo

42	CÓDIGO DE COMERCIO LIBRO PRIMERO DE LOS COMERCIANTES Y DE LOS ASUNTOS DE COMERCIO TÍTULO I. DE LOS COMERCIANTES CAPÍTULO II. DEBERES DE LOS COMERCIANTES	ARTICULO 19. <OBLIGACIONES DE LOS COMERCIANTES>. Es obligación de todo comerciante: 1) Matricularse en el registro mercantil; 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad.	Registro Mercantil
43	DECRETO NÚMERO 102 DEL 27 Dic/2010	POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN UNOS FORMULARIOS, SE FIJAN PLAZOS Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES DE CARÁCTER TRIBUTARIO RELACIONADAS CON LAS DECLARACIONES DE LOS IMPUESTOS MUNICIPALES	Impuesto de industria y comercio
44	DECRETO 1036 DE 2007	Por el cual se reglamenta el recaudo y el cobro de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo a que se refiere la Ley 1101 de 2006	Recaudo de contribución parafiscal para el turismo
45	CODIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO	Pago de seguridad social a empleados	Afiliación a salud, pensión, riesgos profesionales y caja de compensación familiar
46	Código sustantivo del trabajo Art 105. Obligación de adoptarlo. Resolución 2400 de 1979	Por la cual se establecen algunas disposiciones sobre vivienda, higiene y seguridad en los establecimientos de trabajo	Reglamento Interno de Trabajo

47	Código Sustantivo del Trabajo; Ley 9 de 1979. Resolución 2013 de 1986	“Por la cual se establecen algunas disposiciones sobre vivienda, higiene y seguridad en los establecimientos de trabajo; Resolución 2013 de 1986 "Reglamenta los comités de Medicina, Higiene y Seguridad Industrial"	Reglamento de Higiene y Seguridad
48	Ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor	Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones.	Título I.- DERECHOS BÁSICOS Y GENERALES, DEFINICIONES Y ÁMBITO DE APLICACIÓN Título II.- DE LA CALIDAD, IDONEIDAD Y SEGURIDAD Título III.- GARANTÍAS Título IV.- RESPONSABILIDAD POR DAÑOS POR PRODUCTO DEFECTUOSO Título V.- DE LA INFORMACIÓN Título VI. - DE LA PUBLICIDAD Título VII.- PROTECCIÓN CONTRACTUAL Título VIII.- ASPECTOS PROCEDIMENTALES E INSTITUCIONALIDAD
Prevención y Atención de Desastres - seguridad y Salud en el Trabajo			
NOMBRE		DESCRIPCION	Aspecto Regulado
49	Ley 46 de 1988	Por la cual se crea y organiza el Sistema Nacional para la Prevención y Atención de Desastres, se otorga facultades extraordinarias al presidente de la República, y se dictan otras disposiciones	Elaboración e implementación de plan de emergencias
50	Decreto 919 de 1989	Por la cual se crea y organiza el sistema nacional para la prevención y atención de desastres y se dictan otras disposiciones.	

51	Decreto 171 de 2016.	Amplia los plazos. Art. 2.2.4.6.37 Transición plazo 31 enero 2017	Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo -SGSST-
52	Decreto 1072 de 2015. Art. 2.2.4.2.2.18 Exámenes médicos ocupacionales	Decreto Único Reglamentario del sector Trabajo	Exámenes médicos ocupacionales
53	Resolución 01956 de 2008	"Por la cual se adoptan medidas en relación con el consumo de cigarrillo o de tabaco".	Área de Fumadores
54	Decreto 1072 de 2015 Art 2.2.4.6.2.5	Decreto Único Reglamentario del sector Trabajo	Plan de prevención, preparación y respuesta ante emergencias
Patrimonio Cultural			
NOMBRE		DESCRIPCION	Aspecto Regulado
55	Ley 397 de 1997. Patrimonio Cultural.	Campaña Nacional contra el Tráfico de Bienes y Patrimonio Culturales. Se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 de la Constitución Política de Colombia, y demás artículos concordantes al patrimonio cultural.	Medidas de protección y difusión del patrimonio cultural y prevención de tráfico ilícito de bienes culturales
Explotación Sexual en Contra de Niños, Niñas y Adolescentes			
NOMBRE		DESCRIPCION	Aspecto Regulado

56	Ley 1336 de 2009	Lucha contra la explotación, la pornografía y el turismo sexual con niños, niñas y adolescentes.	Art. 1. Autorregulación en servicios turísticos y en servicios de hospedaje turístico. Los EAH deberán adoptar, fijar en lugar público y actualizar cuando se les requiera, códigos de conducta eficaces, que promuevan políticas de prevención y eviten la utilización y explotación sexual de niños, niñas y adolescentes, en su actividad.
57	Ley 679 de 2001	Por medio de la cual se expide un estatuto para prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores, en desarrollo del artículo 44 de la Constitución.	Artículo 1°. Objeto. Esta ley tiene por objeto dictar medidas de protección contra la explotación, la pornografía, el turismo sexual y demás formas de abuso sexual con menores de edad, mediante el establecimiento de normas de carácter preventivo y sancionatorio
58	Resolución 3840 de 2009 Código de Conducta	Por la cual se establece el código de conducta contemplado en el artículo 1 del cerato 1336 del 21 de junio de 2009	Código de conducta
ASPECTOS DE CALIDAD SGC			
NOMBRE		DESCRIPCION	Aspecto Regulado
59	Resolución 0148	Por la cual se reglamenta el cumplimiento de las normas técnicas de calidad expedidas por la unidad de normalización sobre sostenibilidad turística	Normas técnicas de normalización sobre sostenibilidad turística

60	Resolución 1297 de 2010	por la cual se establecen los sistemas de recolección selectiva y gestión ambiental de residuos de pilas y/o acumuladores y se adoptan otras disposiciones	Residuos - Pilas
61	Decreto 1903 de 2014	Por la cual se reglamenta la devolución del impuesto sobre las ventas a los turistas extranjeros no residentes en Colombia por la compra de bienes en el territorio nacional y a los visitantes extranjeros no residentes en Colombia por la compra de bienes gravados, realizadas en las unidades especiales de desarrollo fronterizo	Impuestos
62	Decreto 2646 de 2013	Por la cual se reglamenta la exención del impuesto sobre las ventas para servicios turísticos	
63	Ley 1672 de 2013	Por la cual se establecen los lineamientos para la adopción de una política pública de gestión integral de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (rae) y se dictan otras disposiciones	Residuos - aparatos eléctricos y electrónicos
64	Resolución 5797 de 2013	Por la cual se adiciona un párrafo al artículo 0650 de 2008 -	Regulación del mercado, normalización, calidad y competencia certificado de calidad turística
65	Decreto 1374 de 2013	Por el cual se establecen parámetros para el señalamiento de unas reservas de recursos naturales de manera temporal y se dictan otras disposiciones	Reservas - clientes - buenos comportamientos

7. PLAN ESTRATÉGICO

El objetivo principal es promover la práctica de deportes de aventura especializada de alta calidad con criterios de sostenibilidad ecológica de los escenarios extremos naturales explorados para la práctica de los deportes y visita de los usuarios, ofreciendo una experiencia totalmente segura de acuerdo a los deseos y necesidades de los mismos, con gestores y guías que cuentan con la experiencia, experticia y los equipos para desarrollar las actividades, llevando al usuario a un contacto cultural con las comunidades, sus tradiciones, gastronomía, medios de transporte, entre otras actividades dadas durante los traslados del usuario a su lugar de desarrollo de las actividades.

En el Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia (<http://www.ptp.com.co/documentos/Presentaci%C3%B3n%20Final.pdf>) se estipula que todo el Turismo de Naturaleza adoptará bajo los principios de sostenibilidad para cualquier componente de su desarrollo productivo. Estos principios son: Maximizar impacto positivo y reducir el negativo, Concientizar al consumidor y anfitrión para respetar la integridad del medioambiente y la cultura local, Promover experiencias auténticas y positivas entre visitantes y anfitriones, Captar fondos para la conservación y protección del medioambiente y la cultura local. Oportunidades económicas reales para las comunidades y habitantes locales, Promover la oferta única de valor natural, cultural y social de Colombia.

Los alcances del proyecto están direccionadas a:

- Alcanzar un alto porcentaje de mercado de turismo especializado en el eje cafetero
- Generar una propuesta de turismo especializado en tres deportes para los usuarios, garantizando la exploración de nuevos escenarios deportivos.
- Identificar las zonas naturales protegidas para la práctica de deportes de aventura.
- Evaluar e identificar las normas y reglamentos ambientales
- Hacer un manejo efectivo de las herencias culturales y de los recursos naturales y estrategias de conservación
- Determinar y evaluar los cambios de patrones de consumo a nivel mundial y local en el sector de turismo
- Fortalecer las estrategias de seguridad y reglamentación de actividades de aventura.

7.1 ROLES ADMINISTRATIVOS

- **GERENTE DEL PROYECTO:** Diana Astrid Quintero

- ⇒ Se destaca en el desarrollo del proyecto en dar cumplimiento a las metodologías, cronograma de actividades, supervisión de avances de proyecto y autorizaciones a procesos de desarrollo para la elaboración del proyecto y las estrategias de sostenibilidad.
- ⇒ El gerente fue elegido por la idea principal del proyecto ya que por medio de dicha idea la cual es de promover la práctica de deportes de aventura especializados para los turistas que visitan el eje cafetero.

- **COMITÉ OPERATIVO**

- ⇒ **Gerente del proyecto:** Dar cumplimiento a las metodologías, cronograma de actividades, supervisión de avances de proyecto y autorizaciones a procesos de desarrollo para la elaboración del proyecto.

- ⇒ **Guías y Expertos de deportes de aventura:** Encargados de prestar y asesorar el servicio de práctica del deporte específico con el usuario.
- ⇒ **Relacionista público:** Encargado de afianzar las relaciones públicas y generar alianzas estratégicas con diferentes entidades para garantizar la fidelización de clientes.
- ⇒ **Guías turísticas e historiadores:** Encargados de promover la identificación de sitios naturales y de tradición en la región para que nuestros usuarios visiten.
- ⇒ **Encargado de recursos económicos:** Es el responsable de las actividades económicas del proyecto
- ⇒ **Supervisor general de procesos:** Es el responsable de supervisar los procesos que se den dentro del desarrollo del proyecto.
- ⇒ **Asesores turísticos:** Hacen parte de los asesores que permiten difundir nuestros servicios con los usuarios.

● CONTROLES OPERATIVOS

Tabla 6 Controles operativos

Control de Recursos	Regulación de los recursos que se requieren para el desarrollo del proyecto, estudiar la durabilidad y las reglas y normatividad de uso.
Control de tiempos	Controles sobre los tiempos de prestación del servicio y los recorridos de los turistas
Control de procesos	Controles en cuanto al cumplimiento propio de los procesos relacionados con el desarrollo del proyecto y la prestación de servicios turísticos

● ROLES Y RESPONSABILIDADES

Tabla 7 Roles y responsabilidades plan estratégico

ROL	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN
INVESTIGACIÓN	Gerente del proyecto	Este rol realiza el trabajo y es responsable por su realización, y las debidas investigaciones

		que conciernen para desarrollar el proyecto.
PLANIFICACIÓN	Gerente del proyecto	Este rol se encarga de aprobar el trabajo finalizado, estableciendo las tareas programadas en el cronograma establecido.
DESARROLLO	Guías y Expertos de deportes de aventura. Encargado de recursos económicos. Relacionista publico	Este rol se encarga del desarrollo de todos y cada uno de los procesos propuestos para el desarrollo del proyecto.

7.2 ESTRUCTURA DE TRABAJO

Después de identificar la estructura general del plan estratégico del proyecto, se hace la descripción del servicio y la oferta de valor específica, apuntando a un proyecto direccionado al ecoturismo de aventura especializado, en el que se le brindará al usuario una experiencia de contacto con escenarios naturales extremos poco concurridos y explorados en el departamento del Quindío, contando con toda los protocolos de seguridad requeridos, generando también una experiencia de contacto cultural y de tradiciones con el contexto en el cual se desarrollan las actividades, además garantizando la sostenibilidad de los ecosistemas y la protección de los espacios explorados.

Tabla 8 Estructura de trabajo

ETAPA	OBJETIVO	TIEMPO / CRONOGRAMA	OTROS RECURSOS
Etapa 1	Diseño de propuesta de proyecto de turismo de aventura especializado	15 días	Talento humano: Gerente del proyecto, recursos económicos, Supervisor general de procesos

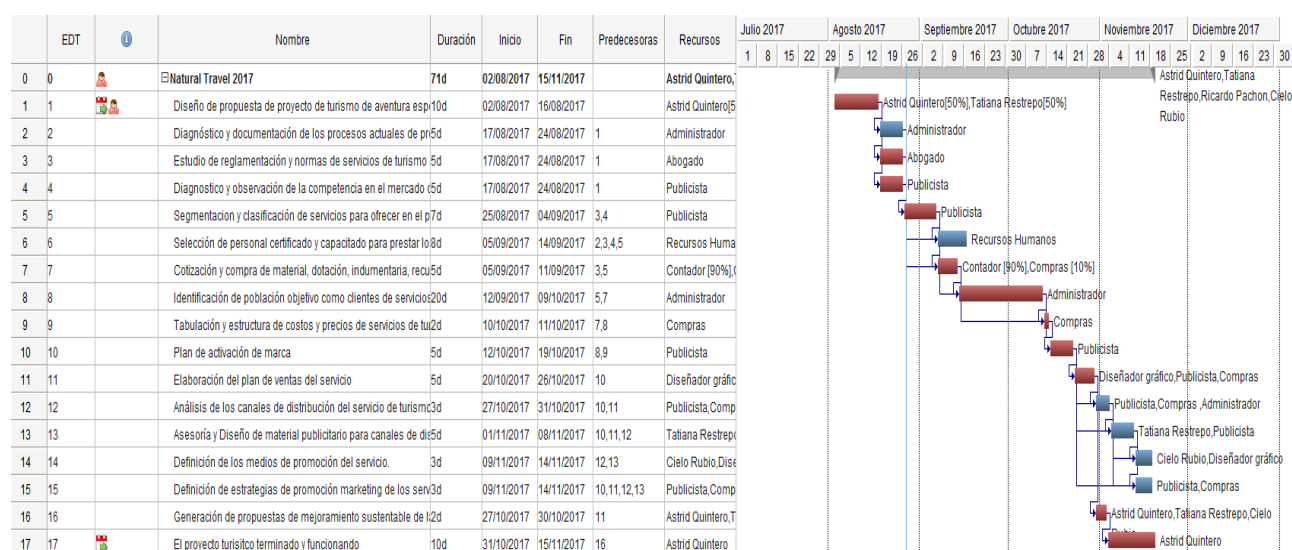
Etapas 2	Diagnóstico y documentación de los procesos actuales de prestación de servicios ecoturísticos en zonas protegidas de Colombia. Estudio de reglamentación y normas de servicios de turismo de aventura en zonas de alto valor ecológico, cultural y ambiental	8 días	Talento humano: Recursos económicos, Relacionista público, abogado asesor, asesoría de la CRQ y cámara de comercio
Etapas 3	Diagnóstico y observación de la competencia en el mercado de turismo en la competencia	5 días	Banco información financiera de la competencia, banco de información DANE, cámara de comercio, vigilancia tecnológica.
Etapas 4	Segmentación y clasificación de servicios para ofrecer en el portafolio de servicios de Natural Travel	15 días	Proceso etnográfico, inmersión con grupos de turistas, investigación de servicios turísticos del departamento y en la región.
Etapas 5	Selección de personal certificado y capacitado para prestar los servicios turísticos, administrativos y de servicio en Natural Travel	10 días	Talento humano: gerente del proyecto, psicóloga, profesional en servicios turísticos.
Etapas 6	Tabulación y estructura de costos y precios de servicios de turismo de aventura en zonas naturales en el eje cafetero y cotización, compra de material, dotación, indumentaria, recursos reglamentados para la	25 días	Gerente del proyecto, administrador financiero.

	prestación del servicio turístico		
Etapas 7	Plan de activación de marca, elaboración del plan de ventas del servicio y análisis de los canales de distribución del servicio de turismo de aventura. Análisis de los canales de distribución del servicio de turismo de aventura	15 días	Gerente del proyecto, publicista, relacionista público.
Etapas 8	Generación de propuestas de mejoramiento sustentable de la estrategia comercial del servicio de turismo de aventura en el eje cafetero, evaluación de riesgos y planes de prevención.	10 días	Seguimiento post venta al usuario, PQR, retroalimentación de experiencias en el contexto de usuarios y guías.
Etapas 9	Ejecución y puesta en marcha del proyecto.	Permanente	Guías y Expertos de deportes de aventura
Etapas 10	Control y seguimiento del proyecto.	Permanente	Administrador y gerente del proyecto.

El proyecto tiene como objetivo brindar una experiencia completa para el usuario, basada en tres deportes de aventura especializado tales como, Puenting, Torrentismo y Downhill, el desarrollo de estas actividades deportivas se pretende realizar en escenarios naturales poco concurridos y explorados, la dinámica de trabajo está basada en tener un punto de encuentro con los usuarios, donde se recogerán en un medio transporte tradicional de la región (Jeep o Chiva) para llevarlo al escenario deportivo, durante este recorrido se interactúa con las tradiciones gastronómicas y culturales propias de la región, seguido a esto el usuario vivirá una

aventura extrema en el desarrollo de la actividad que escoja (Puenting, Torrentismo y Downhill) contando con el factor principal que es garantizar los protocolos de seguridad establecidos dentro de un plan de contingencia ordenado para cada uno de los deportes, generando una relación de confianza con los instructores partiendo de su experiencia y experticia en el tema.

Gráfica 3 Estructura de trabajo - Tareas programadas



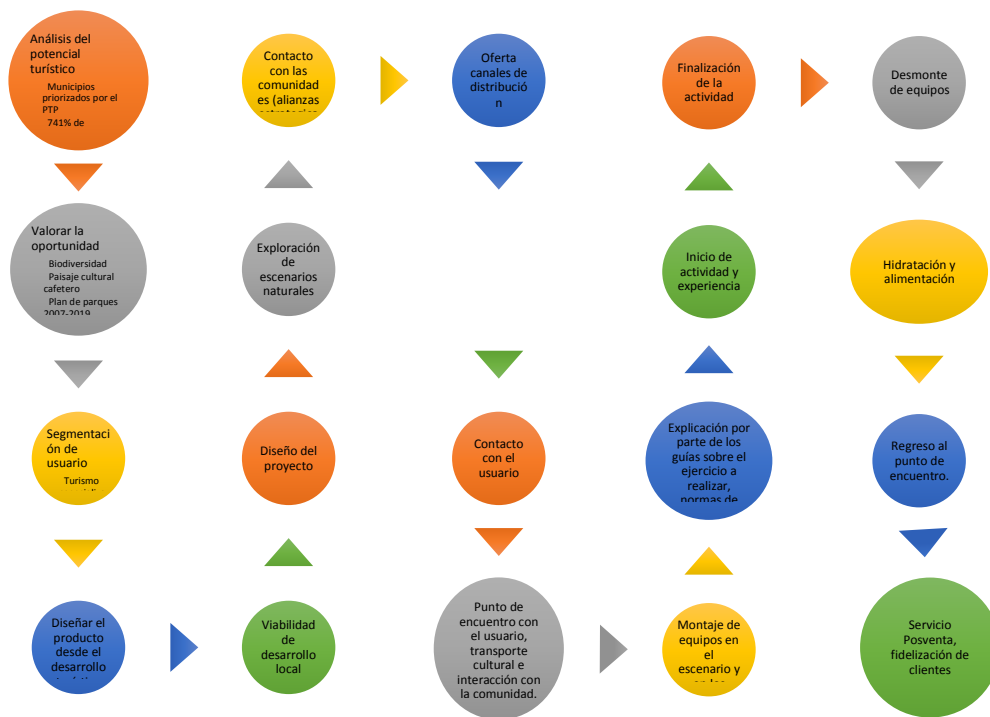
Tareas programadas en MS - Project de la elaboración de proyecto

● SUPUESTOS DE LA ORGANIZACIÓN Y AMBIENTALES

- ✓ El proyecto busca posicionar el turismo de aventura especializado en la región, así mismo el reconocimiento de marca.
- ✓ Evaluar los costos de recursos requeridos para la ejecución del proyecto.
- ✓ Establecer criterios de cumplimiento a las funciones de cada uno de los responsables en la ejecución, monitoreo y control del proceso del proyecto.
- ✓ Estructurar un plan de marketing para lograr el posicionamiento de la marca en la región.

- ✓ Dar cumplimiento al tiempo y cronogramas de cada uno de los procesos establecidos por el grupo de trabajo. (Funcionalidad 100%).

Gráfica 4 Diagrama de funcionamiento



● RESTRICCIONES DE LA ORGANIZACIÓN Y AMBIENTALES

- ✓ Presupuestos monetarios, la cual según lo acordado se tiene un monto de \$80'000.000 pesos m/cte para la iniciación del proyecto
- ✓ Tiempo ya que dicho proyecto no se puede prolongar de 6 meses (180) días, debido a un ajuste de costos.
- ✓ Recursos monetarios, tener claramente el valor de los recursos que se utilizaran y no excederse del presupuesto acordado (\$80'000.000 pesos m/cte)

- **FACTORES CRÍTICOS**

- ✓ Satisfacer en un 100% las necesidades pedidas por el cliente.
- ✓ Crear una confianza en el grupo de trabajo y al cliente al cual se le brindó el proyecto.
- ✓ Lograr que todos y cada uno de las peticiones del cliente se hayan cumplido satisfactoriamente.
- ✓ Lograr un reconocimiento del cliente para ser recomendado en otros entornos de trabajo.
- ✓ Tener una satisfacción de un 100% por la elaboración de proyecto.

- **FACTORES DE RIESGO**

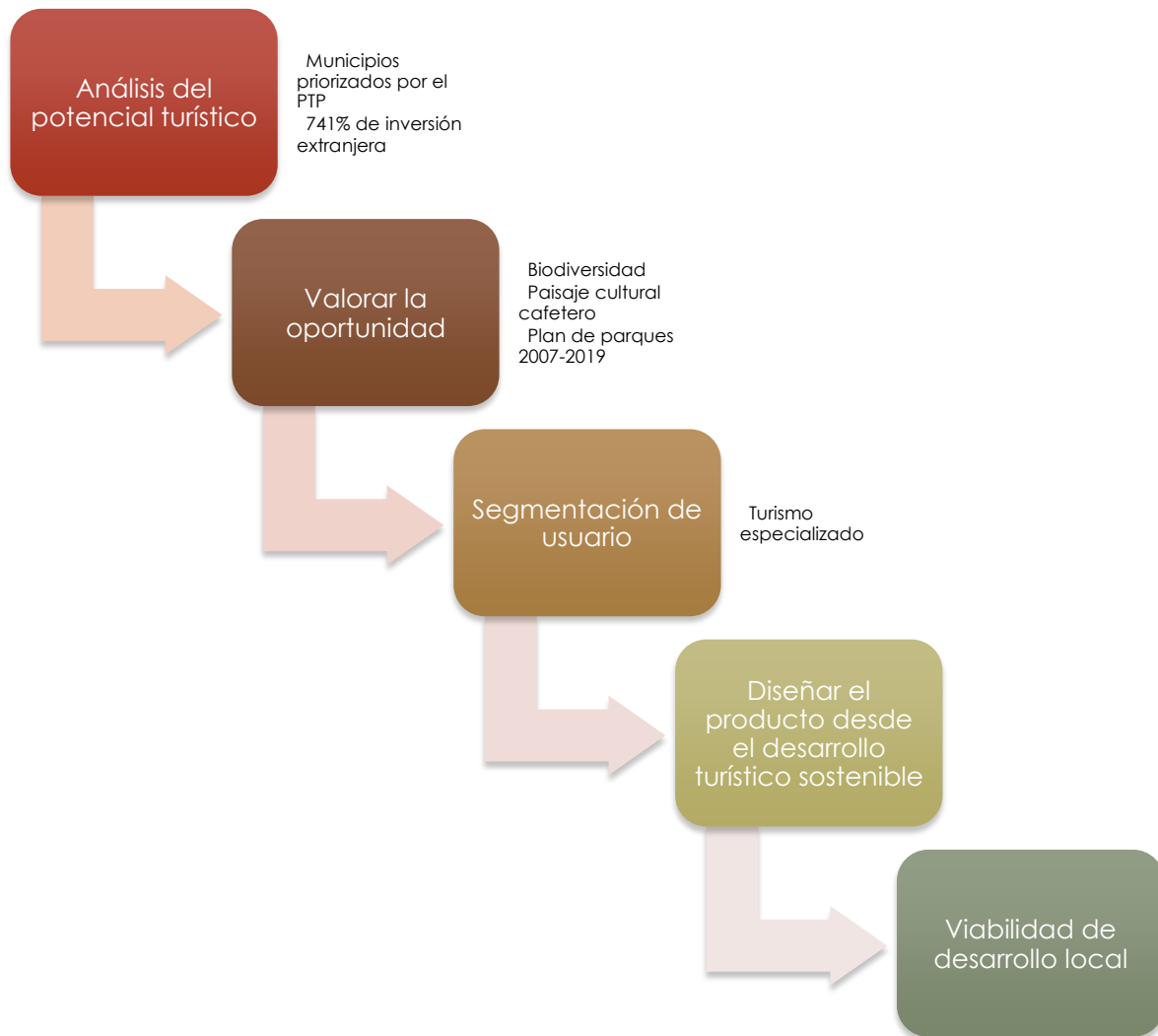
- ✓ Factor de riesgo moderado: Cambios climáticos (temporada invernal) (temporada seca), riesgos de orden público (secuestros, grupos al margen de la ley), Crisis económica del país (devaluación de la moneda o incremento del dólar), Sobre oferta del servicio turístico en la región, Cambio de políticas ambientales
- ✓ Factor de riesgo antrópico: Paros y manifestaciones de gremios de la región como transporte, Indígenas, Alimentos, bloqueos de vías.
- ✓ Factor de riesgo alto: Catástrofe natural (terremotos, erupción volcánica Machín), Situación de calamidad y emergencia en la práctica de alguna actividad propia o similar en la región que genere pánico y desconfianza en los usuarios)

Tabla 9 Medición de resultados e indicadores del proyecto

Resultados e indicadores del proyecto		
TIPO DE RESULTADO / IMPACTO	RESULTADO CONCRETO	META / INDICADOR
Índice de ventas	Indicadores de ventas	Ventas proyectadas / Ventas efectivas
Índice de accidentalidad	Seguridad de usuario	Número de accidentes/Número de usuarios atendidos
Índice de satisfacción	Experiencia de usuario	Promedio de respuesta de usuario/ el número máximo de puntaje en el instrumento de evaluación

Posicionamiento de marca	Reconocimiento de marca, nuevos clientes y fidelización de clientes	Número de usuarios atendidos/Cantidad de turistas en el departamento
Aumento económico en el sector	Mejoramiento de la economía del sector en el departamento	Número de empleos indirectos generados / tasa de desempleo del departamento

8. DISEÑO DEL PRODUCTO



8.1 SERVICIOS

Ilustración 2 Portafolio de servicios



8.1.1 Puenting

El **puenting** es una actividad en la cual una persona se lanza desde una altura elevada, con uno de los puntos de la cuerda elástica atada al torso o al tobillo, y el otro extremo sujetado al punto de partida del salto. Cuando la persona salta, la cuerda se extenderá para contrarrestar la inercia provocada por la aceleración de la gravedad en la fase de la caída, entonces el sujeto ascenderá y descenderá hasta que la energía inicial del salto desaparezca.

La historia del Puenting viene desde 1960, cuando David Attenborough y la cadena televisiva BBC realizaron un reportaje en la isla de Pentecostés (Vanuatu), sobre jóvenes que saltaban desde altas plataformas con sogas ajustadas a sus tobillos como una prueba de coraje.

Esta filmación inspiró a Chris Baker —de Bristol (Inglaterra)—, a usar las cuerdas elásticas como juego de entretenimiento. El primer salto *bungee* moderno se concretó el 1 de abril de 1979 desde el puente colgante de Clifton, en Bristol, y fue realizado por cuatro

miembros de un club de deportes extremos. Los saltadores, liderados por David Kirke, fueron arrestados poco después, pero continuaron con los saltos en Estados Unidos, de este modo difundiendo el concepto del *bungee jump* mundialmente.

Hacia 1982 saltaron desde grúas y globos aerostáticos, apareciendo en televisión. A pesar del peligro que presenta este deporte, la gran altura, se han realizado con éxito millones de saltos desde 1980. Esto se debe al control estricto de los operadores como el doble cálculo en cada salto. Ll Tomado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Puenting>

Ilustración 3 Puenting en práctica Puente de la Explanación en Salento Quindío



Fuente: Actividad Natural Travel (foto propia)

Ilustración 4 Puenting en práctica Puente de la Explanación en Salento Quindío



Fuente: Actividad Natural Travel (foto propia)

Ilustración 5 Puenting en práctica Puente de la Explanación en Salento Quindío



Fuente: Actividad Natural Travel (foto propia)

8.1.2 **Torrentismo**

El Torrentismo o rapel por medio del agua consiste en un descenso que se hace utilizando un arnés o silla inglesa que se ajusta a la cintura y piernas, un sistema de seguridad compuesto por un ocho de seguridad y ocho descendedor, una cuerda para escalada, un caso y un par de guantes, todos los equipos utilizados deben ser homologados y certificados que cumplan con todos los estándares de seguridad.

El control en el descenso respecto a la velocidad en que se baje lo aplica quien lo practica directamente, ya que la persona que presta la seguridad en tierra solo bloquea en caso de una emergencia, es importante tener los conocimientos básicos de balanceo, apoyo y uso de los

equipos utilizados. Lo ideal, en todos los casos, es salir siempre asistidos por un guía. Es importante, además, una preparación física adecuada, que variara de acuerdo a la envergadura del desafío fijado. En general, se debe contar con una contextura más bien delgada, pero con gran capacidad muscular. Siempre es recomendable que alguno del grupo tenga conocimientos de primeros auxilios.

El torrentismo consiste en recorrer las caídas de agua se utilizan cuerdas para descender en técnica de rappel. , buscando el equilibrio del cuerpo y entre los diferentes obstáculos que se pueden encontrar en el camino. Una cuerda, arnés, casco y mucho ánimo se le suministran para ganar la altura y descender por una hermosa cascada. Se requiere además predisposición a mojarte, resbalar y claro divertirse todo lo que puedas. Se realiza en el Municipio de Támesis.

Rappel es una palabra de origen francés que en español se le da a la acción de descender por medio de cuerdas, utilizando técnicas y mecanismos de fricción. Esta forma de descenso es usada para que muchas personas puedan vencer el miedo a las alturas, ya que varios estudios médicos han comprobado que al momento de practicarlo, los osados deportistas aumentan su nivel de adrenalina.

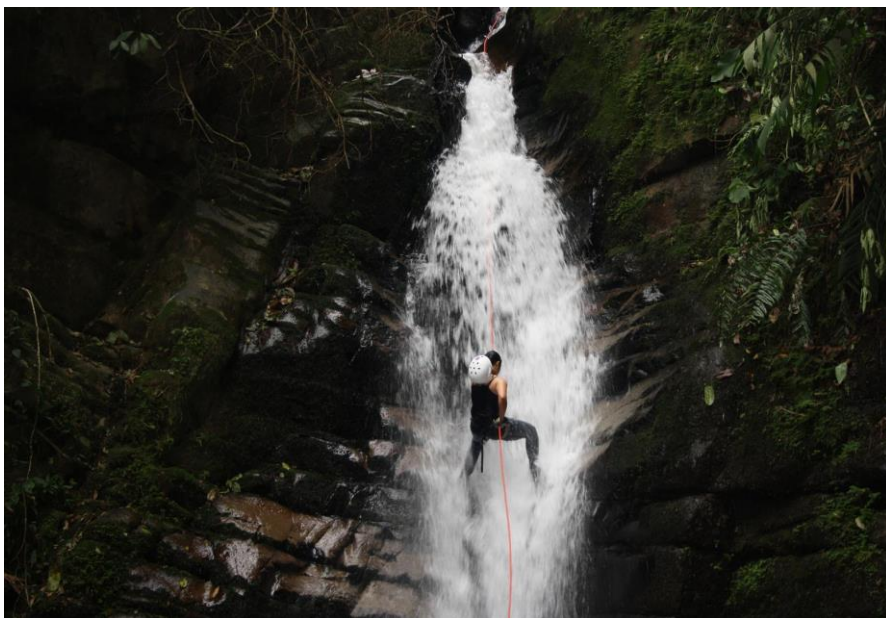
Las rutas a explorar son vías naturales, con obstáculos inesperados y grandes alturas. Según los que las personas que lo practican, lo que más les gusta de esta actividad es desafiar constantemente la gravedad. Tomado de: <http://torrentismolomejor.blogspot.com.co/>

Ilustración 6 Torrentismo en práctica Cascada Santa Rita en Salento Quindío



Fuente: Actividad Natural Travel (foto propia)

Ilustración 7 Torrentismo en práctica Cascada Santa Rita en Salento Quindío

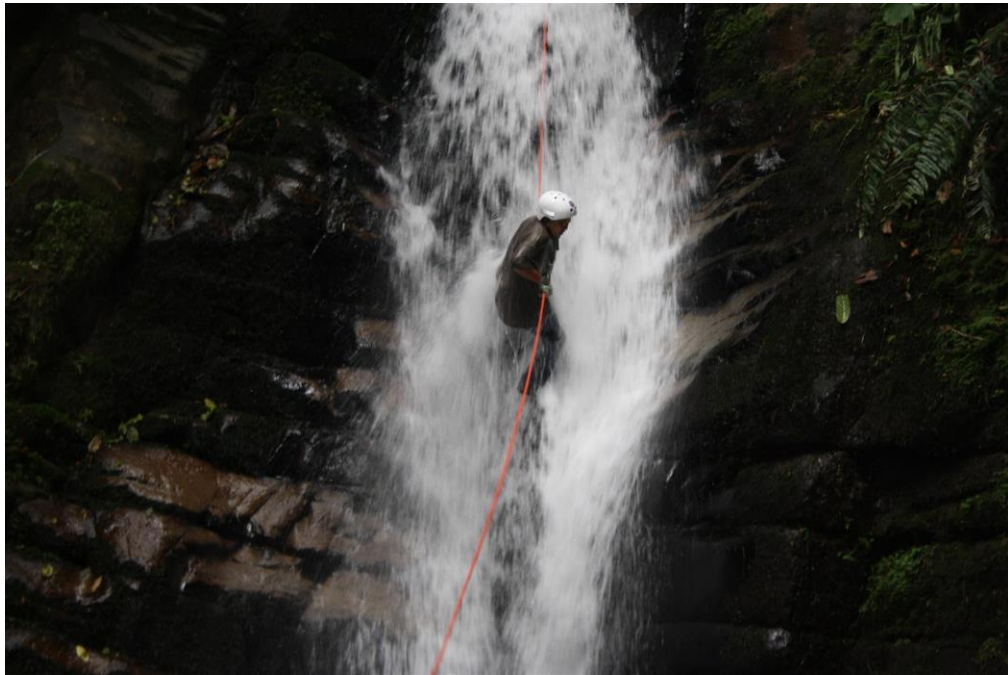


Fuente: Actividad Natural Travel (foto propia)

Ilustración 8 Torrentismo en práctica Cascada Santa Rita en Salento Quindío



Fuente: Actividad Natural Travel (foto propia)



Fuente: Actividad Natural Travel (foto propia)

8.1.3 Downhill

El **ciclismo de montaña o downhill**, es considerado un deporte de riesgo, es un ciclismo de competición realizado en circuitos naturales generalmente a través de bosques por caminos angostos con cuestas empinadas y descensos muy rápidos.

Las bicicletas suelen ser fabricadas de aluminio, titanio, carbono u otras aleaciones lo más ligeras posibles, llevan suspensión delantera normalmente en la horquilla, con recorrido desde 180 a 203mm, que puede ser de resorte, aceite, aire o ambos sistemas combinados; algunas usan también suspensión para la rueda trasera, normalmente con un sistema de articulación en el cuadro de la bicicleta; A finales de la primera década del siglo XXI la mayoría usaba cambios de 9 velocidades en el piñón (cassette) de la rueda posterior y 3 platos en la catalina. Posteriormente en el mercado se comenzaron a comercializar bicicletas con biplato adelante y juegos de cassette, de 10 y 11 velocidades en el eje trasero; en el 2015 se incursionó en el mercado con la catalina monoplato con cassettes de 11 y 12 velocidades. Estas configuraciones

siempre son a elección del deportista, el avance de la tecnología permitió alojar más relaciones en el cassette para simplificar la Catalina y hacer más sencillo el manejo de las relaciones llevándolos a un solo actuador en el manubrio a diferencia de los sistemas tradicionales con relaciones en el cassette y también en la catalina que requieren de dos actuadores o sistemas electromecánicos automatizados más complejos y costosos.

El freno viene accionado a través de una palanca situada en el manubrio. Hasta finales del siglo XX sólo se habían visto frenos de llanta, con *pastillas* de goma o caucho, accionadas por un cable de acero o cabo.

Bas Peters en descenso durante el Campeonato Nacional de los Países Bajos Zoetermeer 2008. A partir del siglo XX se comenzó a utilizar los frenos de disco, los cuales están formados por un disco de diámetro reducido fijado al eje de la rueda que se accionado igualmente por manivelas y cables de acero o posteriormente con sistemas hidráulicos. Los frenos de disco son mucho más seguros aunque no más ligeros. Es altamente recomendado el uso de elementos de seguridad como casco especial, guantes de dedos largos, pedales clip y zapatillas especiales para este tipo de pedal. Protectores de torso, codos y rodillas.

Algunas de las especialidades y competiciones están reguladas por la UCI (Unión Ciclista Internacional) mientras otras se disputan de modo amistoso.

El descenso (Downhill, código DH) es una especialidad proveniente del campo a través para 4 (Four cross). Recorrido cuesta abajo con saltos y obstáculos tanto naturales como artificiales de dificultad técnica media o alta en el que los corredores luchan contra el cronómetro de manera individual, efectuándose el remonte por medios mecánicos (telesillas o camiones). En descenso se han registrado varios tipos de récords de velocidad en bicicleta.

Las bicicletas llevan suspensiones delantera con 200 mm y traseras desde 200mm a 267 mm de recorrido, esto permite una mejor absorción de impactos a la hora de enfrentarse a un objeto natural o artificial como lo son los saltos, así como frenos de disco de 203mm también, lo que permite una mayor eficacia de frenado. Las cubiertas de las ruedas son más gruesas

(normalmente de 2,35 a 2.5 pulgadas) para asegurar el máximo agarre, y el manillar más ancho (entre 760 y 810 mm) para un mayor control de la bicicleta. Además de esto, la mayoría son en aleaciones de titanio, carbono y aluminio.

Las protecciones que se usan en este tipo de eventos son el casco integral, guantes, rodilleras y espinilleras, peto (traje que incluye protector de columna, pecho y costillas, hombreras, coderas y muñequeras) protector cervical y unas gafas parecidas a las de esquí y motocross.

Durante los últimos años se celebran, cada vez con más participantes y seguidores, carreras de descenso urbano; es decir, descenso por un circuito preparado previamente por la ciudad. Entre lo más famosos se encuentran el de Valparaíso Cerro Abajo (Chile). Tomado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Ciclismo_de_monta%C3%B1a

Ilustración 10 Downhill en practica Cerro de las tres cruces Cali



Fuente: Actividad Natural Travel (foto propia)

Ilustración 11 Downhill en practica Cerro de las tres cruces Cali



Fuente: Actividad Natural Travel (foto propia)

Ilustración 12 Downhill en practica Cerro de las tres cruces Cali



Fuente: Actividad Natural Travel (foto propia)

Ilustración 13 Downhill en practica Cerro de las tres cruces Cali



Fuente: Actividad Natural Travel (foto propia)

PROTOCOLOS DE SEGURIDAD

Se propone hacer una lista de chequeo para la práctica de cada deporte, con la intención de mitigar riesgos.

Tabla 10 Protocolos de seguridad

Lista de chequeo Torrentismo	
Seguro todo riesgo	
Firma exoneración de responsabilidad	
Puntos de anclaje	
Charla técnica	
Ropa adecuada	
Revisión del arnés	
Guantes y casco	

Seguridad (V Line)	
Go Pro	

Lista de chequeo Puenting	
Seguro todo riesgo	
Firma exoneración de responsabilidad	
Puntos de anclaje	
Charla técnica	
Ropa adecuada	
Revisión del arnés	
Guantes y casco	
Sistema de seguridad	
Sistema de descenso	
Go Pro	

Lista de chequeo Downhill	
Seguro todo riesgo	
Firma exoneración de responsabilidad	
Ropa adecuada	
Revisión mecánica de la bicicleta	
Casco y guantes	
Hidratación	
Bloqueador solar	
Mapa de la ruta	
GPS	
Kit de reparación básico de bicicleta	
Go Pro	
Equipos de comunicación	

FICHA MEDICA

Esta ficha es presentada para cada uno de los usuarios, con el fin de identificar las características de ingreso y sus codiciones físicas por escrito.

Ficha medica completa

Identificación

Nombre:

Número de identificación:

Sexo:

Edad:
 EPS:
 Ocupación actual:
 Grupo sanguíneo:
 Fecha de nacimiento:

Enfermedades Crónicas			MEDICAMENTOS	DOSIS	
	Asma				
	Diabetes				
	Hipertensión Arterial				
	Convulsiones				
Alergias Respiratorias					
Alergias Alimentos					
Trastornos Mentales					
Otras Enfermedades					
A sufrido de	RUBEOLA		SARAMPION	VARICELA	PAPERAS TETANO

Lesiones de trauma	Descripción				
	Esguince				
	Luxación				
	Fractura				
	Desgarro				
Alergias Medicamento	PENICILINA		Cirugías		

8.2 PROPUESTA DE VALOR

Es un proyecto direccionado al ecoturismo de aventura especializado, en el que se le brindará al usuario una experiencia de contacto con escenarios naturales extremos poco concurridos y explorados en el departamento del Quindío, contando con todos los protocolos de seguridad requeridos, generando también una experiencia de contacto cultural y de tradiciones con el contexto en el cual se desarrollan las actividades, además garantizando la sostenibilidad de los ecosistemas y la protección de los espacios explorados. El proyecto tiene como objetivo brindar una experiencia completa de usuario, basada en tres deportes de aventura especializados tales como, Puenting, Torrentismo y Downhill, el desarrollo de estas actividades deportivas se pretende realizar en escenarios naturales poco concurridos y explorados, la dinámica de trabajo está basada en tener un punto de encuentro con los usuarios, donde se recogerán en un medio transporte tradicional de la región (Jeep o Chiva) para llevarlo al escenario deportivo, durante este recorrido se interactúa con las tradiciones gastronómicas y culturales propias de la región, seguido a esto el usuario vivirá una aventura extrema en el desarrollo de la actividad que escoja (Puenting, Torrentismo y Downhill) contando con el factor principal que es garantizar los protocolos de seguridad establecidos dentro de un plan de contingencia ordenado para cada uno de los deportes, generando una relación de confianza con los instructores partiendo de su experiencia y experticia en el tema.

BENEFICIOS DEL SERVICIO A NIVEL COMPETITIVO

Seguridad, Experiencia, Aventura, Naturaleza, Deportes de aventura, Paisaje cultural cafetero, Adrenalina, Aire libre, Cultura y Sostenibilidad ambiental, Experiencia de contacto cultural con el contexto en el que se desarrollan las actividades .

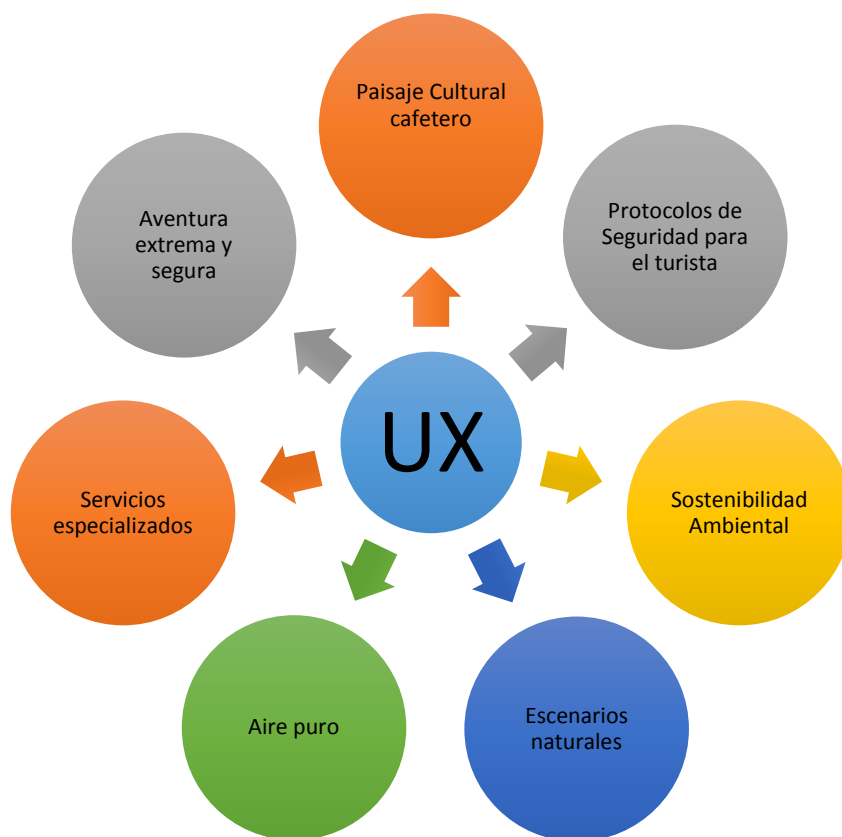
DIFERENCIALES CON LA COMPETENCIA DIRECTA

Seguridad, Experticia y experiencia de los guías en el desarrollo de actividades de deportes de aventura, Especialización en Puenting, Torrentismo y Downhill en el departamento, Escenarios naturales poco concurridos con rutas nuevas exploradas, llevar al usuario a una experiencia de contacto cultural y de tradiciones durante el recorrido involucrando transportes tradicionales y gastronomía.

CONDICIONES / RESTRICCIONES

Condiciones especiales: Para llevar el proyecto a cabo en otras regiones de Colombia es imprescindible una inmersión cultural y geográfica en el contexto, para generar una experiencia al usuario segura y de reconocimiento cultural.

Gráfica 5 Propuesta de valor



Entre las estrategias que se emplearán serán las alianzas con empresas que proveen servicios de turismo, recreación, alojamiento, transporte a turistas, con el fin de crear redes de emprendimiento, para proveer a los turistas que visitan el eje cafetero una amplia gama de servicios, de acuerdo a sus necesidades y expectativas, entregando la mejor experiencia en todos los ámbitos. Entre los aliados estratégicos están:

Gráfica 6 Aliados estratégicos



8.3 PLAN DE MERCADEO

Estamos en el negocio del turismo de aventura especializado sostenible en el eje cafetero, en escenarios naturales extremos, que garanticen la sostenibilidad de los ecosistemas y la protección de los espacios explorados.

El cliente que se focaliza es el turista nacional e internacional y turista experimentado en deportes de aventura, Practicantes de deportes extremos, turistas y/o viajeros, Edades: (18 años a 75 años)

Tabla 11 Objetivos de mercadeo

OBJETIVO ESTRATÉGICO	LOGRAR UN CRECIMIENTO SOSTENIBLE Y RENTABLE DE LOS INGRESOS
1. OBJETIVO:	Promover un reconocimiento de marca el sector turístico sobre los servicios ofrecidos por Natural travel
Indicador de comportamiento:	No Servicios vendidos por año
Seguimiento:	fidelización de clientes, ingresos, reconocimiento de los usuarios, Índice de recordación de marca.
2. OBJETIVO:	Lograr alianzas estratégicas con las principales redes hoteleras del eje cafetero para promover nuestros servicios en sus portafolios
Indicador de comportamiento:	Canales de comunicación activos,
3. OBJETIVO:	Aumentar las ventas de la prestación de los servicios del portafolio de Natural travel en el eje cafetero sobre un 25% en un periodo de 15 meses
Indicador de comportamiento:	Total ventas año 20017- 2018
4. OBJETIVO:	Generar credibilidad, confianza y seguridad entre los turistas usuarios de nuestros servicios (portafolio de servicios de aventura) para garantizar el crecimiento de la marca.
Indicador de comportamiento:	Aumento de clientes 2017 2018
Indicador de comportamiento:	Sostenibilidad de los servicios, Indicadores de fidelización de clientes
5. OBJETIVO:	Alcanzar un margen más amplio del mercado de turismo no especializado, que aumente la venta de servicios en campo de deportes especializados.

Indicador de comportamiento:	N° de usuarios de servicios especializados vs N° de turistas que ingresan al departamento
6. OBJETIVO:	Atraer clientes potenciales que fortalezcan el crecimiento de nuestra marca.
Indicador de comportamiento:	Alianzas estratégicas, acuerdos con clientes potenciales, Índice de aumento de clientes, índice de satisfacción de clientes,

Tabla 12 Plan de mercadeo / Servicio

Plan de mercadeo, variable Servicio			
OBJETIVO	ESTRATEGIA	FECHA	
		INICIO	FIN.
1. Definir el portafolio de servicios de las dos líneas de servicios de Natural travel.	Realizar benchmarking a la competencia para ver sus variables de Mercadeo. (visitas puntos de venta, agencias de viajes, sitios turísticos y web)	1/09/16	1/11/16
	Asistir a ferias o eventos que brinden información acerca de las tendencias de seguridad y turismo especializado en la región.	1/10/16	1/12/16
	Realizar un estudio para escenarios naturales para practicar deportes de aventura en el eje cafetero	1/09/16	1/11/16
	Determinar cuales servicios turísticos especializados se pueden brindar en nuestro portafolio	1/09/16	1/11/16
	Evaluar la viabilidad de uso y sostenibilidad ambiental en el eje cafetero de espacios para practicar deportes de aventura con nuestros usuarios.	1/09/16	1/12/16
2. Ampliar portafolio de servicios	Introducir tres servicios de deportes de aventura especializados	1/11/16	1/01/17
	Desarrollar la estrategia de servicios de aventura especializados	1/11/16	1/01/17
	Evaluar los planes de riesgos y seguridad y reglamentación para la practica de deportes de aventura	1/12/16	1/02/17
	Evaluar los escenarios de de practica para los deportes y determinar las condiciones ambientales de uso de estos espacios y su reglamentación	1/12/16	1/02/17
	Desarrollar la estrategia del modulo de realidad virtual que se usará en diferentes espacios.	1/01/17	1/04/17
	Evaluar la viabilidad de uso.	1/03/17	1/04/17
	Evaluar la reglamentación y certificación de los guías y empleados que apoyen la prestación del servicio	1/02/17	1/04/17
3. Desarrollar servicios para segmentos no especializados del turismo de aventura	Definir segmento de mercado turístico	1/03/17	1/05/17
	Entre los usuarios de servicios de turismo, se segmenta los turistas y los turistas especializados y se debe evaluar como llegar a ambos segmentos con nuestros servicios	1/03/17	1/05/17
		1/03/17	1/05/17

4. Definir estrategias para temporadas de lluvias y fenómenos naturales	determinar planes de emergencia y contingencia para temporadas de mayor probabilidad de emergencias por cambios climáticos y fenómenos naturales en la región	1/03/17	1/06/17
5. Ofrecer estrategias de servicios para temporadas altas en la región	Evaluar alternativas para evitar la saturación de los escenarios deportivos y la presentación de alternativas que respalden la calidad del servicio	1/05/17	1/07/17
6. Por semestre incluir un nuevo servicio en nuestro portafolio	Definir parámetros y evaluación de un nuevo deporte de aventura al portafolio	1/05/17	1/07/17

Tabla 13 Plan de mercadeo / Precio

OBJETIVO	ESTRATEGIAS	FECHA	
		INICIO	FIN.
1. Establecer precios competitivos para nuestros servicios turísticos	Indagación de comportamiento de precios en la región para la practica de los deportes ofrecidos por Natural travel	1/06/17	1/07/17
	Estimación de costos de los equipos a utilizar para la realización de cada deporte	1/06/17	1/07/17
	Estimación de vida útil para los equipos para elaborar plan de compras	1/06/17	1/07/17
	Costear los gastos de pólizas a terceros y pólizas de accidentes por persona.	1/06/17	1/07/17
	Estimar el gasto de transportes y desplazamientos de las personas y equipos a los puntos de practica.	1/06/17	1/07/17
	Estimar el gasto de guías e instructores	1/06/17	1/07/17
	Definir los precios de cada uno de los servicios a prestar.	1/06/17	1/07/17
2. Definir los márgenes de rentabilidad por canales de distribución	Centros comerciales: Conocer todos los parámetros de negociación de este tipo de canal para establecer relación rentable para promover los servicios.	1/07/17	1/09/17
	Establecer canal de pagina web y redes sociales con descripción del servicio y precios	1/07/17	1/09/17
	Alianzas con agencias de turismo y cajas de compensación de la región para generar estrategias para descuentos con grupos, garantizando la idealización de clientes	1/07/17	1/09/17
	Establecer estrategias de promoción con empresas de la región para promover servicios para bienestar laboral.	1/07/17	1/09/17
	Alianzas con empresas y comunidades virtuales dedicadas a la búsqueda de servicios para turistas (ejemplo: Trivago)	1/07/17	1/09/17
3. Estructurar los descuentos por	Definir descuentos del 10% para grupos de 4 personas en adelante, del 15% para grupos de 12 personas en adelante y del	1/07/17	1/08/17

grupos de turistas	20% para grupos superiores a 24 personas .		
---------------------------	--	--	--

Tabla 14 Plan de mercadeo / Canales de distribución

OBJETIVO	ESTRATEGIAS	FECHA	
		INICIO	FIN.
Canales de distribución	Establecer convenios con centros comerciales de la región para ubicar de manera itinerante la promoción de nuestros servicios	1-ago-17	1-oct-17
Establecer canal de pagina web y redes sociales con descripción del servicio y precios	Establecer costos del dominio, diseño y mantenimiento de la pagina web.	1-ago-17	1-oct-17
	Establecer costos de un community mannager y alianzas con influenciadores digitales de la región para el manejo de las redes sociales	1-ago-17	1-oct-17
Alianzas estratégicas	Promocionar nuestro punto de venta, para fondos de empleados y cooperativas, reforzando la comunicación vía email.	1-ago-17	1-oct-17
	Establecer convenios con fondos de empleados y cooperativas, trabadores de las empresas del Grupo Carvajal, Coomeva, Comfandi, Comfenalco, Comfamiliar.		
Carpa Tienda Móvil	Utilizar este punto de venta para eventos especiales en ferias y eventos de la región y en fechas especiales Definir Calendario de eventos con las gobernaciones y la cámara de comercio de las principales ciudades del eje cafetero.	1-ago-17	1-oct-17
Establecer estrategias de promoción con empresas de la región para promover servicios para bienestar laboral.	Iniciar la búsqueda y establecer convenios con empresas en la región para ampliar cubrimiento a Eje Cafetero.	1-ago-17	1-oct-17
Alianzas con empresas y comunidades virtuales dedicadas a la búsqueda de servicios para turistas	Levantar la información referente a costos, precios y logística para habilitar este canal de distribución a nivel nacional en paginas web afiliadas a motores de búsqueda de servicios turísticos. Trivago, Airbnb, despegar, aviatur, onvacation, Cafam, territoriocolombia.	1-ago-17	1-oct-17

Tabla 15 Plan de mercadeo / Comunicación

OBJETIVO	ESTRATEGIAS	FECHA	
		INICIO	FIN.
1. Lograr recordación de la marca en su segmento objetivo, estar dentro de las 5 primeras Marcas de turismo especializado en la región	Definir el mensaje publicitario para la marca, que trasmita los valores de la misma.	sept. 17	1-dic-17
	Actualizar nuestra Pagina Web con videos y experiencias de usuarios	sept. 17	1-dic-17
	En cuanto a Merchandisign, establecer el material pop para los puntos móviles de centros comerciales, carpas de ferias y eventos, rompe tráfico, afiches y material publicitario	sept. 17	1-dic-17
	Fortalecer las relaciones publicas con medios y gremios del sector, participando en las ferias de la región y a nivel nacional.	sept. 17	1-dic-17
2. Establecer el Plan de Medios que logre un alcance de por lo menos 70% en el segmento meta.	Pautar en emisoras juveniles y organizar concurso y anticipación en eventos con dichas emisoras.	sept. 17	1-dic-17
	Pautar en medio impreso regionales para el lanzamiento de Natural travel		
	Pautar en paginas web de venta de equipos deportivos extremos, hacer promoción en las redes sociales		

Tabla 16 Publicidad mezcla de mercado

ACTIVIDAD		Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes
		0	1	2	3	4	5	6
ESTRATEGIA COMUNICACIÓN	Publicidad impresa- Afiches	\$ 180.000			\$ 180.000			\$ 180.000
	Diseño pagina web	\$ 450.000				\$ 450.000		
	Impresión catalogo de servicios	\$ 150.000			\$ 150.000			\$ 150.000
	Tarjetas presentación	\$ 100.00						\$ 100.000
	Publicidad en redes sociales	\$ 30.000		\$ 30.000		\$ 30.000		\$ 30.000
	Alianzas en paginas web	\$ 45.000						\$ 45.000
	Brouchure	\$ 210.000						\$ 210.000
	Pantallas led en Pereira y Armenia	\$ 100.000			\$ 100.000			\$ 100.000
ESTRATEGIA PROMOCION	Bonos de descuento	\$ 500.000				\$ 300.000		
	Pañoletas	\$ 150.000			\$ 150.000			\$ 150.000
	Gorras	\$ 200.000						\$ 200.000
ESTRATEGIA SERVICIOS	Memorias de la experiencia en USB	\$ 350.000						\$ 350.000
	Manillas identificación	\$ 100.000						\$ 100.000
TOTAL		\$ 2.565.000	\$ 0	\$ 30.000	\$ 580.000	\$ 780.000	\$ 0	\$ 1.615.000

8.4 PLAN DE FINANZAS

Análisis de datos específicos del sector, con las referencias mas sobresalientes que inciden en el proceso de inversión durante los últimos 5 años en Colombia.

Tabla 17 Referencias Económicas Colombia 2013 - 2017

	2013	2014	2015	2016	2017
Índice de crecimiento real de la economía	4,90%	4,40%	3,10%	2,00%	1,60%
Tamaño del mercado de turismo a nivel nacional.	3.747.945	4.192.742	5.034.296	7.176.946	3.237.924
Ventas sector turismo en Colombia en miles de pesos	13643,00	14323,00	15.209,00	15.445,00	3.797,00
Tasas de interés DTF +	4,24%	4,07%	4,58%	6,78%	5,70%
Ingreso perca pita en US	1,38	1,60	1,53	1,20	2,10
Devaluación del dólar	2,08%	2,54%	2,91%	3,00%	2,96%
Precio del dólar	2.979,79	2.000,33	2.743,39	3.050,00	2.939,20
Cotización euro	2.480,94	2.642,99	3.045,97	3.376,20	3.218,44
Inflación	1,94%	3,66%	6,77%	5,75%	3,35%
Tasa de desempleo	9,60%	9,10%	8,90%	9,20%	8,70%
Déficit fiscal	2,40%	2,40%	3,73%	4,00%	3,60%
Inversión extranjera millones de US	16.209,00	12.164,00	11.732,00	13.687,00	2.515,00
Salario mínimo	589.500,00	616.500,00	644.350,00	689.455,00	737.717,00

La línea de producción que se establece para dar apertura y proyección a la empresa Natural Travel, referida a una investigación de ingresos de turistas al departamento del Quindío y a los informes de ventas de las empresas de deportes de aventura relacionados en la región, para tener una proyección de capacidad productiva y los costos que se van a generar durante los primeros 18 meses.

Tabla 18 Línea de producción - Capacidad de producción

Línea de servicio	Tiempo de producción por cada servicio	Capacidad de atención de usuarios al mes	Cantidad Servicios al mes	Cantidad de personas atendidas por servicio	Valor comercial	Valor servicio sin mano de obra
Downhill	3 horas	40 Usuarios	4 Servicios	10 personas	\$ 120.000	\$ 63.750
Torrentismo	6 horas	120 Usuarios	12 Servicios	10 personas	\$ 40.000	\$ 7.431
Puenting	4 horas	240 Usuarios	24 Servicios	10 personas	\$ 40.000	\$ 5.248

La inversión inicial esta planteada por \$80.000.000 de pesos, con lo cual se pretende comprar equipos de trabajo para 10 usuarios por cada uno de los deportes especializados, según la cotización que se realizo a diferentes proveedores de la región, esta compra inicial comprende 10 bicicletas para downhill, arnés para 10 usuarios en torrentismo, arnés integral, descendedor, cámaras GoPro para cada usuario en su casco, para tener una grabación de su experiencia y entregársela en formato digital al finalizar la actividad, así mismo, los demás elementos relacionados en la tabla 17, 18 y 19 costos directos del servicio.

Entre otros gastos para la inversión inicial están los costos de los diseños de marca y el registro de la misma, la logística de lanzamiento, la cual implica bonos de regalo para dar a conocer nuestros servicios, un evento de socialización en medios que convoque los principales proveedores de servicios turísticos en un lanzamiento de nuestra marca en el departamento del Quindío. Por otro lado, los registros requeridos por la cámara de comercio, también hacen parte de nuestra inversión inicial, un elemento importante también es el registro nacional de turismo que formaliza nuestra actividad comercial.

A continuación se presenta la tabla con la descripción de la inversión inicial, que se requiere para el desarrollo del proyecto.

Tabla 19 Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL	
Diseño Logo	\$1.000.000
Registro Marca	\$1.600.000
Insumos x 10	\$72.600.000
Logística lanzamiento	\$2.000.000
RNT (Registro Nacional de Turismo)	\$45.000
Registro Mercantil, Minuta de constitución	\$250.000
Estrategia publicidad	\$2.500.000
TOTAL INVERSIÓN	\$79.995.000

En las siguientes tablas se pretende hacer una descripción de los costos directos que se evidenciaron en la etapa de cotización y costos del proyecto, para lo cual se hizo lo siguiente, se seleccionaron los tres servicios especializados que se van a brindar, en cada una de las tablas se especifica la actividad o servicio, también se describe el insumo requerido para la ejecución de la actividad, la unidad de medida usada para tomar el valor de los costos, como hablamos de un servicio, la unidad de medida se referencia por servicios.

También se hizo un promedio de la durabilidad que tiene cada uno de los insumos que se va a usar, esto con relación a su garantía y la vida útil que hay establecida para cada elemento, según las normas y usos. En la siguiente celda se identifica la cantidad de servicios que se proyecta realizar durante los meses de durabilidad de cada uno de los elementos, por ejemplo la bicicleta para Downhill tiene una durabilidad optima de uso de cuarenta meses, durante esos cuarenta meses se pretende usar ciento sesenta veces, en ciento sesenta servicios, al día de hoy la bicicleta en el comercio tiene un valor de \$ 3.500.000 de pesos, entonces la formula que se emplea es dividir el valor de compra de la bicicleta entre 160 veces que se va a usar en su tiempo optimo de uso, para que nos genere la cifra del valor que tiene la bicicleta en cada uno de los servicios que se proyecta. Con esta estructura en cada uno de los servicios, obtenemos el valor que tiene cada uno de los servicios en materia prima, lo que traduce, el valor que demanda cada servicio, a este valor se le

suma la mano de obra o servicio de guía experto, más los costos fijos y variables que se determinan en la proyección de costos.

Tabla 20 Costos directos del servicio Downhill

Downhill					
Insumo	Unidad de medida	Durabilidad en meses	Cantidad de servicios en la vida útil	Precio total de insumos	Precio Unitario del servicio
Bicicleta	por servicio	40	160	\$ 3.500.000	\$ 21.875
Casco	por servicio	6	24	\$ 180.000	\$ 7.500
Kit de protección	por servicio	6	24	\$ 150.000	\$ 6.250
Go pro	por servicio	24	96	\$ 500.000	\$ 5.208
Mantenimiento bici	por servicio	12	48	\$ 600.000	\$ 12.500
Repuestos Bici	por servicio	12	48	\$ 500.000	\$ 10.417
			Total	\$ 5.430.000	\$ 63.750

Tabla 21 Costos directos del servicio Torrentismo

Torrentismo					
Insumo	Unidad de medida	Durabilidad en meses	Cantidad de servicios en la vida útil	Precio total de insumos	Precio Unitario del servicio
Arnés	por servicio	24	288	\$ 100.000	\$ 347
Descendedor	por servicio	12	144	\$ 60.000	\$ 417
Cinta tubular 4 mts	por servicio	12	144	\$ 20.000	\$ 139
Cuerda de 50 Mts	por servicio	12	144	\$ 180.000	\$ 1.250
Casco	por servicio	6	72	\$ 180.000	\$ 2.500
Guantes	por servicio	2	24	\$ 20.000	\$ 833
Go pro	por servicio	24	288	\$ 500.000	\$ 1.736
Mosquetones	por servicio	12	144	\$ 30.000	\$ 208
			Total	\$ 1.090.000	\$ 7.431

Tabla 22 Costos directos del servicio Puenting

Puenting					
Insumo	Unidad de medida	Durabilidad en meses	Cantidad de servicios en la vida útil	Precio total de insumos	Precio Unitario del servicio
Arnés integral	por servicio	4	96	\$ 250.000	\$ 2.604
Protector de cuerdas	por servicio	12	288	\$ 20.000	\$ 69
Mosquetón	por servicio	12	288	\$ 30.000	\$ 104
Casco	por servicio	12	288	\$ 180.000	\$ 625
Descendedor	por servicio	24	576	\$ 60.000	\$ 104
Cinta tubular de 10 mts	por servicio	12	288	\$ 40.000	\$ 139
Cuerda de 30 mts	por servicio	6	155	\$ 110.000	\$ 710
Go pro	por servicio	24	56	\$ 50.000	\$ 893
			Total	\$ 740.000	\$ 5.248

Se plantea la siguiente tabla que resume el valor que se da en cada uno de los servicios, primero el valor total que demanda el servicio, contando solo el costo de los insumos/materia prima, sumándole el valor que se define para cada servicio en mano de obra, que en este caso es pagada por horas de servicio a \$8.000 pesos, según la línea de producción a cada servicio hay establecida la duración de cada uno, pero al guía se le añade las dos horas de desplazamiento y alistamiento que se requiere en cada servicio. Teniendo en cuenta que por cada grupo de diez personas son dos guías para acompañarlos. Además del valor comercial que tiene cada servicio en el mercado y que son los valores que se van usar en nuestro portafolio.

Tabla 23 Resumen de costos por servicio

Línea de servicio	Valor servicio sin mano de obra	Valor de mano de obra por servicio	Valor comercial del servicio
Downhill	\$ 63.750	\$ 9.600	\$ 120.000
Torrentismo	\$ 7.431	\$ 12.800	\$ 40.000

Puenting	\$ 5.248	\$ 8.000	\$ 40.000
----------	----------	----------	-----------

Tabla 24 Costos fijos mensuales

COSTOS FIJOS MENSUALES	
Arrendamiento Local/Bodega	\$400.000
Servicios / Internet	\$90.000
Administrador (mínimo + prestaciones de ley)	\$1.240.246
Seguros	\$2.000.000
Crédito bancario* 48 meses	\$2.430.000
Community manager	\$500.000
TOTAL	\$6.260.246

Tabla 25 Costos variables mensuales

COSTOS VARIABLES MENSUALES	
6 Guías por horas	\$5.400.000
Transporte	\$1.000.000
TOTAL	\$6.400.000

Tabla 26 Proyección utilidades temporada alta

Temporada alta 100% de la capacidad productiva			
Descripción	Cantidad	Ingreso	Egreso
Downhill	40	\$ 4.800.000	\$ -
Guía downhill	2	\$ -	\$ 384.000
Torretismo	120	\$ 4.800.000	\$ -
Guías Torretismo	2	\$ -	\$ 1.536.000
Puenting	240	\$ 9.600.000	\$ -
Guías puenting	2	\$ -	\$ 3.840.000

Gastos Fijos			
Arrendamiento Local/Bodega	1		\$ 400.000
Servicios / Internet	1		\$ 90.000
Administrador (mínimo + prestaciones de ley)	1		\$ 1.240.246
Seguros	1		\$ 2.000.000
Community manager	1		\$ 500.000
Transporte	1		\$ 1.000.000
Crédito Bancario por 48 meses			\$ 2.430.000
		\$ 19.200.000	\$ 13.420.246
Utilidad Mensual			\$ 5.779.754

Tabla 27 Proyección utilidades temporada baja

Temporada baja 60% de la capacidad productiva			
Descripción	Cantidad	Ingreso	Egreso
Downhill	24	\$ 2.880.000	\$ -
Guía downhill	1	\$ -	\$ 144.000
Torretismo	72	\$ 2.880.000	\$ -
Guías Torretismo	2	\$ -	\$ 512.000
Puenting	144	\$ 5.760.000	\$ -
Guías puenting	2	\$ -	\$ 1.200.000
Gastos Fijos			
Arrendamiento Local/Bodega	1		\$ 400.000
Servicios / Internet	1		\$ 90.000
Administrador (mínimo + prestaciones de ley)	1		\$ 1.240.246
Seguros	1		\$ 2.000.000
Community manager	1		\$ 500.000
Transporte	1		\$ 1.000.000
Crédito Bancario por 48 meses			\$ 2.430.000

		\$ 11.520.000	\$ 9.516.246
Utilidad Mensual		\$ 2.003.754	

Tabla 28 Resumen Ingresos - Egresos primer año

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos	\$ 19.200.000	\$ 19.200.000	\$ 11.520.000	\$ 11.520.000	\$ 19.200.000	\$ 19.200.000	\$ 11.520.000	\$ 11.520.000	\$ 19.200.000	\$ 11.520.000	\$ 19.200.000	\$ 19.200.000
Egresos	\$ 13.420.246	\$ 13.420.246	\$ 9.516.246	\$ 9.516.246	\$ 13.420.246	\$ 13.420.246	\$ 9.516.246	\$ 9.516.246	\$ 13.420.246	\$ 9.516.246	\$ 13.420.246	\$ 13.420.246
Utilidad Mensual	\$ 5.779.754	\$ 5.779.754	\$ 2.003.754	\$ 2.003.754	\$ 5.779.754	\$ 5.779.754	\$ 2.003.754	\$ 2.003.754	\$ 5.779.754	\$ 2.003.754	\$ 5.779.754	\$ 5.779.754

Tabla 29 Resultados VPN - TIR

Tasa de interés mensual	1,50%
Inversión inicial	\$ 80.000.000
VPN	\$ 4.227.794
TIR	1,95%

En el presente análisis basados en la tabla de resultados en la que se evidencia una tasa interna de retorno del 1,95% la cual nos indica que es una inversión viable, tomando en cuenta que se inicia con un promedio de gastos fijos reales, se toman los riesgos que pueden intervenir en el proyecto, entre ellos las temporadas bajas de turismo, temporadas de lluvias, entre otros, bajando las proyecciones de ventas en los meses de temporadas bajas en un 40% de ventas, según la capacidad de producción instalada que se propone en la estructura del proyecto, lo ideal es que la tasa de crecimiento disminuya en pérdidas y aumente en ganancias en un periodo de tres años, según lo previsto frente a la inversión y la tasa de retorno. Para asegurar la viabilidad de la inversión, teniendo en cuenta que la inversión inicial es de \$80.000.000 de pesos se esta retornando mes a mes con el pago del crédito, el VPN indica un valor de \$4.227.794.

9. Bibliografía

- ✓ <https://www.ambitojuridico.com/BancoConocimiento/Administrativo-y-Contratacion/este-es-el-plan-de-desarrollo-2014-2018-aprobado-por-el-congreso>. (s.f). *AmbitoJuridico.com*. Obtenido de <https://www.ambitojuridico.com/BancoConocimiento/Administrativo-y-Contratacion/este-es-el-plan-de-desarrollo-2014-2018-aprobado-por-el-congreso>.
- ✓ PNUB. (1992). *PNUD Informe de Desarrollo Humano*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Bogotá: Tercer Mundo editores.
- ✓ <http://www.ptp.com.co/documentos/Presentaci%C3%B3n%20Final.pdf>. (s.f.).
- ✓ <http://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/quindio.html>. (s.f.).
- ✓ <https://www.ptp.com.co/documentos/Informe%20Consolidado%20Directorio%20Establecimientos%20Turismo%20de%20Naturaleza%2002%2015.pdf>
- ✓ <http://www.banrep.gov.co/es/eser-12>
- ✓ http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_search&Itemid=99999999&searchword=turismo+en+cartagena&searchphrase=any
- ✓ https://www.viajaporcolombia.com/noticias/anato-presenta-estadisticas-de-turismo-colombiano_2057/