



**Plan de negocios para la empresa
dedicada al Ecoturismo
Centro Eco-turístico “La Meseta”**

Karen Dayan Jurado Fonseca

Universidad EAN

Facultad de Estudios en Ambientes Virtuales

Administración de empresas MBA

Bogotá

2020

Plan de negocios para la empresa dedicada al Ecoturismo Centro Eco-turístico “La Meseta”

Karen Dayan Jurado Fonseca

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Magister Administración de empresas MBA

Director (a):

David Ricardo Ocampo Eljaiek

Modalidad:

Creación de Empresa

Universidad EAN

Facultad de Estudios en Ambientes Virtuales

Administración de empresas MBA

Bogotá

2020

Nota de aceptación

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

Bogotá D.C. Día - mes – año

Dedicatoria

A mi esposo, Jairo José, mi mayor apoyo y quien me incentivó desde un principio, a mis hijos David Esteban y Laura Valeria que, a pesar de ser tan pequeños, inspiraron tantas noches largas de estudio. A mis compañeras que fueron un apoyo incondicional creando lazos de amistad en tantos altibajos y por supuesto a mi tutor quien, en definitiva, hace una parte muy importante de este proceso, el profesor David Ocampo.

.

Resumen

El municipio de Monguí, Boyacá, que hace parte de la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia, recibió por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la certificación como nuevo destino turístico sostenible; certificación, asociada directamente con la concientización, visión de largo plazo y armonización entre el crecimiento económico, el respeto cultural y la conservación por parte de prestadores de servicios turísticos, autoridades locales, comunidad, turistas y visitantes. (Álvarez, 2018)

Por lo anterior, el proyecto, Centro Ecoturístico la Meseta del Municipio de Monguí, se ha desarrollado con el fin de aprovechar, además de las bondades del contexto regional, oportunidades de negocio para involucrar no solo los aspectos de tipo ambiental, sino los de los diferentes tipos de turismo desde una perspectiva integral; los objetivos relacionados con el estudio de mercados, de tipo operativo y administrativo y los de análisis financiero, desarrollados a través de un estudio de tipo cuantitativo, demostraron que, además de contar con una perspectiva de negocio a futuro aprovechable, la oportunidad de la creación de una organización que aporte a la sociedad en la reducción de niveles de empleo en el municipio el aporte económico al mismo municipio y en la rentabilidad y liquidez de una idea con proyección positiva hacia futuro.

Palabras clave: Ecoturismo, sostenibilidad, Desarrollo, Plan de Negocios

Abstract

The municipality of Monguí, Boyacá, which is part of the Network of Heritage Peoples of Colombia, received by the Ministry of Commerce, Industry and Tourism, certification as a new sustainable tourist destination; certification directly associated with awareness, long-term vision and harmonisation between economic growth, cultural respect and conservation by tourism service providers, local authorities, community, tourists and visitors, (Alvarez, 2018).

For this reason, the La Meseta Ecotourism Center project in the Municipality of Monguí has been developed in order to take advantage of the benefits of the regional context, business opportunities to involve not only environmental aspects but also those of different types of tourism from a comprehensive perspective; The objectives related to the study of markets, of an operational and administrative type and those of financial analysis, developed through a quantitative study, demonstrated that in addition to having a profitable future business perspective, the opportunity to create an organization that contributes to society in reducing employment levels in the municipality, the economic contribution to the same municipality and in the profitability and liquidity of an idea with a positive projection into the future.

Keywords: Ecotourism, Sustainability, Development, Business Plan

Contenido

<i>Lista de ilustraciones</i>	8
<i>Lista de tablas</i>	11
<i>Lista de Anexos</i>	14
<i>Introducción</i>	15
1. Naturaleza del proyecto	17
1.1. Origen o fuente de la idea del plan de negocios del centro ecoturístico la Meseta	17
1.2. Descripción de la idea de negocio	20
1.3. Justificación y antecedentes	21
1.4. Objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo	22
1.4.1. Objetivo general del proyecto _____	23
1.4.2. Objetivos específicos del proyecto _____	23
1.5. Estado actual del negocio	23
1.6. Descripción de productos o servicios	24
1.7. Nombre, tamaño y ubicación de la empresa	25
1.8. Potencial del mercado en cifras	26
1.9. Ventajas competitivas del producto y/o servicio	31
1.10. Resumen de las inversiones requeridas	44
1.11. Proyecciones de ventas y rentabilidad	45
1.12. Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad	46
1.13. Equipo de trabajo	47
2. Análisis del sector turístico de Boyacá	48
2.1. Caracterización del sector turístico	48

2.2.	Análisis de las fuerzas que impactan el turismo.	51
2.3.	Análisis de oportunidades y amenazas.	55
3.	<i>Estudio piloto de mercado del Centro Ecoturístico la Meseta en Monguí Boyacá</i>	57
3.1.	Análisis y estudio de mercado turístico	57
3.2.	Tendencias del mercado Turístico.	61
3.3.	Segmentación de mercado objetivo.....	66
3.4.	Descripción de los consumidores.....	68
3.5.	Tamaño del mercado.....	68
4.	<i>Riesgos y oportunidades de mercado.....</i>	74
4.1.	Poder del mercado.....	76
4.2.	Barreras de entrada	76
4.3.	Entrada de nuevas empresas	77
4.4.	Salida de empresas	77
4.5.	Innovación y eficiencia	78
5.	<i>Resultados.....</i>	79
5.1.	Resultados del análisis de la competencia.	96
5.2.	Resultados de la medición del comportamiento del consumidor.	99
5.3.	Metodologías de análisis de los competidores.	99
5.4.	Resultados del análisis de la competencia	100
5.5.	Resultados de la medición del comportamiento del consumidor.	101
5.6.	Cálculo de la demanda potencial, proyección de ventas y participación del mercado.....	102
6.	<i>Estrategia y plan de introducción de mercado.....</i>	103
6.1.	Estrategias del servicio turístico del centro ecoturístico la meseta.	105

6.2.	Estrategias de distribución.	106
6.3.	Estrategias de precio.	106
6.4.	Estrategias de comunicación y promoción.	107
6.5.	Estrategia de fuerza de ventas.	110
6.6.	Presupuesto de la mezcla de mercadeo.	111
6.7.	Aspectos técnicos del Centro Ecoturístico la Meseta.	112
6.8.	Objetivos producción.	113
6.9.	Ficha técnica del producto o servicio.	113
6.10.	Descripción del proceso.	114
6.11.	Características de la tecnología.	115
6.12.	Materias primas y suministros.	117
6.13.	Insumos necesarios para el servicio	118
6.14.	Plan de producción.	118
6.15.	Procesamiento de órdenes y control de inventarios.	119
6.16.	Escalabilidad de operaciones.	120
6.17.	Modelo de gestión integral del proceso productivo.	121
6.18.	Política de aseguramiento de la calidad y estrategia de control de calidad sobre el producto o servicio.	121
6.19.	Procesos de investigación y desarrollo.	123
6.20.	Plan de compras.	123
6.21.	Costos de producción.	124
6.22.	Infraestructura.	125
6.23.	Mano de obra requerida.	127
7.	<i>Aspectos Organizacionales</i>	129
7.1.	Análisis estratégico	129
7.2.	Misión	129

7.3.	Visión	129
7.4.	Análisis DOFA	130
7.4.1.	Análisis interno	130
7.4.2.	Análisis externo	130
7.5.	Estructura Organizacional	133
7.5.1.	Organigrama	133
7.5.2.	Procesos operativos	134
7.5.3.	Muestra de Perfiles y funciones	135
7.5.4.	Esquema de contratación y remuneración	137
7.5.5.	Factores clave de la gestión del talento humano	137
7.6.	Sistemas de incentivos y compensación del talento humano	138
7.7.	Esquema de gobierno corporativo	140
7.8.	Aspectos legales de la constitución del Centro Ecoturístico la Meseta.	140
8.	<i>Aspectos Financieros</i>	<i>142</i>
8.1.	Política de manejo contable y financiero	142
8.2.	Presupuestos económicos (simulación a cinco (5) años).....	143
8.3.	Presupuesto de ventas.	144
8.4.	Presupuesto de costos de comercialización.	145
8.5.	Presupuesto de costos laborales.....	146
8.6.	Presupuesto de costos administrativos.	147
8.7.	Presupuesto de inversión.	147
8.8.	Estados financieros (escenario probable).....	148
8.9.	Flujo de caja.....	149
8.10.	Balance general.....	150
8.11.	Indicadores financieros	151
8.11.1.	Razón de liquidez	152
8.11.2.	Nivel de endeudamiento	152

8.11.3.	Apalancamiento _____	153
8.11.4.	Margen de ganancias brutas _____	153
8.11.5.	Punto de equilibrio _____	153
8.11.6.	Tasa interna de retorno y valor presente neto _____	155
8.12.	Fuentes de financiación.....	155
8.13.	Evaluación financiera.....	156
9.	<i>Enfoque hacia la sostenibilidad</i>	<i>158</i>
9.1.	Dimensión social	159
9.2.	Dimensión ambiental.....	159
9.3.	Dimensión económica.....	161
9.4.	Dimensión de gobernanza.....	162
	<i>Conclusiones</i>	<i>163</i>
	<i>Lista de referencias</i>	<i>166</i>

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Ubicación del municipio de Monguú en Boyacá.....	19
Ilustración 2 Motivo principal del viaje a Boyacá	27
Ilustración 3 Tamaño medio del grupo de viaje a Boyacá.	27
Ilustración 4 destinos principales del turismo receptor de Boyacá.....	29
Ilustración 5 municipios visitados en Boyacá.	30
Ilustración 6 destino principal del viaje del turismo Interno	30
Ilustración 7 Imágenes del puente de Boyacá	34
Ilustración 8 Plaza de Bolívar de Tunja	35
Ilustración 9 imágenes de atractivos turísticos del municipio de Pipa.	36
Ilustración 10 imágenes del museo arqueológico ubicado en Sogamoso Boyacá.....	38
Ilustración 11 imágenes de Tibasosa, lago de Tota y Playa Blanca	39
Ilustración 12 puente del Calicanto Monguú	40
Ilustración 13 imágenes del Páramo de Ocetá - Monguú	40
Ilustración 14 claustro y Museo Nuestra señora de Monguú.....	42
Ilustración 15 punto de equilibrio venta y costos a cinco años	46
Ilustración 16 organigrama del centro ecoturístico	47
Ilustración 17 visitantes extranjeros no residentes por modo aéreo, terrestre y marítimo	49
Ilustración 18 indicadores de género, rango de edad y destino del viaje - diciembre de 2018 en Boyacá	50
Ilustración 19 otros indicadores del turismo en diciembre del departamento de Boyacá	50
Ilustración 20 participación de la población ocupada en turismo Colombia.....	51
Ilustración 21 visitantes internos con destino a Boyacá.....	54
Ilustración 22 tipo de alojamiento utilizado en el departamento de Boyacá.....	59
Ilustración 23 gasto medio total por persona de un viaje a Boyacá.	60
Ilustración 24 gasto medio por tipo de gasto.....	61
Ilustración 25 gasto promedio por viaje, por rubro	62
Ilustración 26 población de 10 años y más que realizó turismo, y excursionismo	63
Ilustración 27 motivo del viaje.....	64

Ilustración 28 participación del sector turístico en el PIB regional - Boyacá.	65
Ilustración 29 distribución porcentual de la población que realizó turismo interno según motivo del último.....	71
Ilustración 30 turismo interno según tipo de alojamiento	72
Ilustración 32. Resultados de la pregunta - Lugar de procedencia.	79
Ilustración 33. Resultados de la pregunta - Género.....	80
Ilustración 34. Resultados de la pregunta - Rango de edad.....	80
Ilustración 35. Resultados de la pregunta - Nivel de escolaridad.....	81
Ilustración 36. Resultados de la pregunta - ¿Trabaja Actualmente?.....	82
Ilustración 37. Resultados de la pregunta - Trabajo que desempeña	82
Ilustración 38. Respuesta a la pregunta - ¿con cuantas personas viaja?.....	83
Ilustración 39. Respuesta a la pregunta - ¿con cuan que frecuencia viaja?	84
Ilustración 40. Respuesta a la pregunta - ¿En qué temporada desea realizar turismo en el departamento de Boyacá?	85
Ilustración 41. Respuestas a la pregunta - ¿Conoce Monguít?	85
Ilustración 42. Respuestas de la evaluación de importancia de factores para visitar el municipio de Monguít.	86
Ilustración 43. Respuestas a la pregunta - ¿Cómo supo de Monguít?.....	87
Ilustración 44. Respuestas a la pregunta - Tipo de alojamiento de preferencia.....	88
Ilustración 45. Respuestas a la pregunta -¿Qué valora más de un lugar al hospedarse	89
Ilustración 46. Respuesta a la pregunta - ¿Le gustaría hospedarse en el Centro Ecoturístico la Meseta en Monguít Boyacá	90
Ilustración 47. Respuestas a la pregunta - ¿Que valores estaría dispuesto a pagar por alojarse una noche y un desayuno típico en un Centro Ecoturístico en el municipio de Monguít en Boyacá?.....	91
Ilustración 48. Respuestas a la pregunta - ¿Requiere la asistencia de un guía turístico? .	92
Ilustración 49. Respuesta a la pregunta - ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un Guía Turístico?.....	93
Ilustración 50. Respuestas a la pregunta - ¿Cuál fue su gasto promedio del ultimo viaje realizado por persona?.....	94

Ilustración 51. Respuestas a la pregunta - ¿Qué cantidad de dinero gasta a diario en su destino turístico?.....	95
Ilustración 52. Respuestas a la pregunta – Califique las opciones de turismo que le gustan más	96
Ilustración 53 Logotipo de la empresa	110
Ilustración 54 Esquema de políticas del mix de mercadeo para el Centro Ecoturístico la Meseta.....	111
Ilustración 55 Ficha técnica del Centro Ecoturístico la Meseta Fuente: Elaboración propia	113
Ilustración 56 Esquema de escalabilidad.	121
Ilustración 57 Distribución Habitaciones	126
Ilustración 58 Cocina con comedor	127
Ilustración 59 organigrama Centro Ecoturístico	133
Ilustración 60 Esquema de Gobierno Corporativo.	140
Ilustración 61 tendencia de la Utilidad Neta	149
Ilustración 62 punto de Equilibrio.	154
Ilustración 63 La triple línea sostenible	158
Ilustración 64 Páramo de Ocetá.	161

Lista de tablas

Tabla 1: Servicios de hospedaje del Centro Ecoturístico la Meseta.	24
Tabla 2. Paquetes Turísticos del Centro Ecoturístico la Meseta	25
Tabla 3 programas y subprogramas turísticos del plan de desarrollo de Boyacá 2016-2019	31
Tabla 4 modelo VRIO Centro Ecoturístico la Meseta.	43
Tabla 5 inversión total y necesidades de financiación.....	44
Tabla 6 proyecciones de ventas y rentabilidad	45
Tabla 7 indicadores por la actividad turística de Boyacá	54
Tabla 8 características de la demanda del turismo en el departamento de Boyacá.	58
Tabla 9. Tipos de Turismo en Boyacá.....	66
Tabla 10. Variables de segmentación para el Centro Ecoturístico la Meseta.....	67
Tabla 11 visitantes extranjeros 2017-2018	69
Tabla 12 población que realizó turismo interno y/o excursionismo interno (en miles y porcentaje).	69
Tabla 13 Población que realizó turismo interno (en miles y porcentaje)	70
Tabla 14 ficha Técnica de la Encuesta	72
Tabla 15 análisis del entorno para el Centro Ecoturístico la Meseta Monguí	74
Tabla 16 análisis interno	75
Tabla 18. Lugares ecoturísticos en la provincia de Sugamuxi Boyacá	97
Tabla 19. Análisis de la Competencia.....	97
Tabla 20 Valoración de los consumidores de la competencia	99
Tabla 21 Proyección de ventas del primer año.....	102
Tabla 22 Mezcla de comunicaciones de marketing.....	104
Tabla 23 Presupuesto Mezcla de mercadeo	112
Tabla 24 Procedimiento de Reserva	114
Tabla 25 Procedimiento de ingreso del Huésped.....	114
Tabla 26 Materia Primas	117

	12
Tabla 27 Insumos	118
Tabla 28 Plan de Producción	119
Tabla 29 Mercado objetivo.....	120
Tabla 30 Plan de compras	123
Tabla 31 Costos de Producción por Centros de Costos	125
Tabla 32 Capacidad de producción.....	125
Tabla 33 Mano de obra requerida.....	127
Tabla 34 DOFA	131
Tabla 35 Procesos Operativos.....	134
Tabla 36 Perfil director-Manual de Funciones	135
Tabla 37 Tabulador de Sueldos Centro Ecoturístico la Meseta	138
Tabla 38 Ingresos/Ventas Primer Año.	144
Tabla 39 Presupuesto de Ventas.....	144
Tabla 40 Proyección Crecimiento de Ventas.	145
Tabla 41 Presupuesto de Costos de Comercialización	145
Tabla 42 Tiempo Estimado de Trabajo.	146
Tabla 43 Tiempo de Trabajo OPS	146
Tabla 44 Costos de la Nómina.	146
Tabla 45 Costos Administrativos.	147
Tabla 46 Presupuesto de Inversión	148
Tabla 47 Estado de Resultados	148
Tabla 48 Flujo de Caja del Centro Ecoturístico.....	149
Tabla 49 Balance General.	150
Tabla 50 Indicadores Financieros.....	151
Tabla 51. Indicador de liquidez.....	152
Tabla 52 Nivel de Endeudamiento	152
Tabla 53 Apalancamiento	153
Tabla 54 Margen de Guanacias Brutas.....	153
Tabla 55 Punto de Equilibrio.	154



Tabla 56 TIR Y VAN	155
Tabla 57 Cálculo del préstamo.....	156

Lista de Anexos

Anexo A: Modelo de encuesta 172
Anexo B: Fichas técnicas del trabajo de campo 183

Introducción

El proyecto presentado, se orienta hacia el aprovechamiento de una oportunidad de negocio basada en el Ecoturismo, en donde se espera mejorar los niveles de calidad en la prestación de los servicios turísticos, y en generar una cultura de la excelencia en los prestadores de servicios turísticos. (Álvarez, 2018).

El Centro Ecoturístico la Meseta, cuenta con sus propias características comparativas con relación a la arquitectura y la conservación de senderos, brinda a los turistas un ambiente único donde se disfruta de una experiencia natural fuera de su rutina ordinaria. Por otra parte, la ubicación del centro ecoturístico es una gran ventaja, ya que la cercanía con los demás municipios y la ciudad de Sogamoso hace que el transporte no sea un problema para los turistas.

Para el desarrollo del proyecto, se plantearon objetivos acordes para un Plan de Negocios, entre los que se encuentran el estudio de mercados, vinculando además de las características de la oferta y la demanda, las proyecciones hacia futuro. El estudio de tipo operativo y administrativo, que muestran las condiciones de la prestación de los servicios relacionados, el tipo de infraestructura necesaria y las condiciones organizacionales en cuanto a procesos y personal requerido. El análisis financiero, permitió establecer los índices de liquidez y rentabilidad, llegando a una evaluación positiva para este tipo de negocios.

El documento, se estructura en diez capítulos, un primer capítulo que muestra la naturaleza y el origen de la idea del negocio, muestra el gran entorno del turismo y su relación con el ecosistema del municipio de Monguí, se incluyen en este capítulo, los elementos del marco genérico del proyecto tales como objetivos, marco legal, diseño metodológico, entre otros; un segundo capítulo, que incluye el análisis del sector de turismo de Boyacá, como una muestra

del entorno general al que hace referencia el Plan de Negocios, como tercer capítulo, se presenta el estudio de mercado del Centro Ecoturístico la Meseta en Monguí Boyacá, muestra el análisis de la oferta, la demanda, la competencia y los factores a tener en cuenta en un Plan de Marketing.

El cuarto capítulo, incluye la estrategia y plan de introducción de mercado, haciendo un análisis del cliente visto como visitante interno o externo; se sigue en el capítulo quinto, los aspectos técnicos, que hace referencia a la infraestructura necesaria, y los procesos requeridos para la prestación de los servicios; en el capítulo sexto, se analizan los aspectos legales a tener en cuenta, la estructura organizacional y de gobernanza, entre otros, se incluyen las necesidades de personal con los costos requeridos; el capítulo octavo se hace el análisis de tipo financiero, teniendo en cuenta las diferentes variables y los supuestos financieros se detallan los indicadores claves y se darán las conclusiones basados en los niveles de rentabilidad y liquidez; el capítulo noveno incluye un análisis con enfoque hacia la sostenibilidad; como capítulo final se presentan la conclusiones y la lista de referencias bibliográficas.

1. Naturaleza del proyecto

1.1. Origen o fuente de la idea del plan de negocios del centro ecoturístico la meseta.

El ecoturismo, reconocido por la Organización Mundial del Turismo (OMT), como toda forma de turismo que reúne características relacionadas con pedagogía y naturaleza, minimización de impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural y mantenimiento de zonas naturales, entre otras, (Organización Mundial del Turismo, 2002), y como lo menciona Jiménez, (2013), para la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, Ecoturismo es definido como “aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres)”. (p. 4), aspectos que relacionan opciones directas para ser aplicadas en el Departamento de Boyacá y de manera especial en el Municipio de Monguí.

Por lo anterior, el origen del proyecto Centro Ecoturístico ¹ la Meseta Monguí Boyacá, se centra en el Municipio de Monguí, Departamento de Boyacá y surge de la necesidad de articular la promoción del turismo y la demanda de hospedaje, con el desarrollo social, económico y ambiental del municipio como una idea de negocio de manera responsable, aprovechando los beneficios por el nombramiento como destino turístico sostenible del país, recibido por parte del Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MINCIT) y como parte de la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia.

¹ Conforme a la definición de la OMT, el término «ecoturismo» se aplica a toda forma de turismo que reúne las siguientes características: Gira en torno a la naturaleza y la principal motivación de los turistas es la observación y la apreciación del entorno natural, así como de las culturas tradicionales prevalecientes en las zonas naturales.

La presente investigación, toma los aportes del Congreso de la International Association of Scientific Experts in Tourism (AIEST) en su versión 41, donde se definió el turismo sostenible como “un turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos, integrando las actividades económicas y recreativas con el objeto de buscar la conservación de los valores naturales y culturales” (Cardoso, 2006, p. 8) lo anterior, permite que la idea del plan de negocios destaque el equilibrio del aprovechamiento de los recursos naturales y la actividad económica del centro ecoturístico.

Ahora bien, de lo anterior, se establece que, el desarrollo turístico sostenible puede verse como la interacción entre el uso apropiado de los recursos naturales y culturales, el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales, y el éxito económico de la actividad que contribuye al desarrollo Nacional, para el presente proyecto, permite identificar y conceptualizar los elementos importantes del ecoturístico y para la intención y el objetivo de este trabajo, definir los elementos relacionados al turismo, que se tendrán en cuenta al formular la propuesta de valor del Centro Ecoturístico.

Para el Departamento de Boyacá, las conceptualizaciones del ecoturismo presentadas le permiten precisar una gran variedad de características, que bien puede potencializar y desarrollar el turismo, en especial por los numerosos recorridos turísticos que se pueden aprovechar y como lo describe Moreno, (2018):

Boyacá, tiene numerosos recorridos turísticos, caminos y pueblos coloniales, paisajes naturales, historia precolonial y colonial, arquitectura colonial, actividades culturales y folclóricas en sus municipios, lugares históricos reconocidos por acontecimientos importantes en la historia del país, como la batalla del puente de

Boyacá y la Batalla del pantano de Vargas. Tiene también reservas naturales como el nevado del Cocuy, Iguaque, artesanías, mitos y leyendas, el parque temático Gondava cerca a Villa de Leyva, el parque arqueoastronómico de Monquirá y los petroglifos de Zaquencipá; las artesanías de Ráquira y el desierto de la Candelaria, entre muchos otros atractivos. (p. 198).

En cuanto al municipio de Monguí, está ubicado en la provincia de Sugamuxi del departamento de Boyacá, situado a unos 97 km de la ciudad de Tunja, capital del Departamento, “Monguí fue elegido el 8 de diciembre de 1.980 como el pueblo más lindo de Boyacá, también es llamado pequeño escorial suramericano, cuna de la acción comunal y declarada Villa Republicana en el año 1.966” (Colombia Turismo Web, 2020, p. 1).

El municipio de Monguí, tiene los siguientes límites territoriales, por el Norte, los Municipios de Tópaga y Mongua, por el Este, el Municipio de Mongua y por el Oeste y el Sur, el Municipio de Sogamoso, con una extensión total de 81 Km², una extensión área urbana de 40 Km² y una extensión área rural de 49.63 (Alcaldía Municipal de Monguí, 2020).

Ilustración 1 Ubicación del municipio de Monguí en Boyacá



Nota: Adaptado de la alcaldía municipal de Monguí Boyacá (Alcaldía Municipal de Monguí, 2020)

1.2.Descripción de la idea de negocio

Desarrollar una idea de negocio para un centro eco turístico en el municipio de Monguí, con el estudio del mercado, técnico y financiero, con proyecciones a cinco años, para prestar servicios de hospedaje y paquetes turísticos en la finca la Meseta en el municipio de Monguí Boyacá, así mismo, identificar estrategias en el marco de la sostenibilidad del centro ecoturístico en la cadena de valor con el desarrollo turístico del Municipio y lograr satisfacer la demanda turística del Municipio para aportar al desarrollo regional. Del mismo modo, ofrecer oportunidades de trabajo a los comerciantes, restaurantes y a todos los participantes en la atención turística del municipio de Monguí en Boyacá.

Como idea de negocio, el proyecto se puede integrar al clúster de turismo que actualmente se desarrolla en la provincia de Sugamuxi² a través de convenios y suscripción anual al proyecto del desarrollo turístico de la provincia, en el que participan el fondo nacional de turismo (FONTUR) y la cámara de comercio de Sogamoso, con el fin de diseñar un servicio turístico de la provincia, que sea innovador, que muestre lo mejor de los recursos y que sea integrador con hoteles, restaurantes, transporte y guianza, propios del Municipio.

El acceso preferencial a la información sobre las tendencias del entorno turístico permite a la idea de negocios incorporarse en mercados turísticos del orden regional y nacional; así mismo, el diálogo y vinculación de las comunidades urbanas y suburbanas donde se consideren

² La provincia de Sugamuxi, está conformada por 13 municipios, siendo Sogamoso la capital turística de la provincia. (Ana Ruth Angarita Lizarazo, 2013)

programas de protección de los recursos naturales del medio ambiente permite oportunidades de incorporación laboral a los colectivos en estado de vulnerabilidad social.

1.3. Justificación y antecedentes.

Boyacá, es un departamento con gran diversidad natural (Gobernación de Boyacá, 2019), por eso, es un ambiente adecuado para fomentar el ecoturismo, que garantiza a los visitantes alternativas y experiencias en los diferentes ecosistemas, arquitectura en su mayoría colonial, cultura de tipo ancestral y una gran gama de lugares para conocer; se destaca la provincia de Sugamuxi, dónde se encuentra el Municipio de Monguít.

Por las características de las calles empedradas, casas coloniales, paisajes y demás atracciones turísticas, para el 2018 la llegada de visitantes extranjeros no residentes ascendió en un 5,43% según estadísticas del Ministerio de Comercio, (2019), con la llegada de 5.843 visitantes, se tiene que el 12,39%, de ellos, prefiere como destino principal del viaje, al municipio de Monguít, cifras importantes a tener en cuenta como estrategias para el centro ecoturístico.

Asimismo, como destino, el municipio de Monguít, se ha caracterizado por nombrarse destino turístico sostenible³, ha sido escenario de múltiples festividades como sus tradicionales ferias y fiestas en el mes de enero, el Corpus Cristi en el mes de junio y el festival del balón en el mes de octubre; también, hace parte del festival de astronomía y de eventos culturales de la región, igualmente, en los últimos años ha servido como escenario de varias grabaciones nacionales de telenovelas y películas, es decir, Monguít, con un gran potencial de desarrollo

³ Significa respeto al medio ambiente, de inclusión de las comunidades locales, de generación de empleo en condiciones justas y equitativas y, por supuesto, de crecimiento económico para el prestador o el destino donde se desarrollan las actividades de turismo.

turístico garantiza el crecimiento de la demanda de hospedaje y del entorno económico en general.

El Municipio de Monguí, es ahora un objetivo de desarrollo turístico, es así como, el plan de desarrollo del departamento de Boyacá direcciona estrategias y proyectos encaminados a su fortalecimiento, con diferentes programas y alternativas que potencializan la marca territorio (Gobernación de Boyacá, 2016). Gracias a la demanda turística del municipio, se ve favorecida la idea de negocio para el Centro Ecoturístico la Meseta, por lo que, se vincula en los programas y proyectos que se desean impulsar como destino turístico y un esquema de marketing para el posicionamiento de este, como destino de alojamiento a turistas internos y extranjeros.

1.4.Objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo

Como objetivos empresariales de Centro Ecoturístico la Meseta, a corto, mediano y largo plazo se establecen los siguientes:

- Prestar servicios de alojamiento con novedosos servicios relacionadas con el manejo del ecoturismo en cada una de las áreas naturales que se visiten.
- Promover entre nuestros grupos y clientes el respeto, la protección y conservación del medio ambiente a través de nuestros servicios y programas de viaje sensibilizar sobre la responsabilidad ambiental.
- Proporcionar servicios de calidad y difundir experiencias tanto del municipio de Monguí como del Centro Ecoturístico la Meseta.
- Incrementar la demanda del centro ecoturístico, a través de herramientas tecnológicas.
- Ser pioneros en el manejo responsable de los servicios de Ecoturismo, con perspectiva Nacional e Internacional.

1.4.1. Objetivo general del proyecto

Elaborar un plan de negocios para la empresa Centro Ecoturístico la Meseta, dedicada a prestar servicios de Ecoturismo, ubicada en el Municipio de Monguí Boyacá.

1.4.2. Objetivos específicos del proyecto

- ✓ Elaborar un estudio de mercado que sea coherente con un análisis del sector, tendencias, competencia, estudio de precios, plan de mercadeo, y proyección de ventas para la empresa dedicada al Ecoturismo Centro Ecoturístico la Meseta, del municipio de Monguí Boyacá.
- ✓ Elaborar un estudio técnico donde se detallan ampliamente los aspectos técnicos de los servicios ofrecidos, descripción del proceso y plan de operación para la prestación de servicios de Ecoturismo de la empresa Centro Ecoturístico la Meseta, del municipio de Monguí Boyacá.
- ✓ Elaborar un estudio financiero que incluya las proyecciones, estados financieros, formulación de indicadores financieros y evaluación del riesgo que permiten la correcta evaluación financiera del proyecto para la prestación de servicios de Ecoturismo en la empresa Centro Ecoturístico la Meseta, del municipio de Monguí Boyacá.
- ✓ Elaborar un análisis de sostenibilidad para el proyecto, en donde se tengan en cuenta aspectos sociales, ambientales, económicos y de gobernanza para la prestación de servicios de ecoturismo de la empresa Centro Ecoturístico la Meseta, del municipio de Monguí Boyacá.

1.5.Estado actual del negocio

Actualmente, el Centro Ecoturístico la Meseta, en el Municipio de Monguí, se encuentra en un estado incipiente, aunque se cuenta con un servicio básico, no se tiene la información suficiente, que permita tomar decisiones de inversión y puesta en marcha en su máxima capacidad.

1.6. Descripción de productos o servicios

En el Centro Ecoturístico la Meseta, como idea de negocio, ofrece hermosos senderos dentro de los linderos de la finca, caminos directos a la laguna negra, rutas diferentes para llegar al paramo de Ocetá, a tan solo 6 minutos, permite disfrutar la cultura, arquitectura, comida típica y fábricas de balones entre otros, además se tendrán los siguientes espacios y alternativas para alojarse:

Tabla 1: Servicios de hospedaje del Centro Ecoturístico la Meseta.

	CAPACIDAD
Hab. Ecomonguí	7
Hab. Ecotranquilidad	7
Hab. Ecoamigos	7
Hab. Ecofamilia	7
Alt. Ecoprivado	2
Hab. Ecoduo	2
Zona Ecocamping	102
TOTAL	134

Nota: Elaboración propia

Los turistas, podrán contar con alternativas que permitan el rescate de tradiciones y costumbres ancestrales e integración de turismo cultural y vivencial, ellos mismos, pueden seleccionar las actividades que deseen realizar en su plan, algunas alternativas para los paquetes turísticos pueden ser:

Tabla 2. Paquetes Turísticos del Centro Ecoturístico la Meseta

Paquetes Turísticos	Actividades
Plan Meseta Ecotours	Visita con guía al Páramo de Ocetá
	Refrigerio Monguí
	Sendero Laguna Negra
	Eco-Almuerzo en la llegada
	Vista al Claustro y Museo Nuestra señora de Monguí
	Taller de Balones
	Eco-Cena
Plan Meseta Eco-Bici	Rutas para ciclo montañismo
	Refrigerio
	Escalada en Roca - Puente Reyes
	Eco-Lunada
	Opcional – Salto Candelas.
Plan Meseta Científico	Visita con guía al Páramo de Ocetá
	Sendero Laguna Negra
	Refrigerio Monguí
	Campesino por un día
	Almuerzo típico de Boyacá
	Opcional páramo Laguna de Siscunsí

Nota: Elaboración Propia.

1.7.Nombre, tamaño y ubicación de la empresa

Para el plan de negocios objeto del presente proyecto, el nombre es Centro Eco Turístico la Meseta Monguí Boyacá, permite reconocer el objetivo fundamental del negocio y será claramente reconocido, de igual forma, permite un buen posicionamiento en la mente de los clientes, así mismo, estará respondiendo en parte al objetivo misional, y será ratificado ante la

Cámara de Comercio en validación de nombre y documentación de constitución de la empresa, para prestar servicios como centro ecoturístico, con alojamiento, paquetes turísticos, de tipo empresariales y zona de camping.

La Meseta, como es conocida en el municipio de Monguít, es una finca que limita con el municipio de Tópaga, está ubicada en el kilómetro 1 vía Monguít en la Travesía, vereda del Municipio de Monguít, a la entrada principal por la que se debe subir ya sea en vehículo o caminando por el sendero, al lado izquierdo, está el río el Morro, que atraviesa gran parte del centro ecoturístico, en la parte posterior y siguiendo el sendero, se encuentran los establos de los caballos y los corderos, una sección para dar alimentos a los animales domésticos como vacas, ovejas, pascos, gallinas, y patos, que permiten dar lugar al plan de campesino por un día, esta actividad se puede desarrollar mientras se observan los paisajes del municipio y se respira aire puro de las especies nativas de árboles del sector.

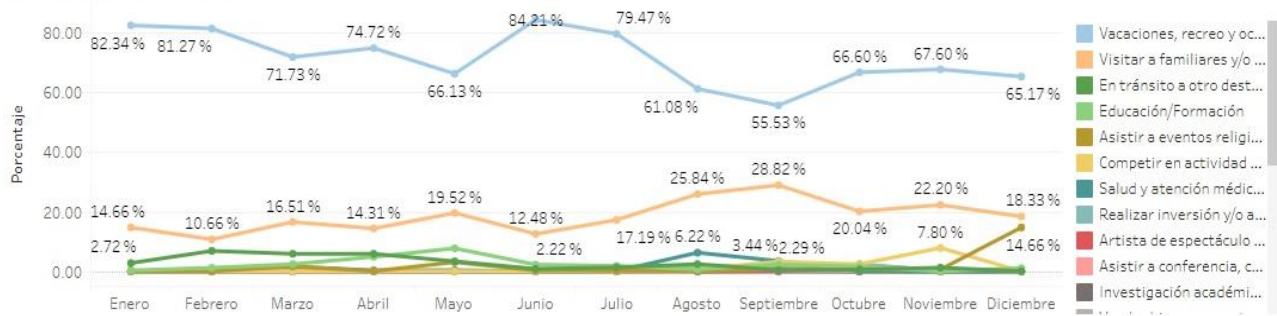
1.8.Potencial del mercado en cifras

De acuerdo con las estadísticas del Sistema de Información Turística de Boyacá SITUR (2020), el 50% del turismo interno, viaja para visitas a parques naturales, cascadas, ríos, pozos, balnearios, zoológicos, senderos o avistamiento de aves, el otro 50%, se divide en turismo religioso y cultural, por lo que también, hacen parte de los paquetes turísticos del centro ecoturístico.

Se estimó incorporar diferentes actividades en los días del alojamiento teniendo en cuenta los indicadores de (SITUR, 2019), de acuerdo con el motivo del viaje, y con base en el número de personas.

Ilustración 2 Motivo principal del viaje a Boyacá

Motivo principal del viaje



Nota: Adaptado de sistema de información turística de Boyacá SITUR (2020).

Ilustración 3 Tamaño medio del grupo de viaje a Boyacá.

Tamaño medio del grupo de viaje



Nota: Adaptado de sistema de información turística de Boyacá SITUR (2020).

Con base en los indicadores, también, se ofrece en el centro ecoturístico alternativas de hospedaje para tres personas y se establecieron alianzas estratégicas para aquellas personas que no desean actividades de senderismo y que demanden actividad física, sino descanso y retiros espirituales, yoga y alternativas de talleres para la salud mental.

Toda la oferta turística se contempló en concordancia con los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo, en las líneas estratégicas del plan de desarrollo nacional del presidente Iván Duque Márquez, del sector turismo, como son:

Modernizaremos el marco regulatorio para el turismo que se adapte a los nuevos contextos y realidades del sector y las regiones, estableceremos las Zonas Turísticas Especiales, en articulación con los Planes de Ordenamiento Territorial (POT), desarrollaremos productos turísticos diferenciados y de alto gasto, como el ecoturismo, el turismo cultural, turismo de reuniones, turismo de salud y bienestar, atraeremos inversión para infraestructura turística sostenible de talla mundial, simplificaremos los trámites para la inscripción y actualización del Registro Nacional de Turismo (RNT), fortaleceremos las cualificaciones a nivel educativo, formativo y las competencias laborales relacionadas con las actividades u oficios del turismo, actualizaremos la regulación para el ejercicio de los guías turísticos. (Planeación, 2019).

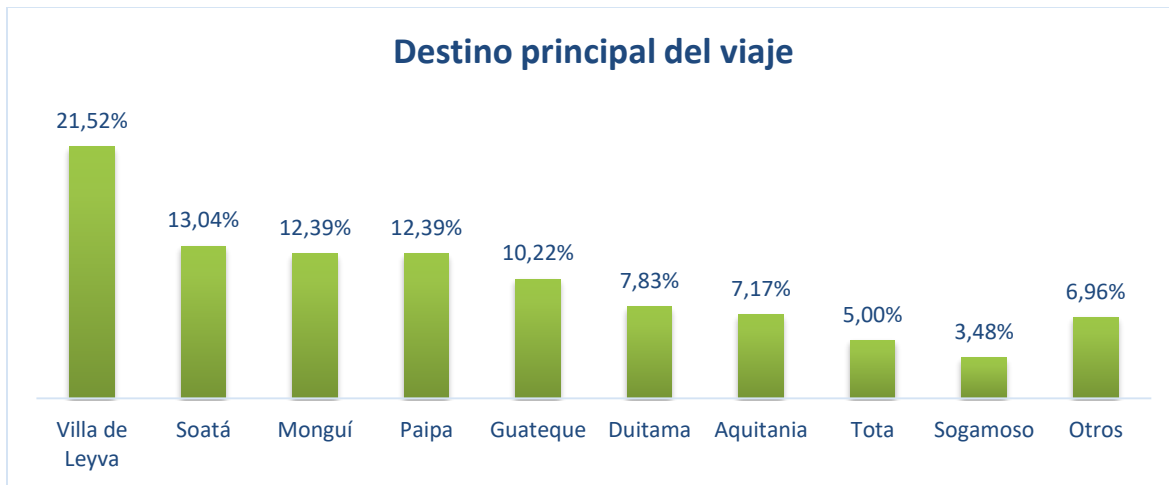
Asimismo, con los objetivos de desarrollo sostenibles con el objetivo 12: producción y consumo responsable y objetivo 8, trabajo decente y crecimiento económico, teniendo en cuenta el desarrollo económico con el crecimiento del turismo sostenible del municipio de Monguú en Boyacá.

Entre tanto, Jiménez (2013), se refiere al sector turístico como,

una cadena productiva que consiste en unir los servicios en un sólo producto integrado que permita ofrecer y vender a toda una región como un sólo destino de forma organizada, unificando la calidad de los servicios y realizando acciones de coordinación para elaborar productos competitivos, estableciendo, paquetes turísticos con características particulares, de alta creatividad y de acuerdo con las nuevas tendencias del turismo activo y responsable. (pag, 41).

Esta definición, permite idear para el plan de negocios, la visita de los diferentes atractivos de la ruta libertadora como estrategia de llegada de turistas internos y extranjeros que pretendan visitar Monguí y a la visita del centro ecoturístico como principal alternativa de hospedaje, depende de la publicidad y estrategias del marketing mix que se utilice con los demás actores como restaurantes, agencias de viajes, cafeterías, industria balonera y guías turísticos.

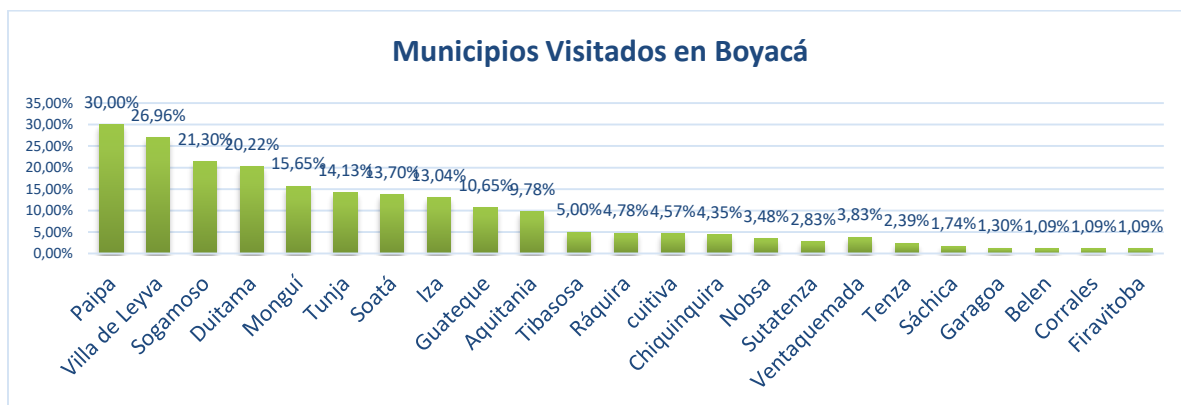
Ilustración 4 destinos principales del turismo receptor de Boyacá



Nota: Adaptado del sistema de información estadística de Boyacá (SITUR, 2020)

De igual forma, por el 15,65% de los visitantes que viajan a Monguí, ubican este municipio en el puesto número 5 del ranking del departamento, situación esta, de aprovechamiento para alianzas estratégicas que sirvan tanto para el posicionamiento de la marca del municipio, como del Centro Ecoturístico la Meseta.

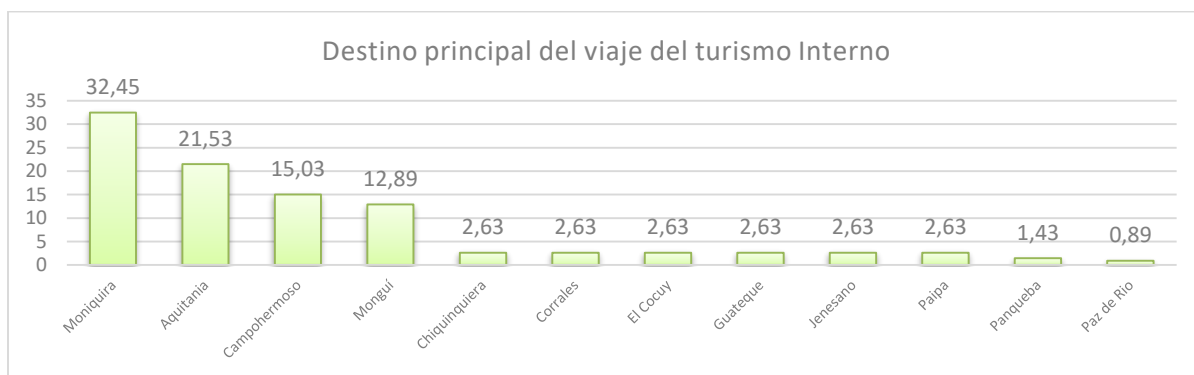
Ilustración 5 municipios visitados en Boyacá.



Nota: Adaptado del sistema de información estadística de Boyacá (SITUR, 2020)

En cuanto al turismo interno⁴ las cifras indican que un 12,89% de los visitantes van a Monguí, como destino principal del viaje, de los cuales, Bogotá es la ciudad que más visita al departamento de Boyacá con un 54,57% de participación, seguido de los municipios de Cundinamarca con un 16,52%, Santander como el tercer departamento que más visita a Boyacá con un 6,96%, que son departamentos que limitan con Boyacá.

Ilustración 6 destino principal del viaje del turismo Interno



Nota: Adaptado del sistema de información estadística de Boyacá (SITUR, 2020)

⁴ El realizado por los residentes en el territorio económico del país. (Fontur, 2020)

Por lo anterior, el Centro Ecoturístico la Meseta, además de considerar las estadísticas del turismo receptor y el turismo interno, se respalda con los objetivos planteados en los planes de desarrollo departamental y municipal, cuyas propuestas se mencionan en los programas del componente Turístico, atendiendo además, los lineamientos de las iniciativas nacionales, y de cada uno de sus subprogramas, todo como un insumo para el desarrollo del plan de negocios, atendiendo la exigencia máxima de un MBA y generar una empresa viable aplicando las mejores prácticas estudiadas en el pensum de la Maestría.

1.9.Ventajas competitivas del producto y/o servicio

El municipio de Monguí, Boyacá, que hace parte de la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia, le otorgaron la certificación como nuevo destino turístico sostenible por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Los beneficios de esta certificación están asociados directamente con la concientización, visión de largo plazo y armonización entre el crecimiento económico, el respeto cultural y la conservación por parte de prestadores de servicios turísticos, autoridades locales, comunidad, turistas y visitantes. (Alvarez, 2018)

La autoridad municipal, el sector privado y la comunidad en general de Monguí contarán con una política de sostenibilidad como herramienta básica para lograr un desarrollo sostenible del turismo local. Con la implementación de la NTS TS 001-1 se espera mejorar los niveles de calidad en la prestación de los servicios turísticos y generar una cultura de la excelencia en los prestadores de servicios turísticos de este destino turístico. (Alvarez, 2018).

Tabla 3 programas y subprogramas turísticos del plan de desarrollo de Boyacá 2016-2019

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE GOBERNACIÓN DE BOYACÁ CON EL TURISMO	
	Objetivo General Fortalecer las empresas turísticas procurando mejores niveles de calidad en la prestación de los servicios en el departamento.
	Subprograma 1 Creando talentos para el turismo

Programa 1. Creando un destino de calidad	Objetivo	Desarrollar programas de formación para fortalecer las competencias de los prestadores de servicios turísticos del Departamento.
	Subprograma 2	Investigación e innovación para el turismo
	Objetivo	Articular alianzas para estudios de investigación e innovación que contribuyan al desarrollo del turismo en el departamento
	Subprograma 3	Boyacá un destino de calidad
	Objetivo	Incentivar la certificación de prestadores de servicios turísticos con el apoyo de las entidades competentes
	Subprograma 4	Creemos turismo consciente
	Objetivo	Fortalecer el turismo responsable y la apropiación sociocultural a través de procesos de sensibilización.
	Subprograma 5	Articulación institucional por una gestión eficiente
	Objetivo	Articular la institucionalidad departamento-municipios a través de los consejos de turismo y la participación del sector privado.
Programa 2. Creemos acceso para el turismo en Boyacá.	Objetivo General:	Fortalecer la infraestructura turística del departamento en procura del desarrollo del sector
	Subprograma 1	Tic para el turismo
	Objetivo	Implementar un sistema de información turística para Boyacá mejorando la infraestructura de servicios territoriales.
	Subprograma 2	Creemos infraestructura para el turismo
	Objetivo	Implementar estrategias y acciones innovadoras como mecanismo de articulación, orientadas al fomento del turismo sostenible de naturaleza y cultura.
	Subprograma 3	Productos turísticos en el bicentenario
	Objetivo	Desarrollar estrategias para posicionar el producto turístico cultural en el departamento.
	Subprograma 4	Ecoturismo para la educación y la paz
	Objetivo	Consolidar un programa de ecoturismo que permita disfrutar la naturaleza como una estrategia de apropiación social.
Subprograma 5	Turismo comunitario para la paz	
Objetivo	Establecer estrategias de turismo comunitario como medio para el desarrollo sostenible que fortalezca el tejido social en las comunidades del departamento de Boyacá.	
Programa 3. Boyacá es para vivirla	Objetivo General:	Implementar campañas de promoción turística para posicionar a Boyacá como destino turístico, para el mercado interno y externo.
	Subprograma 1	Promocionemos a Boyacá como territorio de paz en el bicentenario

Objetivo	Implementar actividades de promoción turística que respondan a los productos turísticos definidos buscando incrementar el número de turistas que visitan destinos en el Departamento.
Subprograma 2	Boyacá un destino de festivales
Objetivo	Desarrollar un programa de promoción a los eventos más representativos del departamento como atractivos turísticos.
Subprograma 3	La casa de Boyacá en Bogotá, una experiencia que debes vivir
Objetivo	Fortalecer los lazos entre la administración departamental y la comunidad de boyacenses que vive fuera del departamento, dinamizando el desarrollo económico y la Cooperación nacional e Internacional para Boyacá.

Nota: Adaptado de “Plan de desarrollo departamental de Boyacá” por la gobernación de Boyacá 2016.2019.

De lo anterior, se pretende ser parte de los beneficios que brinda la gobernación de Boyacá, sin embargo, del programa 2, “Creemos acceso para el turismo en Boyacá” (Gobernación de Boyacá, 2016), del Subprograma Ecoturismo para la educación y la paz, además, permite ser parte de una red a nivel del Departamento y unificar criterios y beneficiarnos de los planes que se tenga para el logro de dicho objetivo.

Ahora bien, del recorrido de Bogotá a Boyacá, se puede disfrutar de la ruta libertadora⁵ para conocer los lugares más emblemáticos y representativos del Departamento, que fueron protagonistas de la independencia de Colombia, el Departamento de Boyacá, pertenece al segundo circuito de la ruta libertadora en su viaje desde la capital de Colombia tomando la Autopista Norte de Bogotá, rumbo a Sogamoso, se encuentra la primera parada en Ventaquemada,

Una pequeña población con variados paisajes y es considerado como el Pueblo de la Libertad y la Independencia, porque allí, Bolívar, después de triunfar en el Puente de Boyacá,

⁵ Comprende el recorrido que hicieron las tropas patriotas por el territorio colombiano en busca de la independencia del país. Bajo el mando de Simón Bolívar y Francisco de Paula Santander, estos héroes atravesaron desde Arauca hasta Boyacá con el fin de asaltar el ejército español liderado por Barreiro.

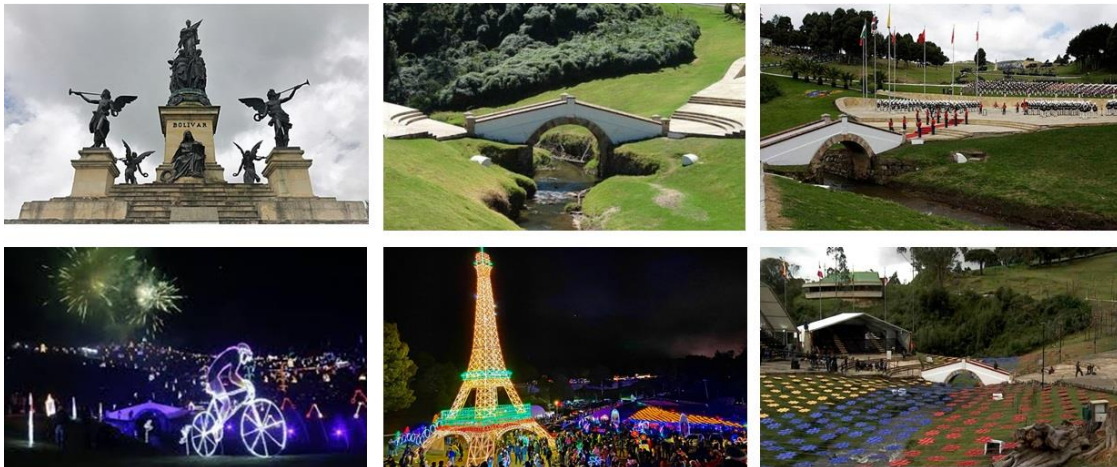
determinó sus siguientes pasos para llegar a la capital. En esta población se preparan, además, exquisitas arepas de maíz con queso. (Salamanca, 2019, pág. 6)

Luego de disfrutar la gastronomía de Ventaquemada, sigue el Puente de Boyacá, que se distingue por sus variados atractivos

El monumento a Bolívar, el Obelisco de la Libertad, el puente sobre el río Teatinos, el arco del triunfo grabado con la letra del Himno Nacional, el edificio circular o Ciclorama, donde se proyectan diapositivas alusivas a las gestas libertadoras, la piedra de la Legión Británica, el busto del coronel Cruz Carrillo, la Plaza de Banderas, la casa de teja y el monumento a Pedro Pascacio Martínez. (Bloggers, 2020).

Este emblemático monumento, además, ofrece en el mes de diciembre, un alumbrado navideño que hace parte también del tour de luces en Boyacá.

Ilustración 7 Imágenes del puente de Boyacá



Nota: Adaptado de la (Gobernación de Boyacá, 2019)

Saliendo del puente de Boyacá, a 9 km, se encuentra la capital del departamento, Tunja, en el centro de la ciudad está “la Plaza Mayor de Tunja, fundada el 6 de agosto de 1539, fecha de la fundación Hispánica de la ciudad se caracterizó en la época colonial, por ser el núcleo de una de las principales ciudades del nuevo reino de Granada”. (SITUR, 2019). Estos datos históricos, permiten robustecer el catálogo turístico ofrecido a aquellos interesados en visitar el departamento de Boyacá, para llegar al municipio de Monguí.

Ilustración 8 Plaza de Bolívar de Tunja



Nota: Adaptado de la (Gobernación de Boyacá, 2019)

De igual forma, Tunja ofrece para el turista un recorrido histórico al Museo del Fundador Gonzalo Suárez Rendón, “construido a finales del siglo XVI cuya arquitectura de estilo Mudéjar-Andaluz entre otras influencias, con arcos de medio punto ligeramente resaltados, cuenta con una colección de piezas y objetos de los siglos XVI, XVII y XVIII”. (Rodríguez, 2016). Además de la arquitectura colonial de la capilla de san Laureano y el famoso pozo de Donato entre otros.

Saliendo de la capital del Departamento, a tan solo 40 minutos, está el Municipio de Paipa, entre sus principales atractivos, se encuentran el Lago Sochagota, conocido por el desarrollo de deportes náuticos y por sus fuentes de agua termal, el cual, es aprovechado para brindar servicios de piscinas termales con beneficios medicinales, se puede disfrutar además de,

paseos en lancha en el parque náutico, con los servicios hoteleros de gran variedad, después, en transporte vehicular, como a media hora se encuentra el Monumento de los 14 Lanceros, obra creada por el Maestro Rodrigo Arenas Betancour, por último, disfrutar de su gastronomía siendo tradicionales las almojábanas, el masato, las colaciones, los quesos y la gran variedad de comida típica.

Ilustración 9 imágenes de atractivos turísticos del municipio de Paipa.



Nota: Adaptado de Alcaldía municipal de Paipa (2019)

Otro atractivo para visitar haciendo la ruta libertadora es el Pueblito Boyacense, ubicado en la vereda Tocogua, sector el rosal en Duitama,

representa en su arquitectura los municipios más originales y bellos del departamento, como Villa de Leyva, Tibabosa, Tenza, Sachicá, Ráquira, Monguí, entre otros; en él existen más de 100 viviendas con locales comerciales, acompañados de restaurantes típicos de la comida boyacense (Salamanca, 2019).

Este atractivo turístico, es clave para dar a conocer los atractivos turísticos del municipio de Monguí, pues la intención es hacer alianzas de comunicación entre municipios para rotar a los turistas y que puedan conocer todos los lugares de la ruta Libertadora.

Por la misma ruta, se encuentra una glorieta que ofrece dos rutas diferentes antes de llegar al municipio de Sogamoso, la entrada por la izquierda lleva a Punta Larga, conocido por prestar servicios hoteleros con arquitectura colonial, además, es visitados por turistas interesados en la comercialización de muebles rústicos, pues allí, las fábricas ofrecen gran variedad de modelos y artículos en forja, identificando como principales atractivos el Viñedo y Cava Loma de Puntalarga, donde se producen vinos blancos, tintos y rosados con cepas cultivadas en el lugar y en varios municipios boyacenses. (Rodríguez H. , 2009). A ocho kilómetros, se encuentra el municipio de Nobsa, famoso por la elaboración de tejidos en fibras naturales, ya son conocidas sus actividades como el día mundial de la ruana, el festival vallenato, además del Museo Siderúrgico, donde se puede conocer cómo se lleva a cabo la producción del acero y el cemento, por último, Nobsa hace parte de la ruta navideña que se hace en el Departamento.

En el municipio de Sogamoso, después del municipio de Nobsa está el museo arqueológico, reconocido como lugar de gran valor científico, turístico y cultural, fundado en 1.942 por el antropólogo Eliécer Silva Celis. El museo, conserva piezas arqueológicas de la cultura Muisca de gran reconocimiento científico y cultural, y el antiguo cementerio Chibcha, que muestran los más grandes desarrollos industriales desarrollada por antepasados en “materia del arte en hueso animal, en carbón mineral, en hilos en fibras, cestería, armas, utensilios, elementos de guerra, instrumentos sagrados y musicales aspectos del culto fálico, y medicina Muisca”. (SITUR, 2019).

Ilustración 10 imágenes del museo arqueológico ubicado en Sogamoso Boyacá.



Nota: Adaptado de Alcaldía Municipal de Sogamoso, (2019)

De la glorieta por el lado derecho se llega al municipio de Tibasosa, conocido por el parque zoológico Guátika, ubicado a 500 mts del parque principal, se destaca por la realización de bodas, por sus diversos manjares derivados de la feijoa, que se deleitan, mientras se aprecian las casas coloniales con terrazas en madera y flores que lo adornan. Este municipio se goza de tranquilidad y de gran variedad de restaurantes de comida típica, también es parte de la ruta navideña del Departamento.

Pasando por Sogamoso, se ubica la ruta al municipio de Aquitania, allí, se puede apreciar la laguna de Tota y hoteles de 5 estrellas como en Glamping con vista a la laguna, además, cerca se encuentra playa blanca un extraño pero hermoso lugar “se dice que el color de su agua cambia de acuerdo con el reflejo de los rayos del sol, de manera que se encuentran fragmentos de agua azul o verde” (SITUR, 2019).

Ilustración 11 imágenes de Tibasosa, lago de Tota y Playa Blanca



Nota: Adaptado de “alcaldía municipal de Aquitania” “alcaldía municipal de Tibasosa” “parque Guátika” V, 2019

Por último, a 8.5 km desde Sogamoso, se encuentra el municipio de Monguí tomando tan solo 20 minutos, se podrá conocer toda la magia del pueblo patrimonio, con calles empedradas y arquitectura construida en el año de 1603 y terminada en 1715 según la revista Índice mi Colombia construyendo país, el municipio de Monguí construyó el puente calicanto con el objeto de cruzar la piedra proveniente de la peña de Otí Para edificar la basílica y el claustro de nuestra señora de Monguí⁶.

⁶ Está compuesta por 130 cuadros, entre ellos, los de la Sagrada Familia, los de Nuestra Señora de Monguí, nueve pinturas en óleo sobre madera y otras en óleo sobre tela. (SITUR, 2019).

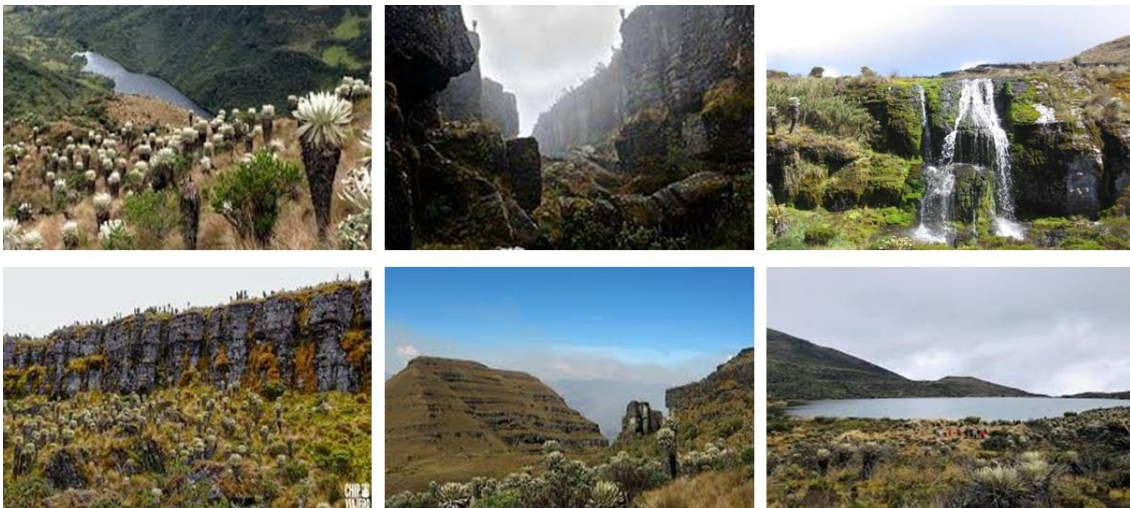
Ilustración 12 puente del Calicanto Monguí



Nota: Adaptado de “Alcaldía municipal de Monguí”

Uno de los atractivos más importantes del municipio de Monguí, es el páramo de Ocetá considerado uno de los lugares más bellos del mundo, “un lugar que sobrepasa cualquier sinónimo de belleza, con su Ciudad de Piedra y sus multicolores jardines llenos de frailejones, lupinus y senesios, es definitivamente una de las últimas maravillas medio ambientales que se encuentran en Colombia”. (Colparques, 2020, p. 2)

Ilustración 13 imágenes del Páramo de Ocetá – Monguí



Nota: Adaptado de (Colparques, 2020)

El páramo de Ocetá, además de ser el único en formación de jardines de frailejones plateados, amarillos y blancos, y los senecios amarillos, y lupinus morados, cuenta con la Ciudad de Piedra, donde, por el desprendimiento de losas horizontalmente se han separado y han formado callejones que asemejan una pequeña ciudad. Allí, las paredes tienen unos 15 metros de altura y unos 12 de ancho, cubiertas de musgos verdes, amarillos y rojos, también se encuentra una serie de rocas por los recorridos formando pequeños jardines de micro vegetación en los cuales da gusto dejar volar la imaginación. En total el callejón tiene unos 100 metros de largo. (Colparques, 2020).

El páramo de Siscunsi, es otro atractivo turístico de la provincia de Sugamuxi, de Sogamoso se encuentran en la vereda de Las Cintas, Las Cañas y El Mortiñal, a 3.850 de altura según Inventario (2015) de la SCTB, su vegetación de páramo contiene la diversidad más rica y abundante de las altas cumbres tropicales, como frailejones, pajonales, arbustos y vegetación acuática. La fauna está compuesta por anfibios, insectos, mamíferos (tinajos, curíes, liebres, etc.) y de parte de la Avifauna se encuentran Mirlas, Perdices, el Pato Zambullidor y el majestuoso cóndor de los Andes, este último como parte de un programa de repoblamiento único en Sur América con 10 especies.

Del mismo modo, el turismo religioso es otro atractivo del municipio, pues al lado de la basílica de Monguí está el claustro de nuestra señora de Monguí, que alberga un museo donde se exhiben muebles, esculturas, y obras de arte de los siglos XVII y XVIII.

Ilustración 14 claustro y Museo Nuestra señora de Monguít.



Nota: Adaptado de “Alcaldía municipal de Monguít”

Con todas las alternativas turísticas, la propuesta de valor del Centro ECO Turístico la Meseta, incluye alternativas a los turistas nacionales y extranjeros para disfrutar de la naturaleza, museos, páramos, senderos, zoológicos y demás características propias del departamento, concentrándose en los recorridos a centros históricos del municipio de Monguít, que, además, ya hace parte de la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia, certificado como nuevo destino turístico sostenible por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Lo anterior, fortalece el portafolio completo de servicios turísticos del municipio, además de las ferias, fiestas y festivales que se promocionan en cada uno de los municipios, sobre todo en el municipio de Monguít Boyacá.

Como complemento, el Centro Ecoturístico la Meseta, cuenta con sus propias características comparativas con relación a la arquitectura y la conservación de senderos, pues brinda a los turistas un ambiente único donde se disfruta de una experiencia natural fuera de su

rutina ordinaria además del sonido del río, y la paz que brindan sus paisajes. Por otra parte, la ubicación del centro ecoturístico es la cercanía con los demás municipios y la ciudad de Sogamoso que hace que el transporte no sea un problema para los turistas. Para ello, se hace el análisis VRIO, que es un método desarrollado por Jay B. Barney (1991), que ayuda a valorar y determinar las ventajas competitivas difíciles de imitar, y es el acrónimo de valioso, raro, difícil de imitar y explotado por la empresa, en la tabla 4, se esquematiza el análisis VRIO para el Centro Ecoturístico la Meseta, en donde se puede analizar los recursos y lo valiosos que son y cómo la empresa ha de aprovecharlos para marcar una verdadera ventaja competitiva que sea el factor diferenciador de la empresa (Bill Fuerst, 1986).

Tabla 4 modelo VRIO Centro Ecoturístico la Meseta.

MODELO VRIO: CENTRO ECOTURISTICO " LA MESESTA "						
RECURSO O CAPACIDAD	VALIOSO	RARO	COSTOSO DE IMITAR	EXPLOTADO POR LA ORGANIZACIÓN	IMPLICACIONES COMPETITIVAS	DESEMPEÑO ECONOMICO
Personal Capacitado	SI	SI	NO	NO	Sostenida	Arriba de lo normal
Ubicación	SI	SI	SI	SI	Sostenida	Arriba de lo normal
Senderos	SI	SI	SI	SI	Sostenida	Arriba de lo normal
Clima	NO	SI	NO	NO	Sostenida	Normal
Alianzas Estratégicas	SI	NO	SI	SI	Sostenida	Arriba de lo normal
Servicio en Ambiente Natural	SI	SI	SI	SI	Sostenida	Arriba de lo normal
Amplias instalaciones	SI	SI	SI	SI	Sostenida	Arriba de lo normal
Alternativas Turísticas	SI	SI	SI	SI	Sostenida	Arriba de lo normal
Turismo Religioso	SI	SI	SI	SI	Sostenida	Arriba de lo normal
Turismo Ecológico	SI	SI	SI	SI	Sostenida	Arriba de lo normal
Turismo Histórico	SI	SI	SI	SI	Sostenida	Arriba de lo normal

Turismo artesanal	SI	SI	SI	SI	Sostenida	Arriba de lo normal
Conservación del Medio Ambiente	SI	SI	SI	SI	Sostenida	Arriba de lo normal
Capacitación Continua	SI	NO	SI	SI	Sostenida	Arriba de lo normal
Prestación de Servicios con Calidad	SI	SI	SI	SI	Sostenida	Arriba de lo normal
Apoyo de Entidades Promotoras de Turismo.	SI	NO	NO	SI	Sostenida	Normal

Nota: Elaboración Propia.

1.10. Resumen de las inversiones requeridas

Bajo un modelo de inversión a cinco años y basados en la experiencia operativa con un total de aportes de los socios emprendedores y una fuente de financiación que se estima en cerca de sesenta y dos millones seiscientos mil pesos Mcte \$ 62.600.000, que, expresados en la siguiente tabla, resumen los cuatro grandes rubros de inversión y la necesidad de financiación; se analiza fundamentalmente, la inversión inicial del plan de negocios, para el primer año de operación.

Tabla 5 inversión total y necesidades de financiación

INVERSIÓN (\$)	
Terrenos	-
Propiedad planta y equipo	35.000.000
Muebles y enseres	18.600.000
Equipo de oficina	6.000.000
Equipo de transporte	-
Franquicias	-
Patentes	-
Gastos de puesta en marcha	3.000.000

Valor del patrimonio
actual de la empresa

100.000.000

Total, inversiones	62.600.000
--------------------	-------------------

Nota: Adaptado por el autor con la metodología de (Reyes, 2016)

1.11. Proyecciones de ventas y rentabilidad.

Las proyecciones de ventas se estimaron con base en las estadísticas de la demanda del turismo en el departamento de Boyacá, con énfasis en los turistas internos que visitan el municipio de Monguí, cuyo departamento emisor es Cundinamarca por características de distancia y tiempo, asimismo, se realizó un análisis de colegios que hacen proyectos educativos enfocados en el cuidado del medio ambiente a través de senderismo y visita a páramos. Se tomaron para paquetes turísticos, aquellas empresas que en su plan de bienestar anual toman paquetes turísticos cercanos al lugar de trabajo, con destinos naturales para disminuir el síndrome de burnout. En resumen, se eligieron los servicios de acuerdo con las necesidades detectadas en el mercado, como son el hospedaje, alternativa de restaurante el aire libre, paquetes turísticos dirigidos a empresas y colegios que hacen salida pedagógica, además de la experiencia en el desempeño actual del centro ecoturístico. Los indicadores de rentabilidad presentados en el capítulo correspondiente explican de mejor forma el comportamiento financiero del proyecto.

Tabla 6 proyecciones de ventas y rentabilidad

Año	Proyecciones				
	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas anuales	\$ 455.580.000	\$ 496.593.120	\$ 540.626.222	\$ 587.888.911	\$ 639.296.230
Costos anuales	\$ 193.812.060	\$ 212.030.433	\$ 231.969.029	\$ 253.790.819	\$ 277.674.254
Margen operativo	\$ 261.767.940	\$ 284.562.687	\$ 308.657.193	\$ 334.098.092	\$ 361.621.976

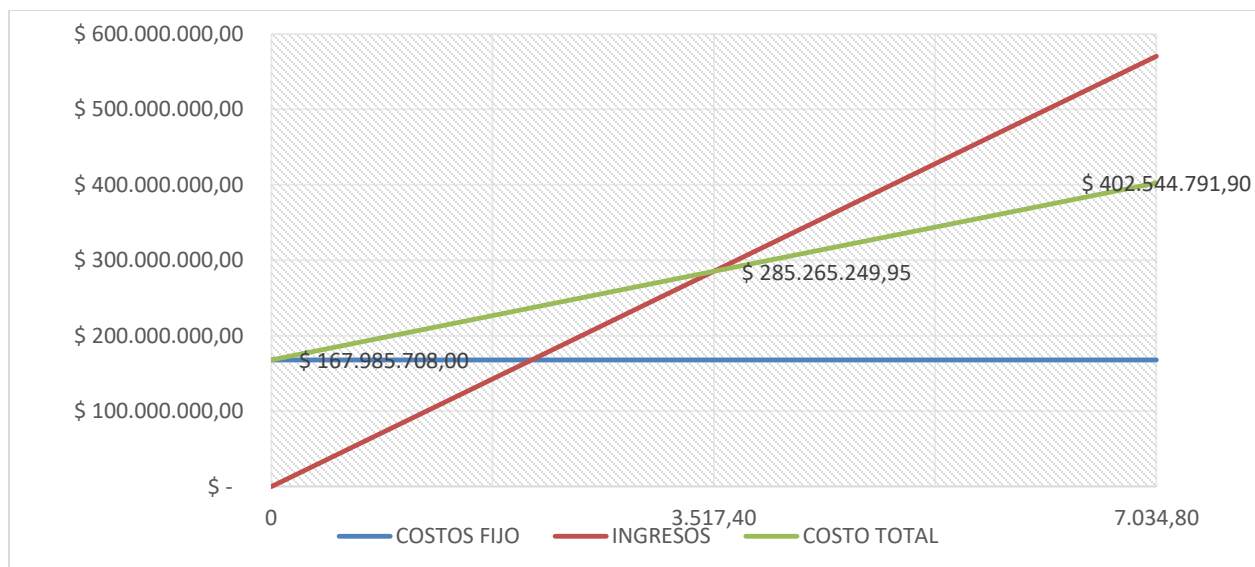
Nota: Adaptado por el autor con la metodología de (Reyes, 2016)

1.12. Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad.

Las conclusiones financieras se presentan en un estado de favorabilidad, dado que, se estima una rentabilidad del 57%, sin embargo, esto está sujeto a variabilidades de riesgo y fluctuaciones del mercado, en la oferta y la demanda, por otra parte, la Tasa Interna de Retorno (TIR), con un 27,29% para el retorno de la inversión.

El análisis a profundidad de las variables y los supuestos financieros se evaluará en el capítulo de análisis financiero, donde se detallan los indicadores claves y se darán las conclusiones al detalle enmarcado en un balanceo de indicadores, se evidencia el comportamiento de la empresa financieramente, alcanzando su punto de equilibrio a mediados del segundo año.

Ilustración 15 punto de equilibrio venta y costos a cinco años

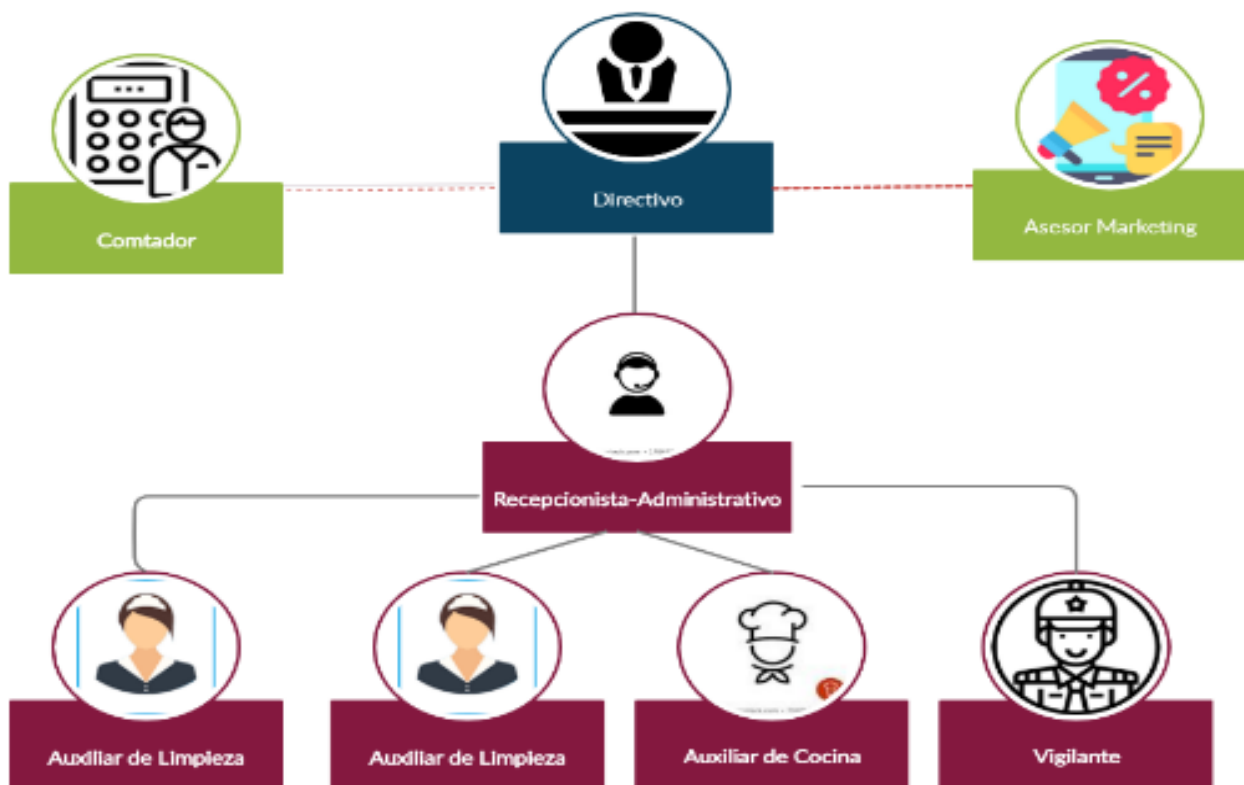


Nota: Adaptado por el autor con la metodología de (Reyes, 2016)

1.13. Equipo de trabajo.

El equipo de trabajo será conformado por personal para el manejo de las áreas de tipo administrativo como la Gerencia y Administrador de redes sociales y medios de comunicación, para el área operativa, dos auxiliares de limpieza, un auxiliar de cocina y un vigilante; según la demanda del servicio se emplearán por horas a personal supernumerario.

Ilustración 16 organigrama del centro ecoturístico



Nota: Elaboración propia.

2. Análisis del sector turístico de Boyacá

2.1. Caracterización del sector turístico

Colombia, país reconocido a nivel mundial por tener gran biodiversidad y atractivos naturales con diferentes climas, zonas de playa y paisajes verdes que atraen la tranquilidad; además, de lugares de interés cultural e histórico, en cada visita se pueden degustar diferentes platos típicos, ya que la gastronomía también hace parte de los atractivos del país.

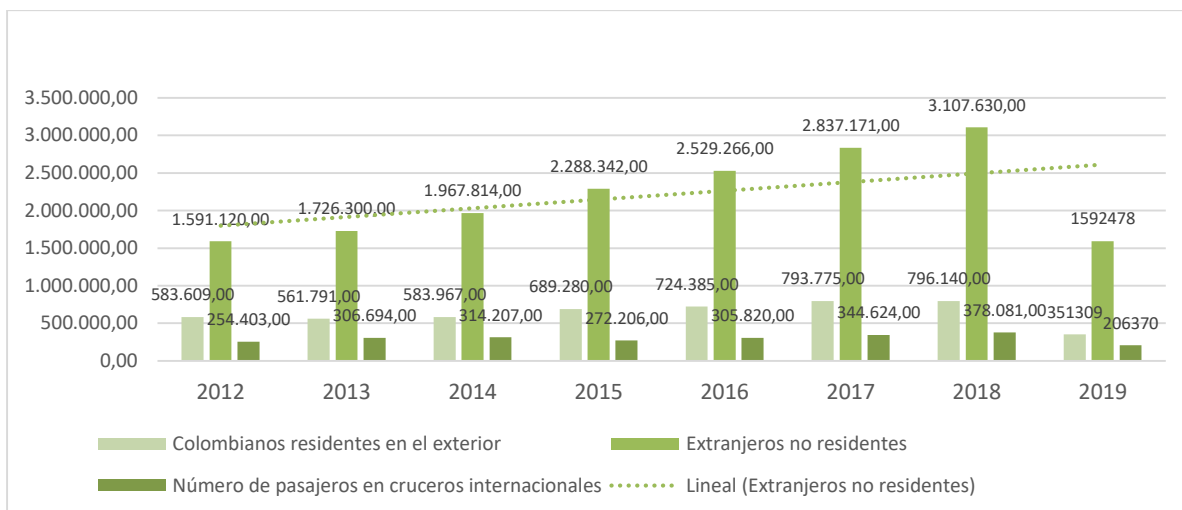
Entre tanto, “los mismos resúmenes, toda la oferta turística del país en siete productos: sol y playa; historia y cultura; agroturismo; ecoturismo; deportes y aventura; ferias y fiestas y ciudades capitales”. (Such & Zapata, 2009, pág. 4). Este aporte, permite integrar la oferta turística de Colombia y lleva a considerar el ecoturismo como tendencia de desarrollo regional, incorporando planes de negocios en torno al turismo sostenible para el municipio de Monguú en Boyacá.

El aporte del turismo en Colombia ha tenido una dinámica positiva, “Colombia recibirá cerca de 5 millones de turistas en 2023, actualmente el turismo representa el 2,1% del Producto Interno Bruto del país y sumando los sectores relacionados con la actividad, como alimentos, transporte y entretenimiento, afecta 7% del PIB”. (DINERO, 2018, párr. 3). De acuerdo con lo anterior, las cifras permiten considerar estrategias que lleven a un porcentaje de los cinco millones mencionados a visitar el municipio de Monguú en Boyacá, sin embargo, una participación del 3% no es considerable, teniendo en cuenta, el potencial turístico, por ello, con las estrategias del gobierno nacional, se podría considerar un incremento para el 2020.

Teniendo en cuenta las cifras de entrada de residentes extranjeros al país, existe una tendencia positiva, para el 2019, sin embargo, también lograron un incremento para el primer

semestre y se espera que, con el desarrollo de los programas de desarrollo turístico y fortalecimiento de los empresarios, estas cifras suban para el segundo semestre del 2020.

Ilustración 17 visitantes extranjeros no residentes por modo aéreo, terrestre y marítimo

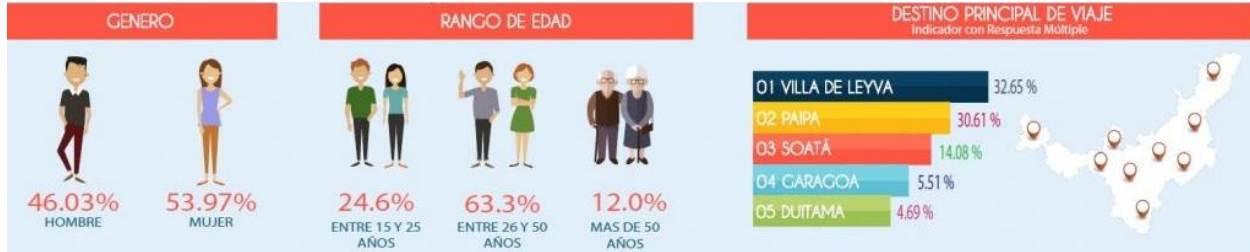


Nota: Adaptado de “Centro de información turística de Colombia” CITUR, 2020

Boyacá, se caracteriza por ser destino turístico de la demanda interna, especialmente, por los bogotanos, según los indicadores de 2018 con un 61,1% de Villavicencio con un 3,26% y Santander con un 2,05%, otras ciudades con un 29,94%, (Colombia Turismo Web, 2020). De los resultados de las 493 encuestas aplicadas en diciembre de 2018, se obtuvieron indicadores de visitas por género, rango de edad y destino principal del viaje, siendo mayor la proporción de las mujeres que visitan a Boyacá, indicador importante para las preferencias y tendencias de consumo del comercio y actividades alternas del ecoturismo (SITUR, 2019). Asimismo, el rango de edad también permite establecer estrategias de marketing y de comunicación aplicando tecnologías de la información y medios de comunicación.

De otra parte, para el desarrollo del plan de negocios, estos indicadores permiten considerar alternativas para los tres rangos de edad, pues es importante atraer los visitantes con actividades para todos los miembros de la familia.

Ilustración 18 indicadores de género, rango de edad y destino del viaje - diciembre de 2018 en Boyacá



Nota: Adaptado de “sistema de información turística de Boyacá” Estadísticas de encuestas aplicadas en diciembre de 2018, SITUR, 2020

Otros indicadores que le permiten al Centro Ecoturístico la Meseta, definir estrategias y tácticas, es el gasto medio en el viaje a Boyacá, motivos del viaje, duración de este y los motivos personales del viaje.

Ilustración 19 otros indicadores del turismo en diciembre del departamento de Boyacá



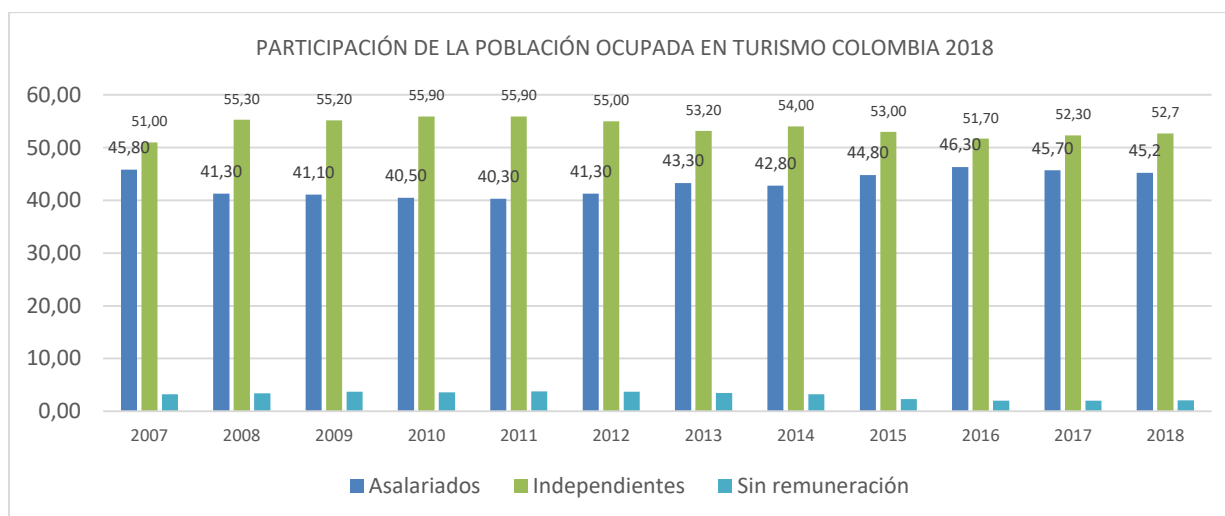
Nota: Adaptado de “sistema de información turística de Boyacá” Estadísticas de encuestas aplicadas en diciembre de 2018, SITUR, 2020

Ahora bien, otros indicadores pueden definir las actividades a ofrecer, por ejemplo, con la pernoctación en los atractivos turísticos ofrecidos, que, deberán ser de dos días, además, se tiene

un potencial del 65,71% en diciembre para atraer el turismo que viene a visitar Boyacá por temporada de vacaciones.

De otro lado, para desarrollar actividades del turismo se debe tener en cuenta la participación de la población ocupada en Colombia, con ello, se evidencian las modalidades de contratos de trabajo, o por comisión, se destacan como independientes con un 52,7% para el 2018, con un 43,5% asalariados y con un 2,1% sin remuneración. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019).

Ilustración 20 participación de la población ocupada en turismo Colombia.



Nota: adaptado con cifras tomadas de “Centro de información turística de Colombia” CITUR, 2020

2.2. Análisis de las fuerzas que impactan el turismo.

Como respuesta a la necesidad de cambiar economías que impactan negativamente el medio ambiente y de gran competencia a nivel mundial, se deben tener alternativas sostenibles como el turismo, según la OMT,

En 2018 se registraron 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo, lo que supone un importante crecimiento del 6% sobre el año

anterior. Esta cifra es muy superior al crecimiento de la economía mundial, que el año pasado fue del 3.7% (UNWTDN, 2019, p. 1)

Teniendo en cuenta las cifras presentadas, Colombia, consideró en el Plan de Desarrollo Nacional, objetivos para el perfeccionamiento y fortalecimiento del turismo sostenible, entre ellos están, generar las condiciones institucionales para el impulso al sector turismo, que es procedente para aumentar la oferta, realizar una gestión integral de los destinos, fortalecer la oferta turística, respondiendo a las necesidades cada vez más exigentes de los turistas y generar mayor inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo, ya que, es una de las falencias más sentidas sobre todo en el departamento de Boyacá con algunos lugares suburbanos de frecuente visita por extranjeros (MINCOMERCIO, 2018). De ello se deduce que, “los destinos compiten no solo por motivos de precio, sino que también se ven obligados a destacar por la calidad de su producto y a ofrecer al consumidor la relación calidad / precio más atractivo”. (OMT 1997 citado en MCIT 2000), (Such & Zapata, 2009).

En Colombia, el turismo reconocido puede ampliar sus expectativas de inversión y el fomento de más atractivos turísticos y mayor infraestructura como ciudades ya conocidas, Cartagena por ejemplo, Medellín, y el Eje Cafetero, han potencializado el turismo e integrado a los diferentes municipios y aquellas ciudades que han buscado fortalecer sus atractivos turísticos en torno al crecimiento económico; sin embargo, los departamentos que están debutando en turismo, hasta ahora desarrollan turismo doméstico, poco conocido como alternativa de crecimiento económico local, estos, además, presentan algunos problemas como las vías principales y vías terciarias, la inseguridad, la distancia entre regiones y la baja promoción de los destinos turísticos (MINCOMERCIO, 2018).

La integración de las regiones como se estipula en el Plan Sectorial de Turismo
(MINCOMERCIO, 2018)

la oferta turística comercializable de los destinos vinculados a las figuras de asociación e integración regional turística, así como las de las rutas temáticas y regionales relacionadas, para garantizar su efectiva distribución e inserción en los mercados, con el apoyo de las agencias de viajes y demás actores del sector (p.18).

Lo anterior, permite tener un referente al desarrollo del presente plan de negocios, incorporando en las diferentes iniciativas de asociación, para beneficiarse en la integración de nuevos mercados en el contexto municipal de Monguí. En el departamento de Boyacá, entre los años 2000 y 2016, la participación promedio de estas actividades en el PIB departamental fue de 3,1 %. Durante los últimos años, la contribución de esta rama al PIB de Boyacá se ha mantenido en niveles similares, (DANE, 2020)

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, (2020), los indicadores del turismo de Boyacá son positivos, en el que se refleja el comportamiento entre otros, el crecimiento de turistas nacionales a parques naturales y a la oferta turística natural del departamento, con una variación positiva del 56% en el último reporte del mes de marzo de 2020.

Tabla 7 indicadores por la actividad turística de Boyacá

Turismo, 2020

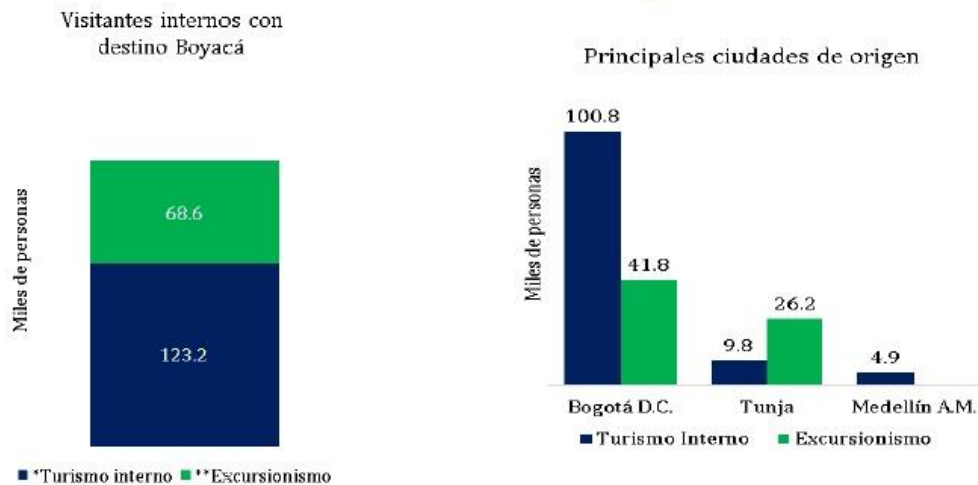
Indicador	Año Completo			Año Acumulado*			
	2018	2019	Var. %	2019	2020	Var. %	Último Mes
Área aprobada bajo licencia de construcción con destino hotel	14.758	8.067	-45,3	450	0	-100,0	Febrero
Visitantes parques nacionales naturales	21.947	23.342	6,4	4.111	6.437	56,6	Marzo
Visitantes extranjeros no residentes	5.844	6.512	11,4	1.466	1.460	-0,4	Marzo
Pasajeros aéreos nacionales	0	0		0	0		Enero
Pasajeros aéreos internacionales	0	0		0	0		Enero
Ocupación Hotelera (%)	38	38	-0,3	36	30	-14,6	Febrero

Nota: Adaptado del “Informe de estudios económicos del ministerio de comercio industria y turismo”. Mincomercio, 2020.

El informe, también señala en un alto nivel el excursionismo⁷ en un porcentaje mayor que el turismo interno.

Ilustración 21 visitantes internos con destino a Boyacá

Visitantes internos destino Boyacá



⁷ Excursionismo hace referencia a la población de 10 años y mayores de 10 años que viajó dentro del país y no pernoctó.

Nota: Adaptado del “Informe de estudios económicos del ministerio de comercio industria y turismo”. Mincomercio, 2020.

De acuerdo con lo anterior, se pueden destacar las cifras del turismo interno⁸ con destino a Boyacá, como una fortaleza para la demanda de alojamiento del Centro Ecoturístico la Meseta, ya que el perfil del turista visita a Boyacá en su mayoría lo hace con fines ecoturísticos.

2.3. Análisis de oportunidades y amenazas.

El plan de negocios del Centro Ecoturístico tiene oportunidades que se caracterizan por la ubicación geográfica del departamento y su oferta ecoturística, en el municipio de Monguí, además de los atractivos naturales con paisajes propios de la región andina de Colombia, están los de carácter histórico, religiosos y actividades de senderismo, así mismo, talleres vivenciales de artesanías como la elaboración de balones, escalada y demás atractivos que ya se han mencionado a lo largo de la investigación; este municipio ya declarado como destino turístico sostenible, ha organizado actividades que fomentan el turismo nacional y extranjero, con una visión que permita la conservación del medio ambiente, vivencias culturales típicas de la región.

Como amenazas, se han podido detectar, el bajo nivel de bilingüismo en la región, algunas vías se encuentran en mal estado, los modelos de asociatividad en el municipio de Monguí no se han desarrollado lo suficiente para organizar estrategias de desarrollo económico por medio de proyectos encaminados a fortalecer el turismo sostenible y el comercio que se beneficia de los turistas. A pesar de los esfuerzos de algunos grupos focales para el desarrollo turístico de la provincia de Sugamuxi, la cadena productiva no ha logrado unir los servicios un solo producto que permita ofrecer la región como un solo destino, por lo tanto, se considera una

⁸ Turismo interno hace referencia a la población de 10 años y mayores de 10 años que viajó dentro del país y pernoctó por lo menos una noche.

amenaza la poca asociatividad de las partes interesadas en unificar los atractivos en un producto turístico. (Gobernación de Boyacá, 2019).

3. Estudio piloto de mercado del Centro Ecoturístico la Meseta en Monguí Boyacá

3.1. Análisis y estudio de mercado turístico

Con buena expectativa del comportamiento del turismo en Colombia, en el año 2018 el MINCIT, manifestó un crecimiento del 8% de entrada de visitantes no residentes respecto al año inmediatamente anterior, entre otras también manifestó que

Los residentes estadounidenses fueron los que más visitaron el país en 2018, representando un crecimiento del 22,2%, lo cual confirma que este país es uno de nuestros mercados más dinámicos. Argentina y Brasil, también se destacaron como nuevos países emisores de visitantes. Además, es muy positivo el comportamiento de residentes españoles que visitaron el país, quienes crecieron un 13,7% en comparación con 2017 y ya se ubican en el noveno lugar de países que más nos visitan (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019).

Las noticias por parte del Ministerio, brinda confiabilidad para el desarrollo del plan de negocios de un Centro Ecoturístico en el Municipio de Monguí en Boyacá, dado que, se considera una tendencia positiva y con expectativas de crecimiento acompañada de mayor oferta turística con la integración de regiones y así dinamizar las alternativas turísticas. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019).

Para el departamento de Boyacá, se tienen que, en su mayoría, los turistas que visitan el departamento son de origen Nacional y utilizan los fines de semana y en especial cuando hay días festivos; y cuando hay festividades y eventos en los municipios, (Ávila, et al, 2017). se puede argumentar entonces, que, la mayoría de los turistas del departamento de Boyacá, presentan las siguientes características de acuerdo con las estadísticas de 2018 desarrolladas por

el sistema de información turística del departamento de Boyacá con fecha final del 30 de septiembre de 2018:

Tabla 8 características de la demanda del turismo en el departamento de Boyacá.

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	% DE PARTICIACIÓN
Edad del visitante	De 15 a 25 Años	25,25
	De 26 a 50 Años	45,45
	De 50 Años	29,29
Genero del visitante	Femenino	57,14
	Masculino	42,86
Tamaño del grupo del viaje	Una persona	0
	Dos personas	23,68
	Tres personas	44,74
	Cuatro personas	21,05
	Cinco personas	5,26
	Mayor o igual a seis personas	5,26
Motivos personales del Viaje	Vacaciones, recreo y ocio	57,89
	Vista a familiares	42,11
Turistas Vs Excursionistas	Excursionistas	26,32
	Turistas	73,68
Fuentes de información para enterarse de los destinos turísticos	Ya los conocía	73,68
	Amigos y familiares	23,68
	Búsqueda en internet	7,89
	Facebook	2,63
	Otras redes sociales	2,63
	Agencias	0

Nota: Adaptado “Sistema de información turística de Boyacá” SITUR, 2020

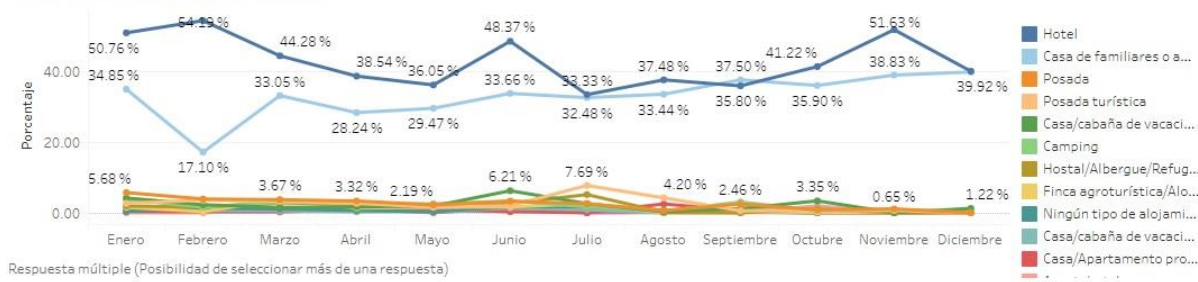
La demanda turística para Boyacá, no ha sido del toda identificada, pues no se han creado estrategias que integren mecanismos para la recolección de datos con todos los destinos turísticos, se han implementado muy pocos para alimentar las cifras de SITUR, pero falta una estrategia que permita mayor interacción de todas las partes interesadas en identificar las características de los visitantes del departamento, sin embargo, y como se argumenta en Ávila, et al (2017) la demanda se percibe con “la mayor cantidad de turistas que visitan el departamento son nacionales y generalmente visitan destinos boyacenses los fines de semana, especialmente festivos, además, cuando hay festividades y eventos en los municipios, por eso la gran estacionalidad del sector” (p. 202).

De hecho, en municipios como Paipa, Villa de Leyva, Chiquinquirá, Iza, y Aquitania, se han desarrollado alternativas económicas de servicios de hospedaje, por ejemplo, el municipio de Aquitania ya cuenta con un hotel Decamerón de categoría 4, y un gran número de hoteles de alto nivel que operan con mano de obra local y aportan al desarrollo económico, social, comercial y cultural tanto del municipio, como de los demás municipios con oferta turística (Gobernación de Boyacá, 2019).

Entre otros indicadores logrados en el último año por SITUR, se pueden describir el tipo de alojamiento que más frecuentan los encuestados y en el mes que mayor número de huéspedes atiende el sector turístico de Boyacá,

Ilustración 22 tipo de alojamiento utilizado en el departamento de Boyacá

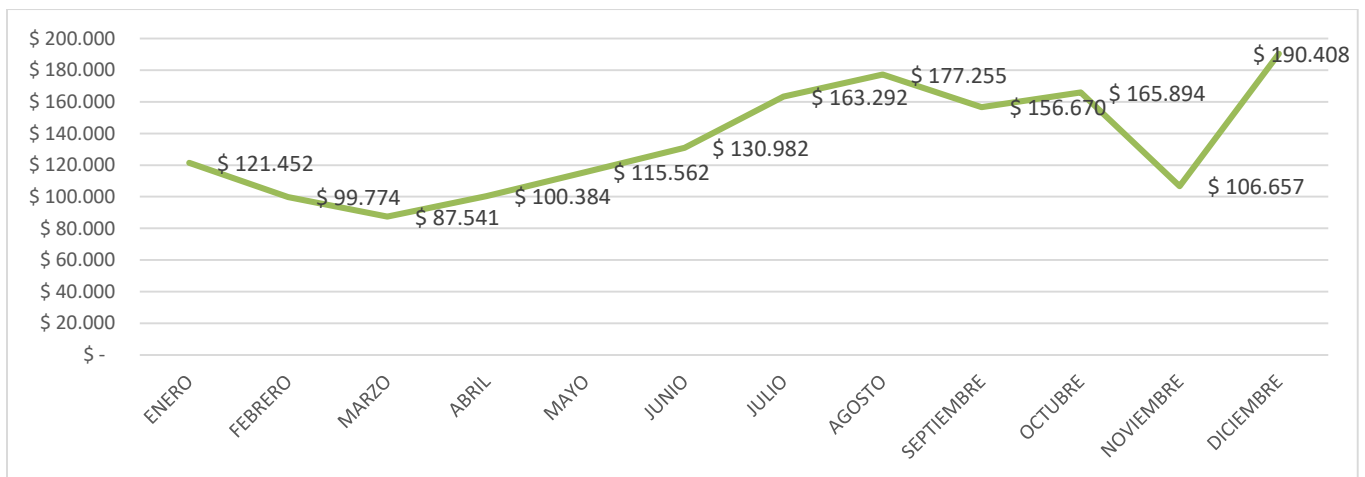
Tipo de alojamiento utilizado



Nota: Adaptado SITUR, 2020.

Como se puede observar, y de acuerdo a SITUR, (2019) hay picos altos en los meses de febrero, junio, noviembre y diciembre, la mayoría de los visitantes, utilizan los hoteles para hospedarse, seguido de casas de familiares y en tercer lugar las posadas; asimismo, para el gasto medio, se puede observar que el valor mínimo es de \$87.541 y el gasto máximo es de \$190,401 mil pesos, el precio más bajo se percibe en el mes de abril y el más alto en el mes de diciembre (SITUR, 2019).

Ilustración 23 gasto medio total por persona de un viaje a Boyacá.

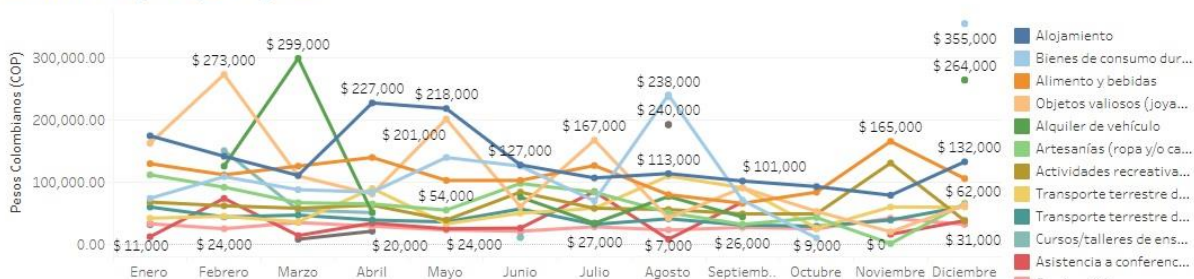


Nota: Adaptado con datos tomados de SITUR 2020.

La importancia de las cifras que se identificaron en la gráfica permite evaluar los precios que se van a cobrar al consumidor en el Centro Ecoturístico la Meseta en el municipio de Monguú del departamento de Boyacá.

Ilustración 24 gasto medio por tipo de gasto.

Gasto medio por tipo de gasto



Nota: Adaptado de SITUR 2020.

Con los datos del sistema de información turística de Boyacá, se pudo observar que el mayor gasto lo hacen los turistas en alojamiento, seguido de bienes de consumo duradero, alimentos y bebidas y en cuarto lugar están los objetos valiosos; los servicios de alojamiento tuvieron un mínimo de consumo de \$76.000 mil pesos y un máximo de \$226.000 mil pesos, en el mes de abril. (SITUR, 2019).

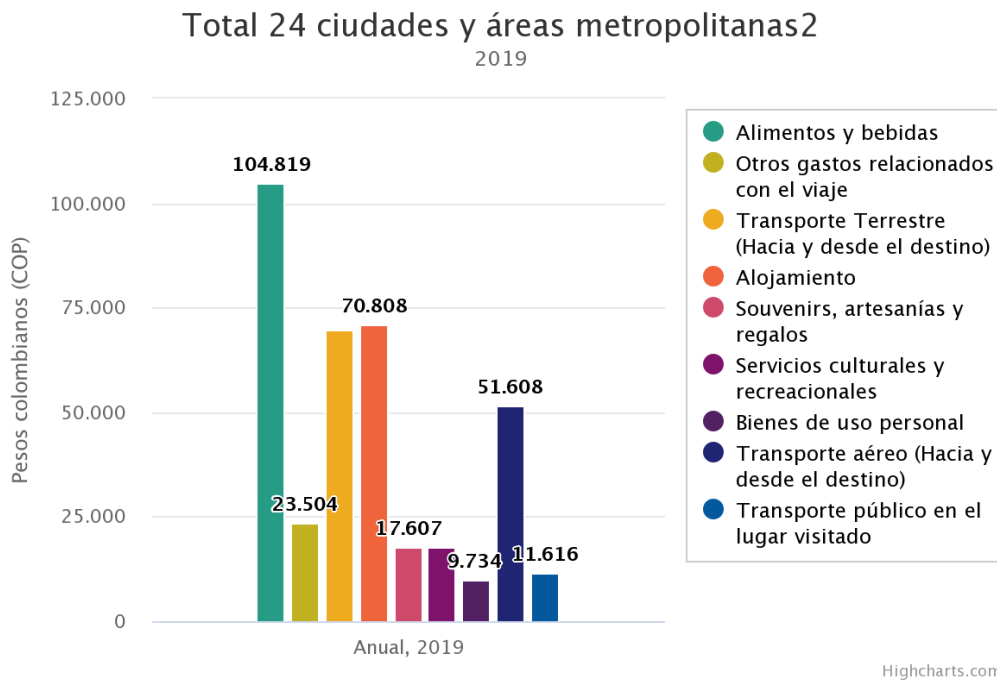
3.2. Tendencias del mercado Turístico.

En los últimos años la industria turística ha logrado posicionarse como un factor importante para el desarrollo económico de las regiones, siendo una fuente significativa en la generación de empleo y de ingresos, a través del desarrollo sostenible de destinos turísticos por regiones, y según el último boletín informativo del DANE (2020), el gasto promedio del viaje, por rubro⁹ se caracterizó por ser el mayor en alimentos y bebidas, con un promedio de \$104.819

⁹ Cantidad de dinero (pesos colombianos) promedio gastado por cada uno de los viajeros (10 años y más) durante el último viaje que realizaron.

pesos colombianos, seguido el alojamiento con un promedio de \$70.808 pesos colombianos, estas cifras sirven como base para el análisis del comportamiento del turismo y las tendencias de consumo, que para el caso del alojamiento, objeto de estudio, presenta un gasto promedio que se acomoda con la oferta del municipio y del precio de los servicios de hospedaje del Centro Ecoturístico la Meseta en Monguí Boyacá, (DANE, 2020).

Ilustración 25 gasto promedio por viaje, por rubro

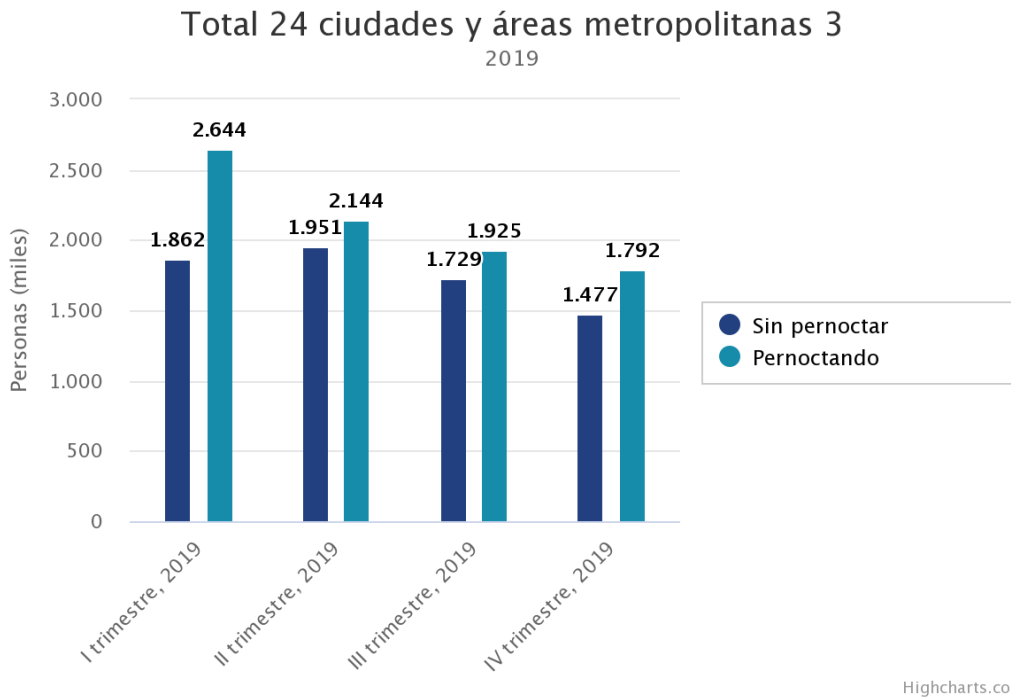


Nota: Página del DANE, Encuesta de Gasto Interno en Turismo -EGIT-

Del mismo modo, se describe la población de 10 años y más, que realizó turismo, y excursionismo, en esta encuesta, se tomaron datos de áreas metropolitanas en la que se incluyeron la capital del departamento de Boyacá, y permitió analizar con mayor confianza el comportamiento de los turistas a la hora de tomar decisiones de pernóctación en el viaje que

realizaron. se observa una alta proporción de pernoctación frente a las decisiones de viajes sin hospedarse en el destino turístico, durante el primer trimestre del año 2019.

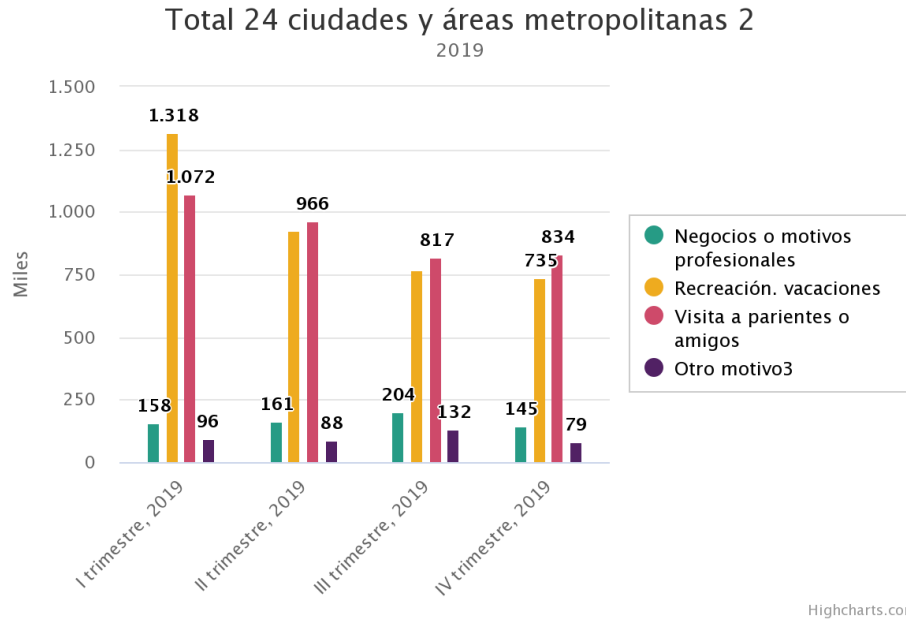
Ilustración 26 población de 10 años y más que realizó turismo, y excursionismo



Nota: Página del DANE, Encuesta de Gasto Interno en Turismo -EGIT-

Ahora bien, y con relación al motivo por el cual han viajado los turistas, se pudo establecer que, durante el primer trimestre del año 2019, los principales motivos fueron la recreación y las vacaciones como los de mayor incidencia, seguido de visitas a parientes.

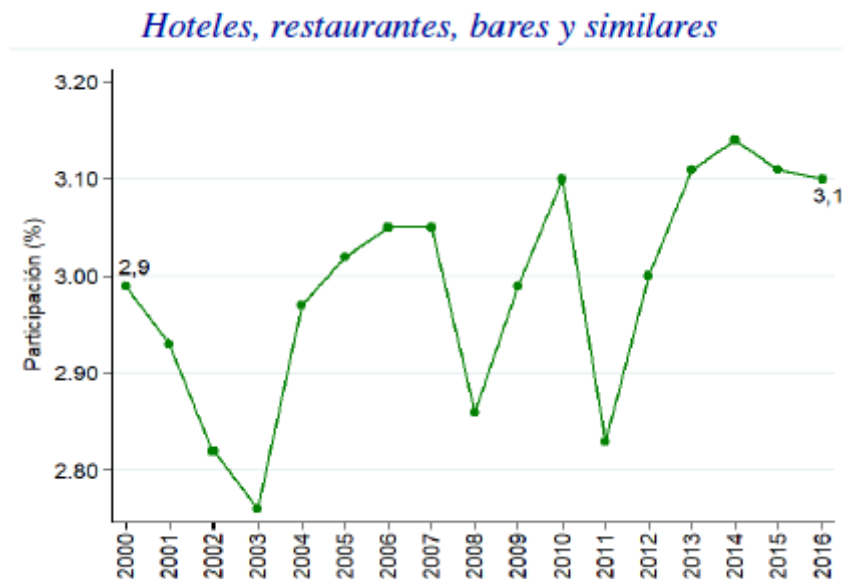
Ilustración 27 motivo del viaje



Nota: Página del DANE, Encuesta de Gasto Interno en Turismo -EGIT-

Según las cifras del último reporte del DANE (2020), sobre los perfiles económicos de Boyacá, se tiene que la participación del sector turístico en el PIB nacional es del 2,71%, asimismo, dentro de los indicadores del aporte por parte de hoteles, restaurantes, bares y similares, la participación promedio en el PIB departamental fue de 3,1 %, siendo los años 2014 y 2016, los más representativos.

Ilustración 28 participación del sector turístico en el PIB regional - Boyacá.



Nota: Cuentas departamentales - DANE. Fecha de Publicación: 27 de marzo de 2020.

Las tendencias del turismo están orientadas al uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, y es un compromiso introducirla como estrategia en todo el sector, pues las personas cada vez tienden a programar sus viajes apoyados en estas nuevas plataformas, estar o no a la vanguardia de la tecnología podría definir la sostenibilidad de esta actividad económica, tal como se muestra en la Organización Mundial del Turismo, (2002).

La inteligencia artificial, está transformando el turismo, desde los asistentes virtuales hasta las empresas, y pueden ofrecer experiencias muy personalizadas y mejorar los rendimientos empresariales. Cada vez son más los destinos que miden el turismo en tiempo real para gestionar mejor los flujos de visitantes (p. 17).

Asimismo, en el contexto de los cambios sociales, los consumidores crearon tendencias de viaje con base en vivir experiencias. como por ejemplo un día de granja, donde se comparten con los animales y se aprende como tratarlos y coincidir con una terapia al aire libre y lejos de la ciudad, ahora todo compartido y aplaudido por redes sociales, por otro lado, está el ecoturismo

concentrado en aprender para enseñar de la naturaleza y su conservación, toda vez que, se desarrolle con un objetivo básico del cuidado ambiental e ilustrar sus efectos, este tipo de turismo muy aplaudido en redes sociales puede ser estratégico en la publicidad de cada turista.

3.3.Segmentación de mercado objetivo.

En Boyacá, hay diferentes tipos de turismo, “tradicionalmente los colombianos han mirado a Boyacá por sus hermosos paisajes naturales y su historia. Por eso este departamento ha sido uno de los más reconocidos como destino turístico, especialmente de los bogotanos” (Días, 2012, p. 1), considerando a Boyacá con los siguientes segmentos:

Tabla 9. Tipos de Turismo en Boyacá

Salud	Los expertos aseguran que paulatinamente se ha ido generando demanda de servicios de este tipo y que cada día la gente asocia más los términos turismo y salud. El turismo de salud se basa en buscar conocimiento y prácticas de diferentes técnicas medicinales, tradicionales o no, que permitan sentir una mejoría en el estado físico. En Paipa hay gran oferta de estos servicios.
Religión	Celebraciones como la de Nuestra Señora del Rosario, de Chiquinquirá, la Virgen del Milagro y el Señor de la Columna, en Tunja; o las misas de sanación del padre Puerta atraen a miles de feligreses todos los años. Se destaca el fervor de los fieles.
Eventos	Un completo calendario de actividades y eventos durante todo el año ofrece Boyacá. Los hay muy tradicionales, como las fiestas patronales de los pueblos, o certámenes relativamente nuevos que han ido surgiendo en los pueblos y que atraen visitantes.
Arquitectura	Muchas de las ciudades y pueblos de Boyacá conservan la arquitectura colonial en buen estado todavía. Hay lugares históricos de importancia y valor como la Casa del Fundador de Tunja y la Casa del Escribano Juan de Vargas.
Ecología	El turismo ecológico (también llamado ecoturismo) tiene cada vez más seguidores. Boyacá brinda espacios para la observación de paisajes y para experiencias interactivas de parte de quienes aman y ayudan a proteger la naturaleza.
Aventura	Provincias y municipios de Boyacá han desarrollado una vocación para el turismo de aventura. Se destacan Güicán, Tópaga, Gámeza y Sogamoso, para escalada en roca; senderismo hacia El Cocuy; y parapentismo, en Pachavita.

Gastronomía

El turismo gastronómico se convierte en una fabulosa opción en Boyacá. Se pueden degustar deliciosos platos típicos y experimentar aventuras culinarias por medio de visitas a mercados tradicionales.

Fuente: Elaboración propia tomada de (Días, 2012).

La segmentación de mercado es definida por Kotler, & Keller, (2016) como un grupo de clientes que comparten un conjunto similar de necesidades y deseos, que para el caso del Centro Ecoturístico la Meseta se considera la siguiente información,

Tabla 10. Variables de segmentación para el Centro Ecoturístico la Meseta.

Variables de Segmento Para el Centro Ecoturístico La Meseta	
Región geográfica	Ciudad principal Bogotá, y demás municipios de Cundinamarca, y principales ciudades del departamento de Boyacá como Tunja, Duitama y Sogamoso.
Clima	Frio
Edad demográfica	18 - 55
Tamaño de la familia	La mayoría viajan con 4 Personas
Ciclo de vida de la familia	Jóvenes y Mayores
Genero	Femenino y Masculino
Ocupación	Empleados en su mayoría cargos operativos
Generación	Generación X, Millennials y Centenials
Clase social	Media y Media Alta
Personalidad	Aventurera y amantes de la Naturaleza
Ocasiones conductuales	Eventual por vacaciones o fines de semana según la cercanía
Educación	Profesionales con Especialización
Beneficios buscados	Servicio y Economía
Factores sociales	Conocer nuevos destinos turísticos a la vanguardia
Factores personales	Estilos aventureros y amantes de la naturaleza
Actitud hacia el producto	Positiva
Ingresos	Más de (\$1.500.000) un millón y medio de pesos

Nota: Adaptado de Philip Kotler, 2016 para el Centro Ecoturístico la Meseta.

3.4.Descripción de los consumidores.

Los consumidores se destacan por ser amantes del turismo, con conciencia cada vez mayor hacia el cuidado por el medio ambiente, el ecoturismo, permite conocer nuevos paisajes con algo de aventura, que, al llegar a ellos, pueden probar su estado físico y reconocer las ventajas por promover la conservación del medio ambiente, por lo tanto, el consumidor se caracteriza por dos particularidades pictográficas ytal como lo plantean Kotler, & Keller, (2016),

la primera, son el grupo de pensadores, buscan la calidad y la tranquilidad del hospedaje motivados por la limpieza y los espacios libres de la monotonía diaria de las ciudades metropolitanas; la segunda son los experimentadores, aquellas personas cuyo propósito del viaje es encontrar aventura, variedad y emoción. (p. 226).

Estas características se mantienen en el Centro Ecoturístico la Meseta, se pretende equilibrarlas para atender las necesidades de los turistas.

3.5.Tamaño del mercado.

El crecimiento mundial del turismo, según Álvarez (2018) manifiesta que entre 2017 y 2018 fue del 6%, para las Américas y Sur América el aumento fue similar (3%), mientras que, para Colombia, este crecimiento fue del 10%, es decir 4 puntos porcentuales más que la estadística global; esto, quiere decir que, para el plan de negocios la tendencia de la demanda de turistas extranjeros es positiva para el análisis del Macroentorno, se evidencia una variación del 10% entre 2017 a 2018 a nivel mundial en las Américas, Sur América y Colombia.

Tabla 11 visitantes extranjeros 2017-2018

Año	Mundo	Américas	Sur América	Colombia
2017	1.322.000.000	211.000.000	37.000.000	3.975.570
2018	1.400.000.000	217.000.000	38.000.000	4.388.815

Fuente: (Turismo, 2018)

Para el Centro Ecoturístico la Meseta, es necesario analizar variables que permiten determinar el tamaño del mercado, entre tanto, a lo largo de la investigación, se ha evidenciado que la mayoría de los turistas son nacionales y por eso es necesario partir del comportamiento de variables internas. Por ejemplo, para el tercer trimestre, el DANE, reportó que, del año 2019, en el total 24 ciudades y áreas metropolitanas, el 15,6% de las personas de 10 años y más, realizaron turismo y/o excursionismo interno. En el segundo trimestre de 2019, el porcentaje de personas de 10 años y más que realizó turismo interno fue 17,8%,

Tabla 12 población que realizó turismo interno y/o excursionismo interno (en miles y porcentaje).

Total 24 ciudades y áreas metropolitanas							
Concepto	I - 2019	CVE	II - 2019	CVE	III - 2019	CVE	
Población total	21.325		21.397		21.469		
Población total que realizó turismo interno y/ o excursionismo	4.206	5,7	3.803	4,5	3.344	4,6	
Porcentaje de personas que realizaron turismo interno y/ o excursionismo	19,7	5,7	17,8	4,5	15,6	4,6	
Total 24 ciudades y áreas metropolitanas - Hombre							
Concepto	I - 2019	CVE	II - 2019	CVE	III - 2019	CVE	
Población total	10.156		10.191		10.226		

Población total que realizó turismo interno y/ o excursionismo	2.057	6,2	1.814	5,2	1.573	5,1
Porcentaje de personas que realizaron turismo interno y/ o excursionismo	20,3	6,2	17,8	5,2	15,4	5,1

Total 24 ciudades y áreas metropolitanas – Mujeres

Concepto	I - 2019	CVE	II - 2019	CVE	III - 2019	CVE
Población total	11.169		11.206		11.243	
Población total que realizó turismo interno y/ o excursionismo	2.149	5,6	1.989	4,4	1.771	4,8
Porcentaje de personas que realizaron turismo interno y/ o excursionismo	19,2	5,6	17,8	4,4	15,8	4,8

Nota: Adaptado de (DANE, 2019)

Asimismo, se muestra que, la población que realizó turismo interno, frente al total de la población asciende al 9% para el tercer trimestre del año 2019, siendo esta tendencia positiva para el desarrollo del plan de negocios del centro ecoturístico en el municipio de Monguá en Boyacá.

Tabla 13 Población que realizó turismo interno (en miles y porcentaje)

Total 24 ciudades y áreas metropolitanas						
Concepto	I - 2019	CVE	II - 2019	CVE	III - 2019	CVE
Población total	21.325		21.397		21.469	
Población total que realizó turismo interno	2.644	7,4	2.144	6,5	1.925	6,2
Porcentaje de personas que realizaron turismo interno	12,4	7,4	10,0	6,5	9,0	6,2

Total 24 ciudades y áreas metropolitanas – Hombres

Concepto	I - 2019	CVE	II - 2019	CVE	III - 2019	CVE
Población total	10.156		10.191		10.226	
Población total que realizó turismo interno	1.264	8,6	1.016	7,3	919	6,6

Porcentaje de personas que realizaron turismo interno	12,4	8,6	10,0	7,3	9,0	6,6
---	------	-----	------	-----	-----	-----

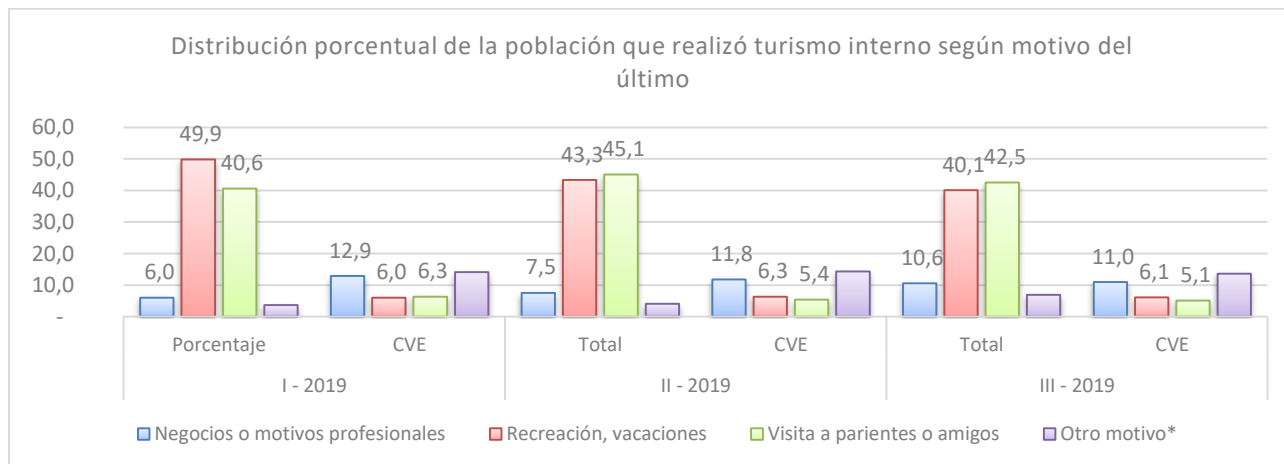
Total 24 ciudades y áreas metropolitanas – Mujeres

Concepto	I - 2019	CVE	II - 2019	CVE	III - 2019	CVE
Población total	11.169		11.206		11.243	
Población total que realizó turismo interno	1.381	7,0	1.128	6,3	1.006	6,7
Porcentaje de personas que realizaron turismo interno	12,4	7,0	10,1	6,3	8,9	6,7

Fuente: (DANE, 2019)

Se observa el comportamiento de la población según necesidades personales del viaje, se reflejan las tendencias del turista por buscar alternativas de recreación y ámbitos de descanso para vacaciones, seguido de viajes por motivos familiares.

Ilustración 29 distribución porcentual de la población que realizó turismo interno según motivo del último.

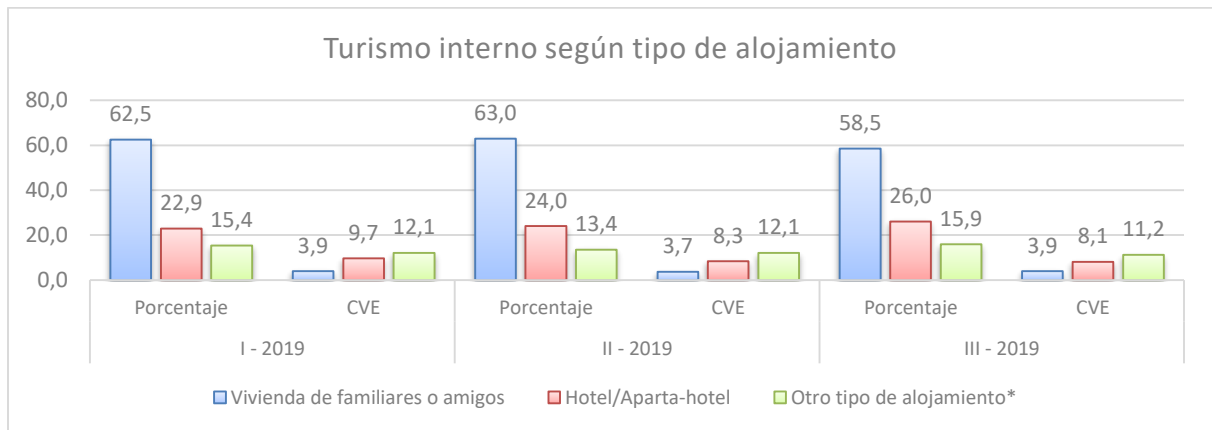


Fuente: (DANE, 2019)

Para las 24 ciudades y áreas metropolitanas, el 58,5% de las personas que realizaron turismo interno, se alojaron en vivienda de familiares o amigos; el 26,0% en hotel/ aparta-hotel y

el 15,9% en otro tipo de alojamiento, teniendo en cuenta las cifras del turismo interno del DANE.

Ilustración 30 turismo interno según tipo de alojamiento



Nota: (DANE, 2019)

Con base en el análisis del entorno turístico de Colombia, las variables del turismo receptor y turismo interno para Boyacá, se da respuesta a los objetivos trazados, y bajo un marco metodológico de selección de la muestra, esto con base en el fundamento teórico de Sampieri (2014), “las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización”. (págs., 171-191) Se utilizan en diversas investigaciones cuantitativas y cualitativas; por lo que es importante la descripción de la ficha técnica así:

Tabla 14 ficha Técnica de la Encuesta

Ficha Técnica De La Encuesta	
Diseño de la muestra	Formula de Balestrini (1999), para población desconocida
Nombre Del Proyecto	Centro Ecoturístico la Meseta

Población Objetivo	Turistas extranjeros y nacionales que visitan el municipio de Monguí
Universo Representado	Desconocido
Tipo de estudio y Tipo de Investigación	Estadístico/Cualitativo
Método De Recolección	Aplicación de encuesta, vía correo electrónico y WhatsApp
Tipo de Muestreo	Muestreo aleatorio simple
Tamaño de la muestra	56
Momento estadístico	Diciembre de 2019
Margen de error observado	5%
Nivel de confianza	95%
Persona que realizo	Karen Dayan Jurado Fonseca
Preguntas que se formularon	(22 preguntas) ver esquema

Nota: Construcción propia adaptado de (Díaz , et al, s.f)

4. Riesgos y oportunidades de mercado.

Tabla 15 análisis del entorno para el Centro Ecoturístico la Meseta Monguí

ANÁLISIS DEL ENTORNO PARA EL CENTRO ECOTURÍSTICO LA MESESTA MONGUÍ			
NOMBRE	DESCRIPCIÓN	RIESGO	NIVEL
Fuerza política	Inclusión por parte de alcalde en los planes de desarrollo de la alcaldía municipal, Representantes del Senado y Cámara de representantes para exaltar el turismo regional y entidades del estado con direccionamientos del presidente de la republica	Formulación de proyectos del sector sin la Participación de todas las partes interesadas, Beneficios económicos motivacionales, Asignación de Recursos	Bajo: El municipio busca fortalecer el sector turístico y hotelero, no obstante, se deben gestionar proyectos de desarrollo del sector.
Fuerza social	Grupos sin ánimo de lucro, Agremiaciones, Empresas dedicadas al turismo, SENA y Cámaras de comercio	Capacitación de atención al turista nulo, trabajo en equipo, difusión de la información.	Medio: Es importante el trabajo colaborativo de la comunidad para el desarrollo, Transmitir buen servicio y cultura e identidad para atraer más turistas.
Fuerza legal	Leyes y normas encaminadas al desarrollo regional del sector turístico y hotelero y entidades de vigilancia y control del mismo sector.	Incrementos de los impuestos para el sector turístico y hotelero y cambios normativos para la prestación de los servicios.	Alto: El modelo propone alojamiento en un centro ecoturístico con servicios de senderismo, ecoturismo e historia por lo que los cambios Bruscos en la normatividad del sector turístico y hotelero pueden impactar los servicios ofrecidos.
Fuerza ambiental	Regulación para el ecoturismo y protección de los senderos entre otros.	Regulación en el cumplimiento de disposiciones ambientales.	Medio: Se ofrecen servicios encaminados al ecoturismo senderismo y espacios con escenarios de preservación ambiental, sin embargo, se cuenta con los permisos y conocimiento de la normatividad vigente.
Fuerza económica	Volatilidad del Dólar, Inflación, Impuestos tanto de lo concerniente al sector como al transporte y de los que allí se derivan	Incrementos en los costos de viajes, retraso en los pagos a los proveedores, mayores costos de producción por la inflación seguridad en las carreteras	Bajo: A pesar del impacto económico al sector, es probable que no afecte la demanda, pues los precios son accesibles.
Fuerza de mercado	Proveedores, contratistas, Empresas dedicadas a viajes y turismo, operadores turísticos,	Perder la confianza por un mal servicio de los aliados estratégicos, tarifas excesivas, Difusión de los servicios	Bajo: gracias a la economía naranja, las entidades permiten hacer alianzas estratégicas para el desarrollo sostenible de proyectos del sector.
Fuerza tecnológica	Tendencias informáticas, APP para Turismo, Redes sociales	No proveer la tecnología adecuada y actualizada para cumplir con la ventaja competitiva	Medio: gracias al crecimiento y la importancia del sector, se han desarrollado APP y sistemas de búsqueda para reservas de

alojamientos y paquetes
turísticos.

Fuente: Elaboración propia

Se puede concluir que, los riesgos en el contexto estratégico más alto son los de origen legal y ambiental, dada la naturaleza del centro ecoturístico, debe cumplir varias legislaciones para prestar sus servicios; por lo tanto, no los puede controlar.

De acuerdo con lo anterior, es importante mitigar los riesgos del tipo legal y ambiental con un plan de contingencia y tener en cuenta el contexto que impacta el sector turístico y hotelero en el municipio de Monguí.

Tabla 16 análisis interno

ANÁLISIS INTERNO PARA EL CENTRO ECOTURÍSTICO LA MESESTA MONGUÍ			
NOMBRE	DESCRIPCIÓN	RIESGO	NIVEL
Recursos	Económicos	Baja capacidad de	Alto: Necesidad de endeudamiento para mejoramiento de la infraestructura física y organizacional.
	Financieros, Infraestructura	endeudamiento, para la inversión en el mejoramiento de la infraestructura.	
Capacidades	Perfiles profesionales, Habilidades, Experiencia, Entrenamiento.	Contratación de personal experto en áreas del sector turístico y hotelero, además del mercadeo. No contar con capacitación especializada	Bajo: Los socios fundadores de la empresa son expertos y parte integral de la iniciativa empresarial.
	Producción Operación Procesos Contables y de finanzas	Ejecución de las normas relacionadas con el sector.	
Procesos			Bajo: Los socios de la empresa pueden establecer, formular y ejecutar el cumplimiento de los procesos de la normatividad vigente.

Estructura	Roles y responsabilidades.	Regulación en el	Alto: Es importante generar estrategias para mitigar riesgos.
	Organigrama	cumplimiento de disposiciones ambientales.	

Fuente: Elaboración propia

Como resultado del análisis, se observa un nivel de riesgo alto de recursos, se deberán buscar estrategias y evaluar el mejor camino para acceder a los recursos necesarios.

4.1. Poder del mercado

Por tal razón, y según la OCDE, (2011) el plan de negocios del Centro Ecoturístico la Meseta, está en nivel intermedio, a pesar de la oferta de alojamientos en Monguí, son muy pocos los que ofrecen un centro ecoturístico, por lo tanto, la competencia del mercado puede definir los precios con base en la utilidad, es decir que, hay pocas empresas especializadas, no siendo monopolio, pero si es competido, el poder del mercado, es la capacidad para cobrar precios superiores a niveles competitivos donde la utilidad es importante. (OCDE, 2011, pág. 21).

4.2. Barreras de entrada

En términos generales, las barreras de entrada pueden definirse como los elementos que obstaculizan el ingreso de nuevas empresas al mercado relevante, (OCDE, 2011). Por lo anterior, se puede definir que, en este caso, las barreras de entrada son menores, existe un mayor potencial de competencia, lo que tiene un impacto disciplinante sobre las compañías que ya participan en el mercado, limitando su ejercicio del poder de mercado; pues de acuerdo con lo anterior, es importante mencionar que, en el ejercicio de mantener la economía, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, crearon la política para el Desarrollo del Ecoturismo, que tiene como objetivo, dar especial relevancia al

ecoturismo como uno de los tipos especializados de turismo en los cuales el país está empeñado en crear ventajas competitivas, se hace necesario entonces, unir esfuerzos para orientar tal actividad.

4.3. Entrada de nuevas empresas

La entrada de nuevas empresas inyecta competencia en términos de precios, estimula la innovación, genera ganancias en eficiencia de la producción y resulta en una mayor variedad y calidad de los bienes y servicios ofrecidos. (OCDE, 2011).

Teniendo en cuenta las condiciones de desarrollo turístico en el municipio de Monguí, como se menciona en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, (2013) resulta relativamente fácil entrar a un mercado, entonces las empresas de alojamiento y demás centros ecoturísticos que ya participan en el mercado del sector turístico y hotelero pierden autoridad para ejercer su poder en el mercado. Si se elevan los precios y se obtienen mayores utilidades, se esperaría que nuevas empresas entraran rápidamente al mercado, impactando negativamente a las utilidades que obtienen las que ya participan en él.

4.4. Salida de empresas

El comportamiento del mercado de centros ecoturísticos en Monguí están en constante trabajo para adoptar normativas de contaminación ambiental y monitoreo, aplicando correctivos para los impactos negativos, además, de la determinación de las responsabilidades de los actores regionales y locales, que busca que los custodios, los operadores, los promotores, los empresarios prestadores de servicios, la comunidad local, el ecoturista y otras instancias asuman actuaciones claras para la aplicación de los principios de esta política.

Por lo anterior, es probable que algunas empresas prestadoras de servicios del sector turístico y hotelero del municipio de Monguí, salgan del mercado, por no lograr realizar las

inversiones que implica este tipo de cambios, seguramente, tendrán que dejar de prestar servicios hoteleros.

4.5. Innovación y eficiencia

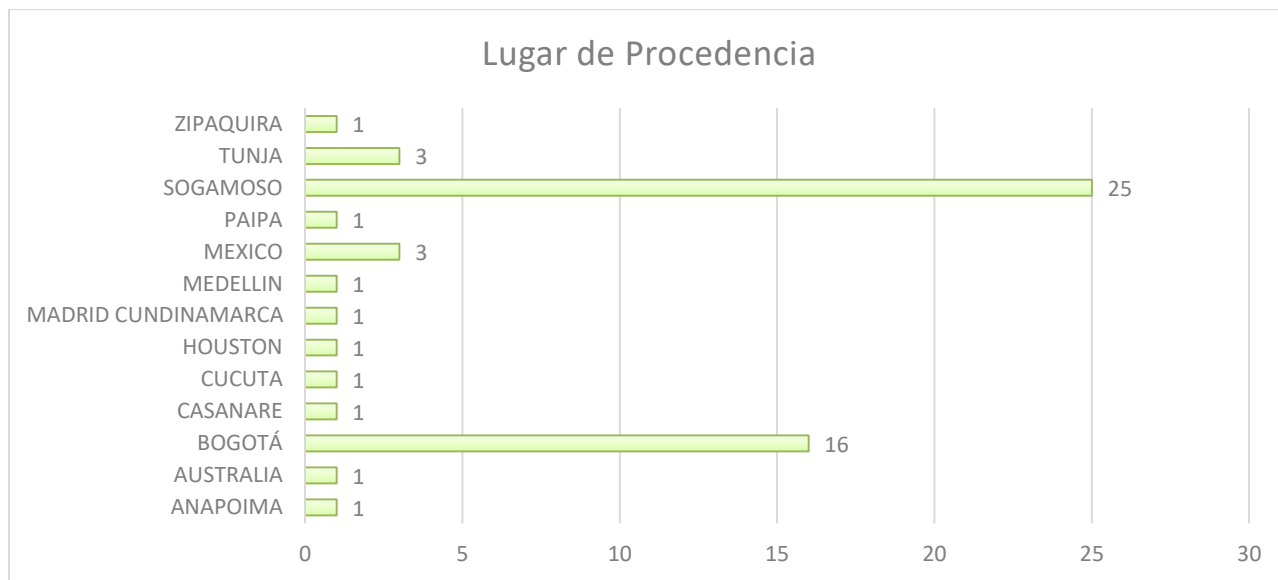
El ecoturismo, es una de las actividades en las cuales se hace más viable la implantación de modelos de desarrollo sostenible; a través de él, se ofrece al visitante la posibilidad de disfrutar de la oferta ambiental de un área geográfica, representada, ya sea en su diversidad biológica (número total de especies) o ecosistémica (características geológicas o geomorfológicas) o en sus paisajes y acervo cultural, a cambio de una retribución (manifiesta en términos de ingresos) que benefician, en primera instancia, a las comunidades que viven en las zonas de influencia de las áreas protegidas o de cualquier otra área natural con atractivos para los visitantes. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013, pág. 15).

Por lo anterior, y dado que, el concepto ecoturístico conduce a términos de eficiencia e innovación por los servicios que presta, orientados al valor de la naturaleza y la humanidad, con base en el objetivo mencionado en la política para el desarrollo ecoturístico (Ávila, et al, 2017), fortalecer y diversificar la actividad ecoturístico, teniendo como referente esencial su desarrollo sostenible, en razón del cual ésta debe propender por el uso racional de los recursos, el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores residentes en las regiones y el permanente esfuerzo para proporcionar una oferta competitiva de servicios, en armonía con la diversidad ecológica y cultural.

5. Resultados

Luego de haber aplicado el instrumento de medición (encuesta), los resultados fueron digitalizados definidos desde el plan de muestreo y las necesidades definidas en el plan de análisis, en una plataforma de Excel, arrojando información depurada y que es llevada a tablas y gráficas.

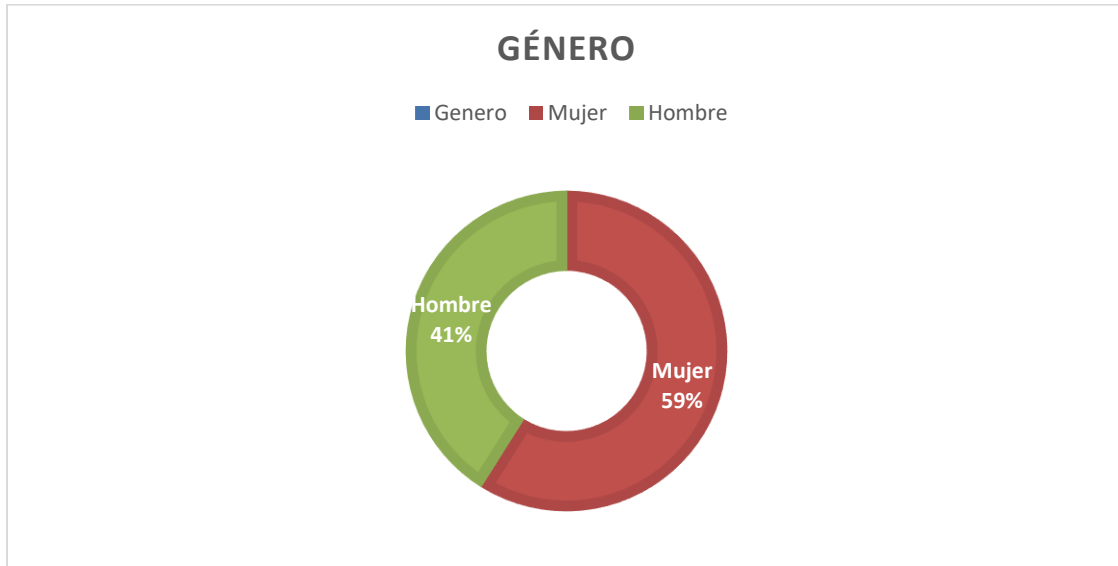
Ilustración 31. Resultados de la pregunta - Lugar de procedencia.



Nota: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que el turismo interno es el flujo de mayor incidencia de entrada a Boyacá, se corrobora con los resultados a la pregunta lugar de procedencia, con un 96% de los turistas encuestados son de Colombia y el otro 4% son extranjeros, de los turistas internos el 45% son de Sogamoso municipio a quince minutos del municipio y el 29% de Bogotá, ciudad que más turistas recibe el departamento y en este caso el municipio de Monguí.

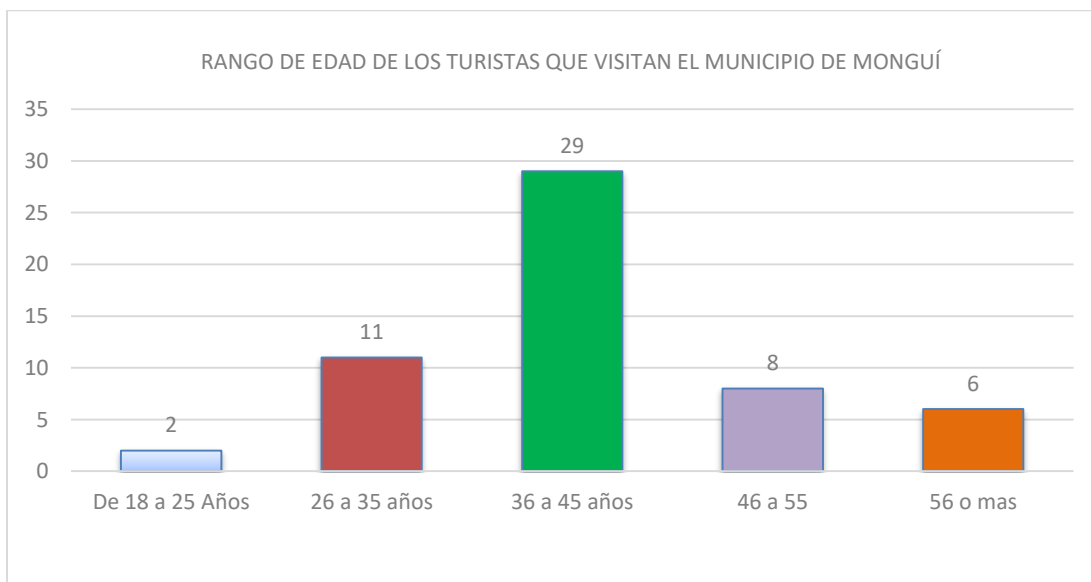
Ilustración 32. Resultados de la pregunta - Género



Nota: Elaboración propia

Con un 59% el género que más visita el municipio de Monguí, son las mujeres, con una diferencia del 18% se tiene que los hombres encuestados como turistas al municipio que es del 41%.

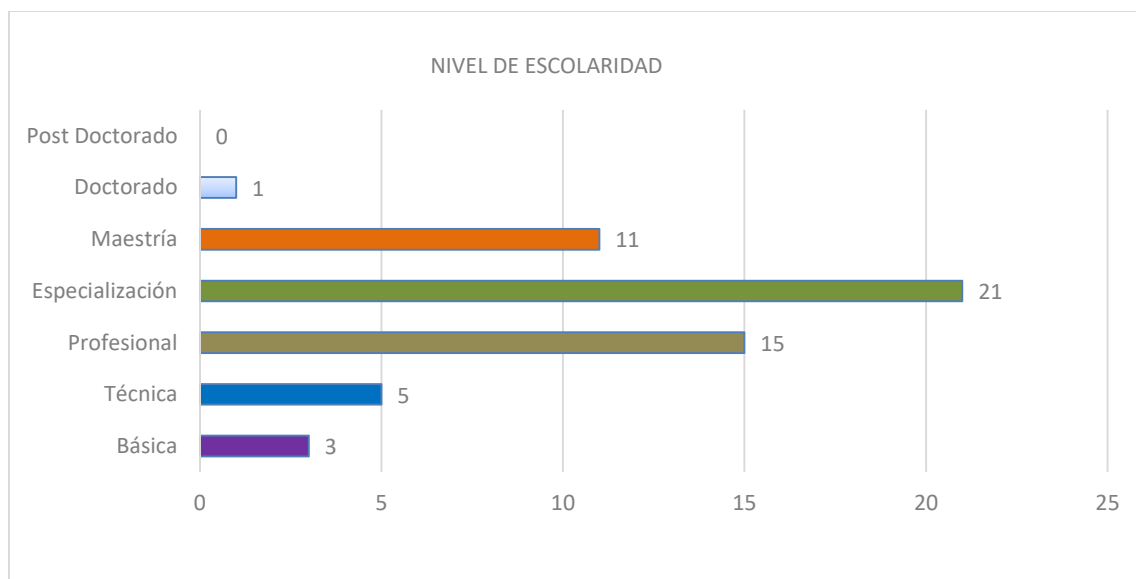
Ilustración 33. Resultados de la pregunta - Rango de edad.



Nota: Elaboración propia

Para el plan de negocios, es importante conocer que con el 52% los rangos de edad de los turistas encuestados fueron de 36 a 45 años, seguido del 20% del rango de 26 a 35 años, lo que es importante para definir estrategias de servicio del Centro Ecoturístico la Meseta en el municipio de Monguú en el departamento de Boyacá.

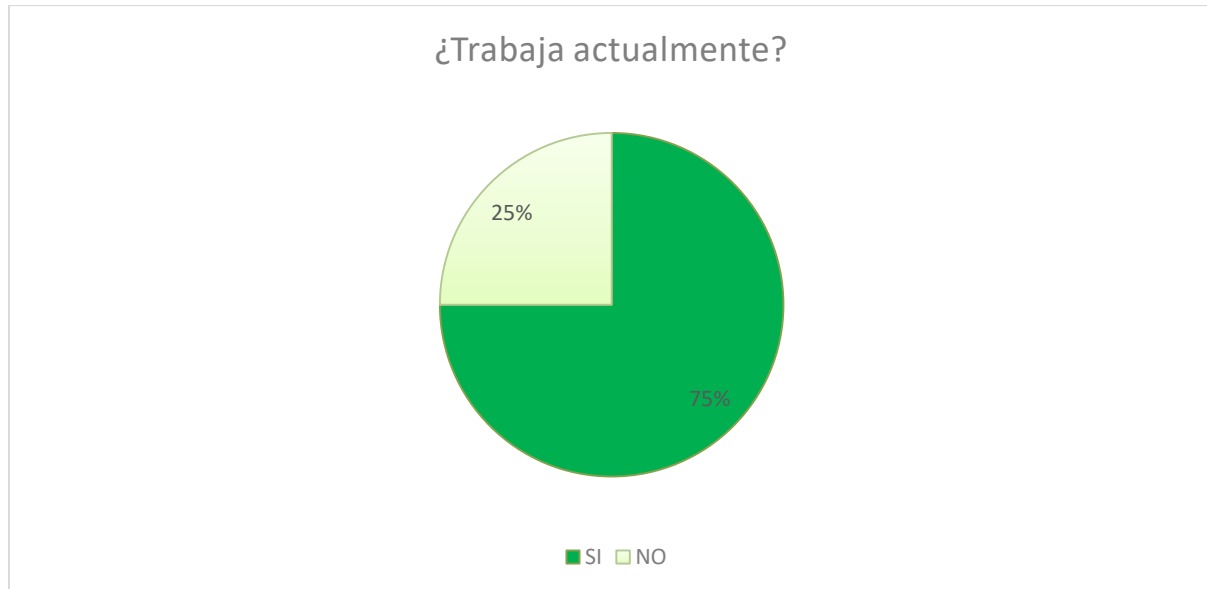
Ilustración 34. Resultados de la pregunta - Nivel de escolaridad.



Nota: Elaboración propia

De acuerdo con el nivel de escolaridad, y de los turistas encuestados, el 38% son especialistas, seguido de los profesionales con un 27%, demostrando las tendencias de las personas con nivel de escolaridad alto por su interés del medio ambiente, histórico y cultural del municipio de Monguú, los de nivel de Maestría corresponden a un 20% esto teniendo en cuenta las demás preguntas que se analizaran más adelante.

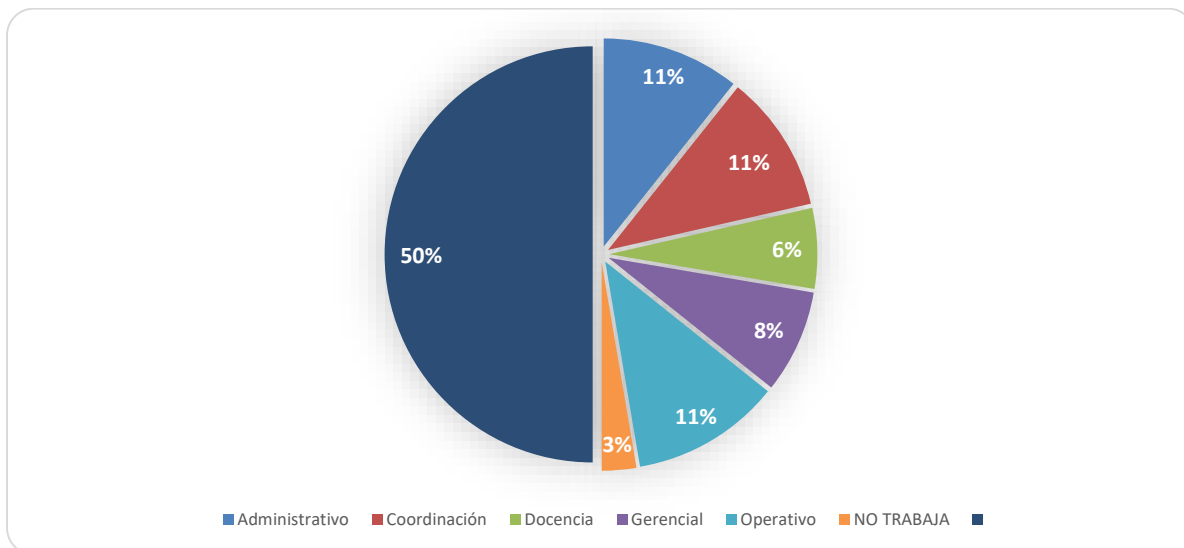
Ilustración 35. Resultados de la pregunta - ¿Trabaja Actualmente?



Nota: Elaboración propia

El 75% de los turistas están trabajando actualmente, y el 25% están sin trabajo, llamando la atención del 25% restante corresponde a personas dependientes de ingresos.

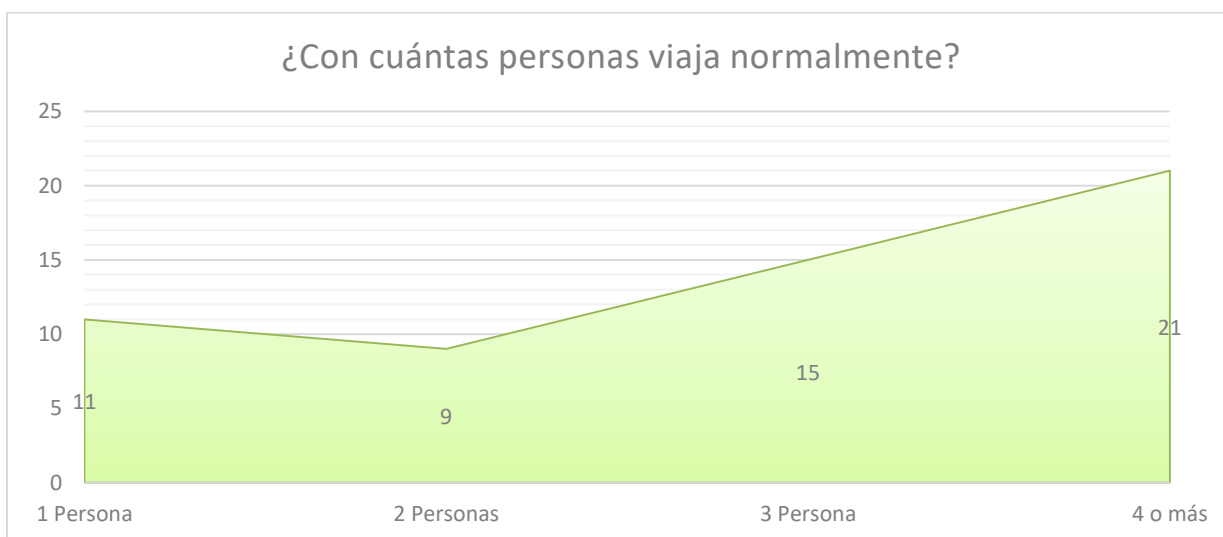
Ilustración 36. Resultados de la pregunta - Trabajo que desempeña



Nota: Elaboración propia

De los turistas encuestados, el 50% pertenece al nivel administrativo, seguido del 11% del nivel coordinación y operativo y el gerencial con un 8%, por lo tanto, en las estrategias de marketing y ventas personales, se tendrán en cuenta estos niveles de cargo de las empresas de la región.

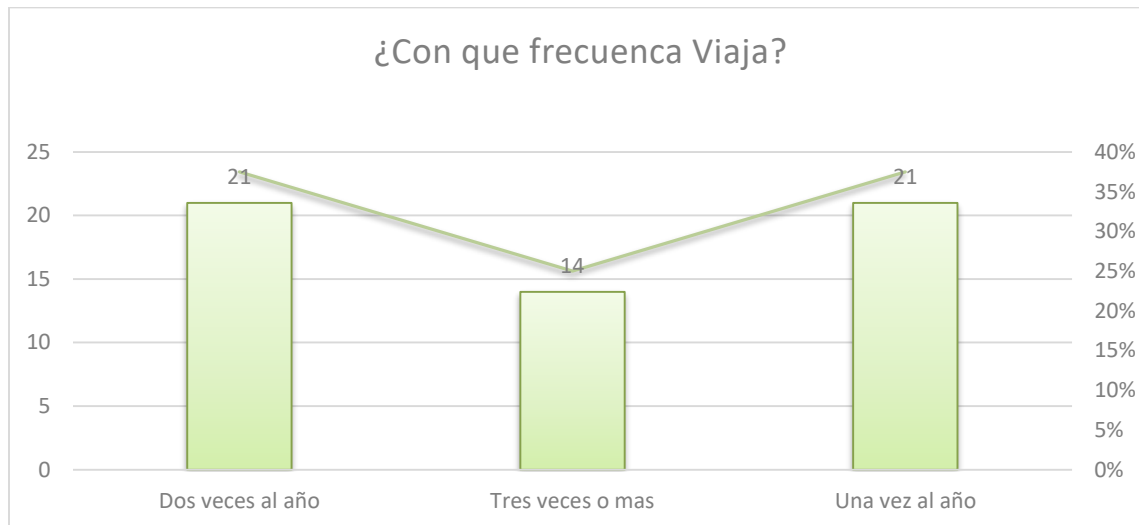
Ilustración 37. Respuesta a la pregunta - ¿con cuántas personas viaja?



Nota: Elaboración propia

La tendencia de los turistas que visitan el municipio de Monguí, son de 4 personas, grupos familiares en su mayoría con un 38%, con un 27% grupos de tres personas, por lo tanto, las estrategias deben estar dirigidas a grupos y familias compuestas por 4 o más personas.

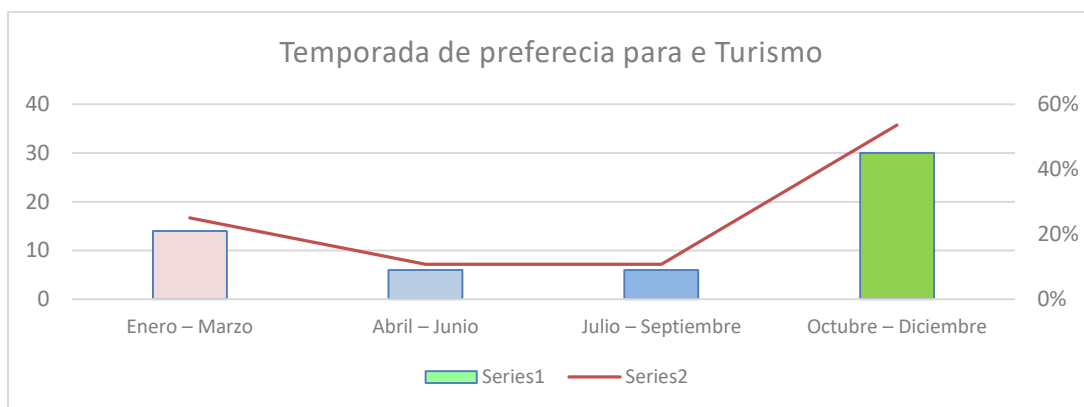
Ilustración 38. Respuesta a la pregunta - ¿con cuan que frecuencia viaja?



Nota: Elaboración propia

El municipio de Monguí y el sector hotelero y turístico de la región deberán considerar dos actividades importantes al año, y de acuerdo con las tendencias turísticas de viajar dos veces al año, con igualdad de porcentaje del 38%, con los que viajan una vez al año. Asimismo, el Centro Ecoturístico la Meseta deberá considerar las respuestas de la siguiente pregunta, tendiente a identificar las temporadas de mayor atención para los turistas.

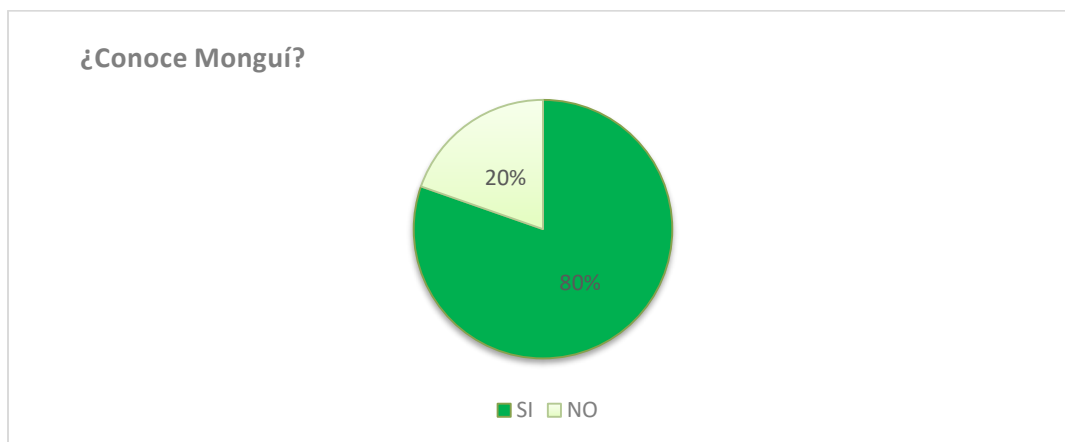
Ilustración 39. Respuesta a la pregunta - ¿En qué temporada desea realizar turismo en el departamento de Boyacá?



Nota: elaboración propia.

La temporada de preferencia por los turistas encuestados es del mes octubre a diciembre con un 54%, las tendencias obedecen en su mayoría por vacaciones y temporadas navideñas, asimismo, con el 25% los turistas prefieren hacer sus viajes en el primer trimestre del año, por lo tanto, el Centro Ecoturístico la Meseta deberá tener en cuenta estos porcentajes a la hora de la planeación de estrategias y desarrollo de actividades.

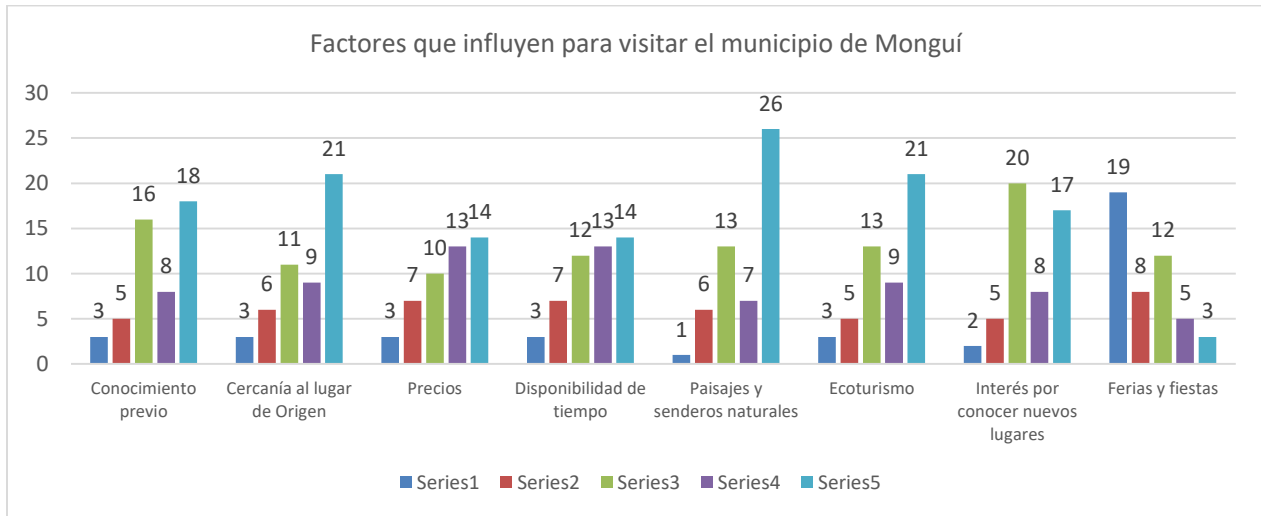
Ilustración 40. Respuestas a la pregunta - ¿Conoce Monguí?



Nota: Elaboración Propia.

La mayoría de los turistas encuestados en el municipio de Monguú ya lo conocía con un porcentaje del 80%, el otro 20% no conoce el municipio. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos de esta pregunta, es importante definir estrategias de comunicación, publicidad y Marketing para atraer personas que visten y se queden en este municipio.

Ilustración 41. Respuestas de la evaluación de importancia de factores para visitar el municipio de Monguú.

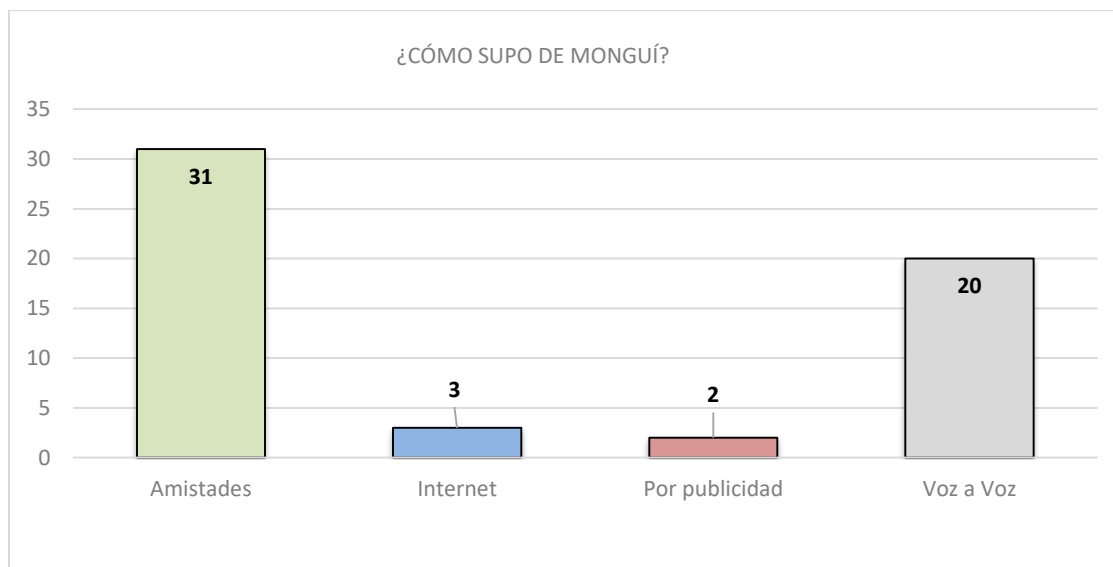


Nota: Elaboración Propia

Los turistas encuestados indicaron que su motivación por visitar el municipio de Monguú fueron los paisajes y senderos naturales, seguido por la cercanía al lugar de origen de los turistas con el lugar visitado y el Ecoturismo, las calificaciones más bajas presentadas corresponden a las visitas al municipio por fiestas y ferias y con poco interés en la disponibilidad de tiempo, estos factores poco determinantes para el turista. Los resultados motivan el cumplimiento de los objetivos del plan de negocios en cuanto a la proyección de ventas de los paquetes turísticos,

pues el 46% se siente motivado por los paisajes naturales y el Ecoturismo con el 38%, por lo tanto, las tendencias son positivas para el Centro Ecoturístico la Meseta en Monguí Boyacá.

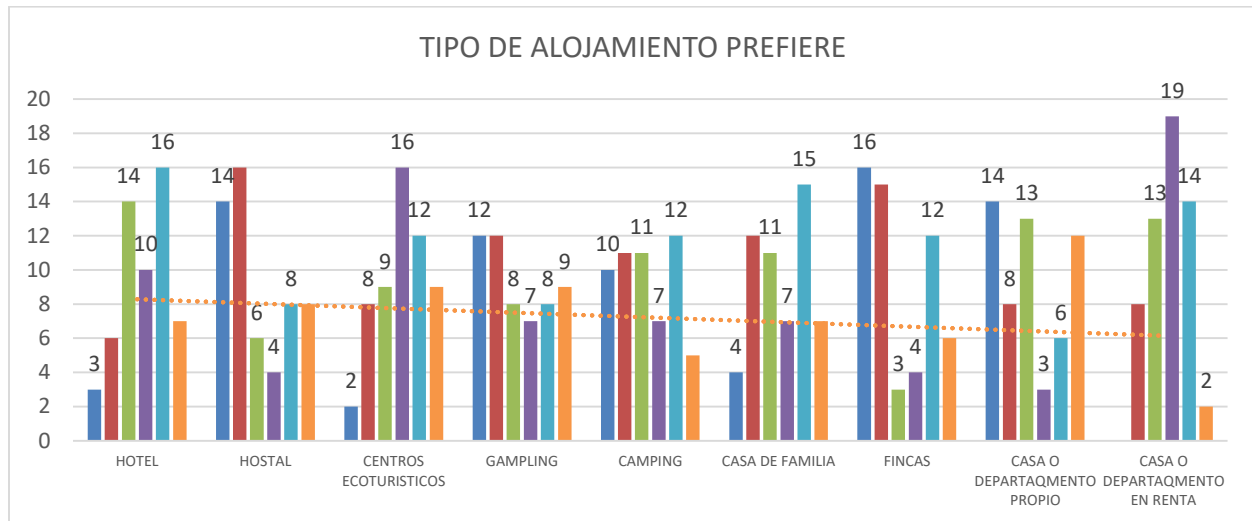
Ilustración 42. Respuestas a la pregunta - ¿Cómo supo de Monguí?



Nota: Elaboración Propia.

Para la pregunta como supo de Monguí, un 55%, de los turistas encuestados, respondieron que, por medio de amistades, estos resultados demuestran la necesidad de incluir estrategias de marketing de marca territorio, asimismo, la voz a voz con un 36%, que permite establecer estrategias de comunicación con el grupo de comerciantes activos que hacen parte de la atención a los turistas. Por otra parte, para un 5% se deberán establecer protocolos de comunicación en medios, redes sociales y demás medios tecnológicos para ofrecer a los interesados en buscar destinos turísticos incluir a Boyacá y para el caso, Monguí.

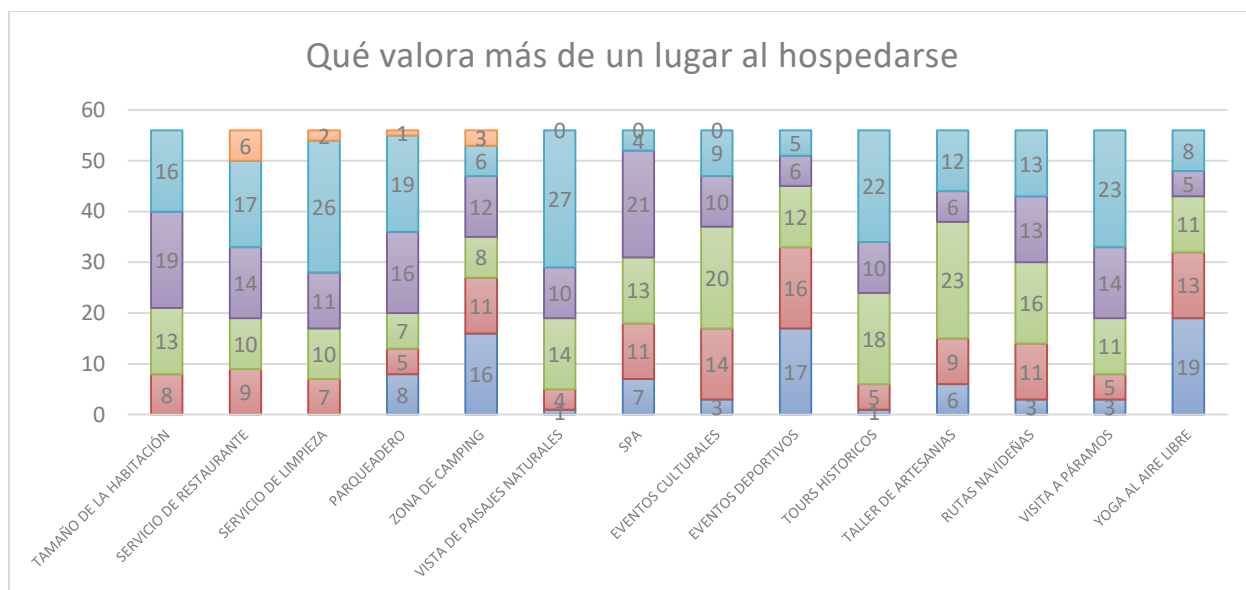
Ilustración 43. Respuestas a la pregunta - Tipo de alojamiento de preferencia



Nota: Elaboración Propia.

La pregunta que destaca las preferencias de los turistas en cuanto al tipo de alojamiento que prefieren, indica que, es mejor hospedarse en casas o departamentos en renta, fincas, centros ecoturísticos, en general, la tendencia es hospedarse en lugares cómodos con servicios completos, que, comparados con estilos de hospedaje más frescos, más naturales y de menor comodidad como los campings, gampling y hostales no fueron mayormente valorados. En resumen, el 29% de los turistas encuestados calificaron el hotel como principal tipo de alojamiento para hospedarse, seguido de las casas de familia con un 27% y las casas rentadas en tercer lugar con un 25%.

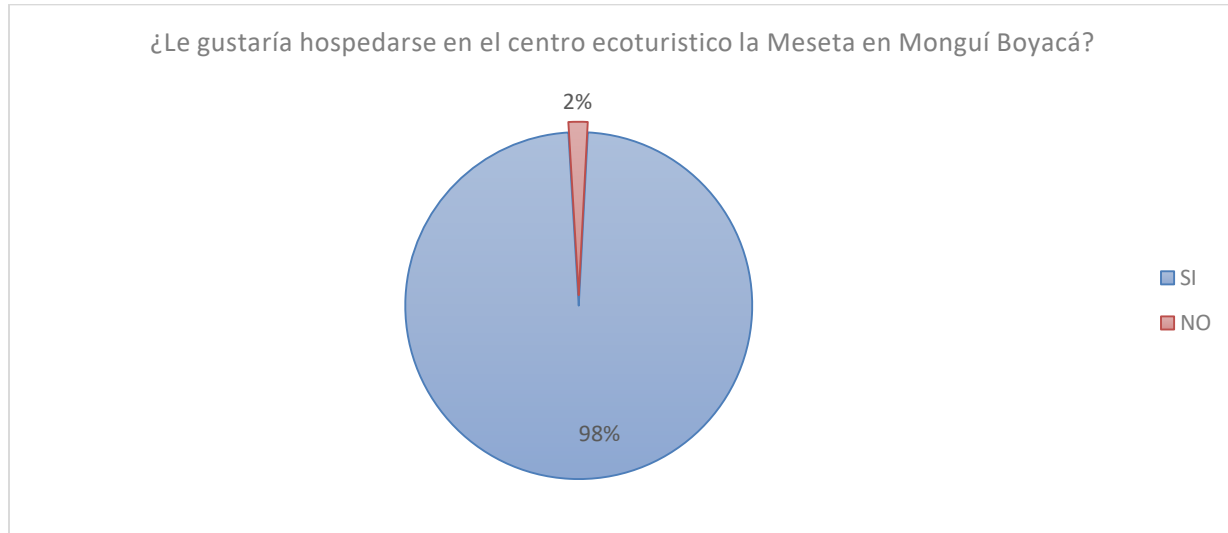
Ilustración 44. Respuestas a la pregunta -Qué valora más de un lugar al hospedarse



Nota: Elaboración propia.

Con relación a la pregunta frente a lo que se valora más de un lugar al hospedarse, está la vista de paisajes naturales, con el 48% de la población encuestada, seguido del servicio de limpieza con un 46%. Las tendencias de las respuestas a esta pregunta son importantes para el proyecto, ya que permiten conocer las características del mercado objetivo y los aspectos técnicos de los servicios que se ofrecen en el Centro Ecoturístico la Meseta, además, de las actividades alternas que encuentra en el municipio de Monguí, como los servicios de tours históricos por el municipio y sus alrededores, pero conservando a Monguí, como epicentro organizador de dichos tours. El 39% están interesados de la historia a través de las edificaciones y lugares del municipio de Monguí, así como el 41% de la población interesada en la vista a los páramos.

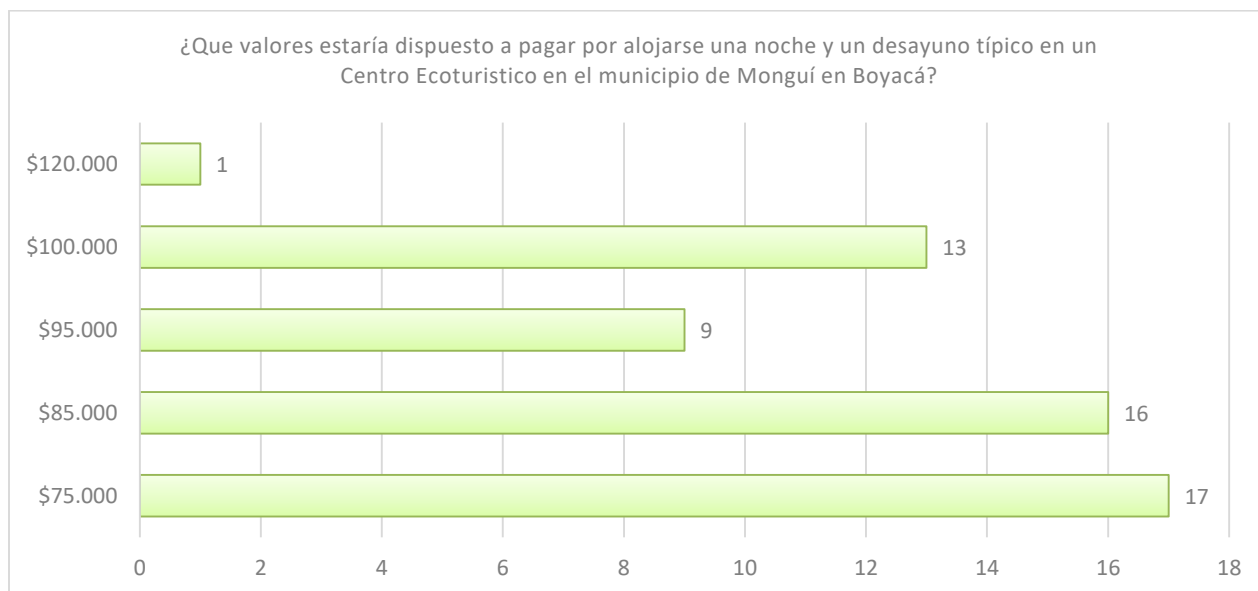
Ilustración 45. Respuesta a la pregunta - ¿Le gustaría hospedarse en el Centro Ecológico la Meseta en Monguí Boyacá



Nota: Elaboración propia.

En respuesta de las tendencias de los turistas que visitan el municipio de Monguí, el 98% de los encuestados les gustaría hospedarse en un lugar que les ofrece un espacio para alojarse y vivir experiencias con la naturaleza, es un espacio de tranquilidad, donde se ofrecen alternativas de diferentes actividades que ofrece el municipio de Monguí, como visita a páramos, ciclismo, montañismo, día del granjero entre otras actividades culturales.

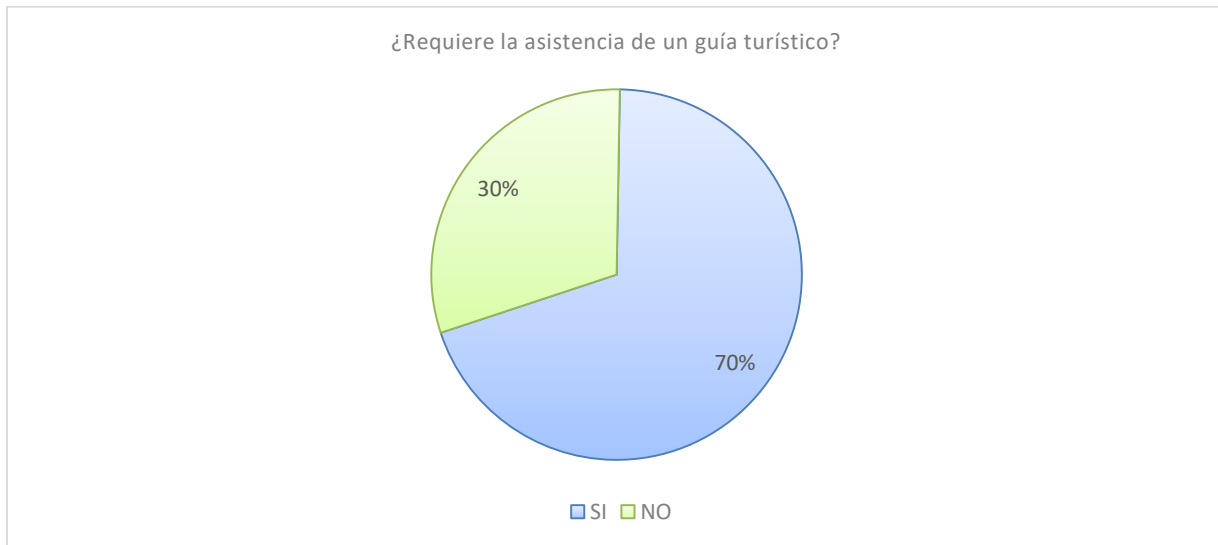
Ilustración 46. Respuestas a la pregunta - ¿Que valores estaría dispuesto a pagar por alojarse una noche y un desayuno típico en un Centro Ecoturístico en el municipio de Monguú en Boyacá?



Nota: Elaboración Propia.

Las características de precios antes indagados del hospedaje en el municipio de Monguú permitieron que el 30% de los encuestados haya respondido que preferiblemente pagan por una noche de hospedaje y un desayuno típico, con el valor de \$ 75.000 mil pesos, seguido del 29% que pagaría \$ 85.000 mil pesos, con un 16% podrían llegar a pagar \$95.000 mil pesos, con un 26% estarían dispuestos a pagar \$ 100.000 mil pesos y por último solo un 2% estarían dispuestos a pagar \$120.000.

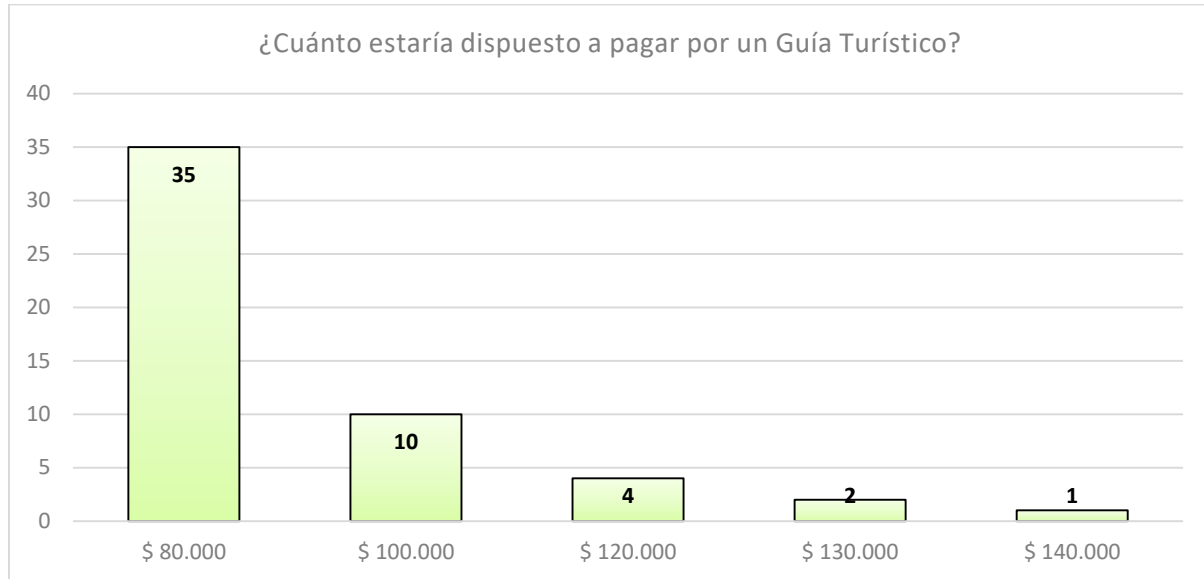
Ilustración 47. Respuestas a la pregunta - ¿Requiere la asistencia de un guía turístico?



Nota: Elaboración Propia.

El 70% de los encuestados requiere un guía responsable de la recepción, asistencia, conducción, información y animación durante su viaje, pues es importante para el seguro y el conocimiento de rutas a los páramos, así como la capacitación técnica de la preservación de los ambientes naturales que se visitan, además, estas personas generalmente se caracterizan por hacer excursiones en grupos de más de 4 personas. Asimismo, el 30% de los encuestados prefiere su estadía sin guía para manejo del tiempo y su propio itinerario.

Ilustración 48. Respuesta a la pregunta - ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un Guía Turístico?



Nota. Elaboración Propia.

De acuerdo con los precios anteriormente identificados en entrevistas con los operadores turísticos y con la empresa Monguí Travels, se definieron los rangos de precios que manejan para prestar los servicios de guías turísticos, a lo que los encuestados respondieron con un 63% que el precio ideal para este servicio es de \$80.000 mil pesos, 10 personas estarían dispuestas a pagar \$ 100.000 pesos con un 18% de respuestas, el 7% \$ 120.000, el 4% \$ 130.000 y el 25 consideran que el precio de \$ 140.000 es un precio cómodo para los servicios prestados de guianza y acompañamiento en su viaje.

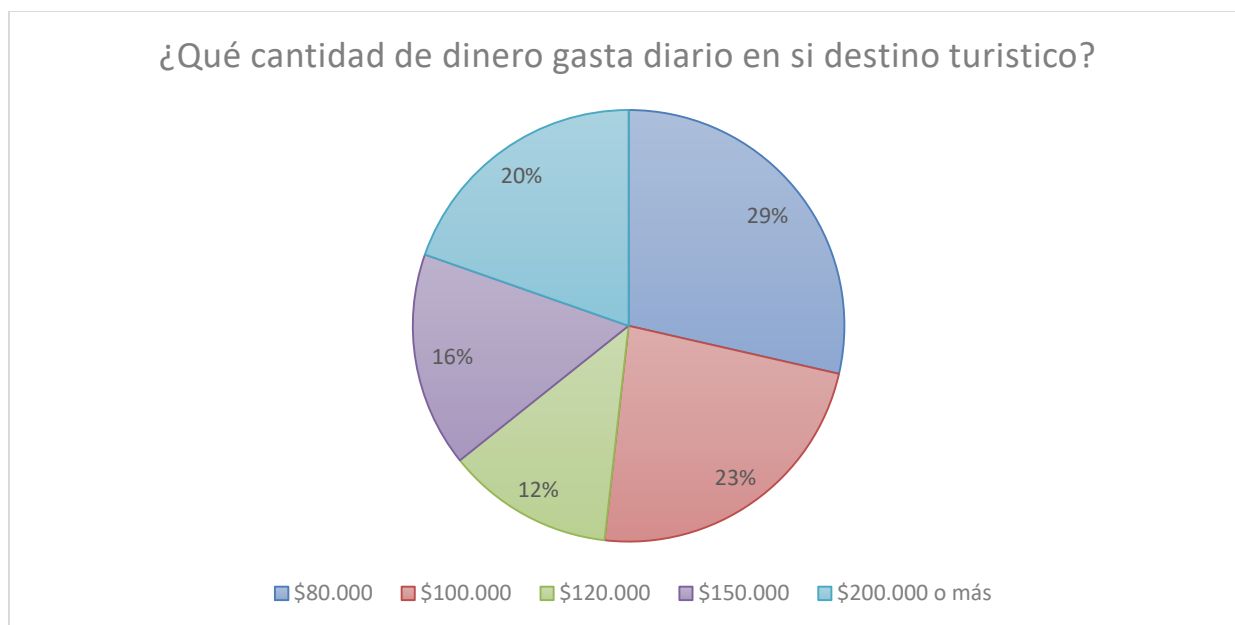
Ilustración 49. Respuestas a la pregunta - ¿Cuál fue su gasto promedio del ultimo viaje realizado por persona?



Nota: elaboración propia.

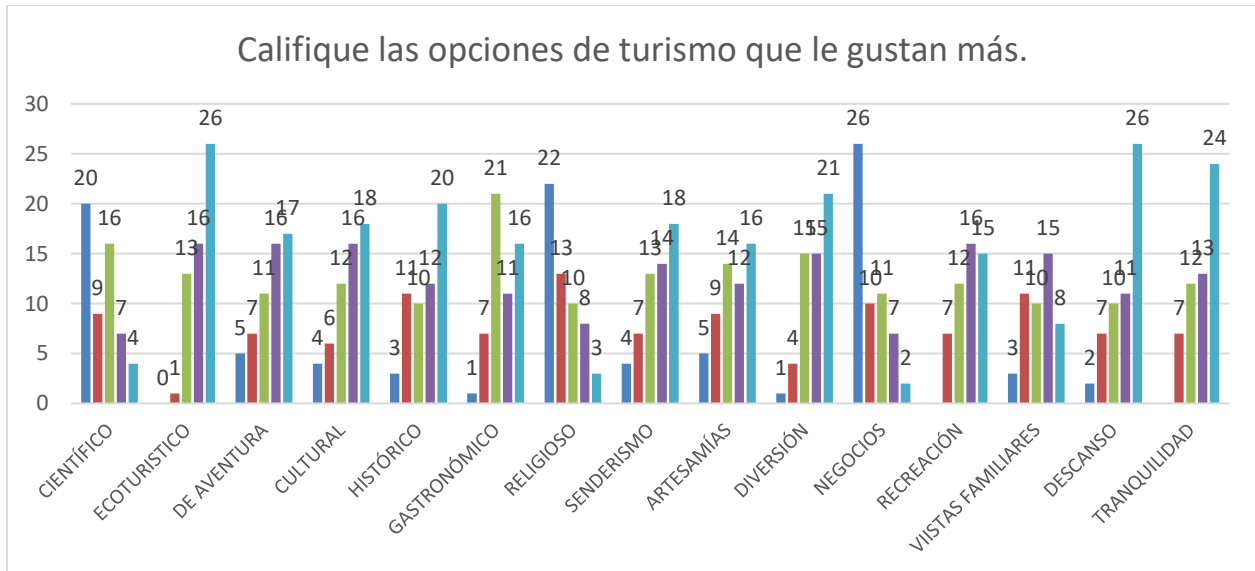
La mayoría de las personas encuestadas el 39%, aseguran que su promedio de gasto por persona en el último viaje fue entre \$100.000 pesos y \$200.000 pesos, para el 27% está en el rango entre \$300.000 a \$400.000 pesos por persona, lo que lleva a concluir que, los costos evaluados en el capítulo de **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** del presente proyecto, están dentro de los rangos aceptados para los precios ofrecidos por el Centro Ecoturístico la Meseta.

Ilustración 50. Respuestas a la pregunta - ¿Qué cantidad de dinero gasta a diario en su destino turístico?



El gasto diario para el 29% de los encuestados, fue de \$80.000 pesos, para el 23% de las personas que respondieron la encuesta, \$100.000 mil pesos diarios, y el 20% aseguran gastar \$200.000 mil pesos diarios, los promedios reflejan los comportamientos de la demanda y la oferta y se deben asumir como indicador para las estrategias de precios no solo en el centro ecoturístico, si no del comportamiento de los precios del comercio en general.

Ilustración 51. Respuestas a la pregunta – Califique las opciones de turismo que le gustan más



Las personas encuestadas descartaron el turismo religioso en un porcentaje de 39%, así como el 46% descarto el turismos por negocios, por otra parte las tendencias de preferencias de los turistas encuestados, para un 46% prefieren el turismo por descanso y con el mismo porcentaje el ecoturismo y un 36% aseguran que es importante asociarlo con buena gastronomía, por lo que se califica con un porcentaje del 38%, y con el mismo porcentaje, la diversión como variable importante del motivo del viaje.

5.1.Resultados del análisis de la competencia.

Como menciona Kotler, & Keller, (2016), la competencia son todos los oferentes rivales potenciales o sustitutos que los turistas podrían considerar para el servicio de alojamiento (p. 11).

Tabla 17. Lugares ecoturísticos en la provincia de Sugamuxi Boyacá

ECOTURISMO BOYACÁ PROVINCIA SUGAMUXI	
Sendero ecológico la Zarza	Este sendero se ubica en el municipio de Duitama – Vereda la Trinidad, el cual se encuentra a unos 15 minutos de Duitama en bus. Es un sendero que parte en un ecosistema de bosque andino bordeando una quebrada de un pequeño río, pasando por una alta cascada rocosa, para finalizar en un ecosistema de páramo.
Sendero Laguna Negra	Este sendero se ubica en el municipio de Mongua – Vereda Duce del municipio de Mongua y vereda Monguí del municipio de Monguí; se encuentra a 8 kilómetros, 45 minutos en carro y 3 horas aproximadamente caminando; donde se podrá disfrutar del paisaje del páramo de Siscunsi y Ocetá, es un recorrido lleno de frailejones y el ecosistema de paramo y subpáramo.
Páramo y laguna de Siscunsi	Las 5.942 hectáreas de páramo de Sogamoso se encuentran en la vereda de Las Cintas, Las Cañas y El Mortiñal, el hermoso páramo del Siscunsi, presentan las mejores alternativas de ecoturismo, por encontrar allí amplias zonas de frailejones, cascadas naturales, humedales y la Laguna del Siscunsi. Por ser zona de páramo y llegar hasta altitudes de 3.850 m.s.n.m. la producción y almacenamiento de agua son factores fundamentales que se deben tener en cuenta para el desarrollo de la región y del municipio.
Páramo de Ocetá	Frailejones, musgos y líquenes, entre otras plantas, adornan el paisaje del páramo, refugio natural al que se llega tras una caminata que dura de tres a cuatro horas desde Monguí. En el ascenso los viajeros pasan por la llamada ‘ciudad perdida’, un conjunto de formaciones rocosas de 15 metros de altura. También pueden ver cascadas, manantiales y animales como venados de cola blanca y cóndores. Desde allí, a 4.000 m.s.n.m., se observan las fuentes surtidoras que se escurren desde el páramo hasta la laguna.

Nota: Adaptado de sistema de información turística de Boyacá SITUR (2020).

Tabla 18. Análisis de la Competencia

Nombre	Localización	Productos y Servicios	Precios	Logística
Hostal casa colonial	Centro de Monguí	Alojamiento visitas a jardines y salón compartido	\$ 30.000	Jardines y alojamiento
Hospedaje Bella Vista	Monguí	Los alojamientos disponen de zona de cocina totalmente equipada con zona de comedor, microondas, cafetera y nevera. Este bed and breakfast dispone de terraza, jardín y un parque infantil.	\$ 60.000	zona de cocina totalmente equipada con zona de comedor, microondas, cafetera y nevera.
Hospedaje las cabañas	Monguí	El alojamiento ofrece recepción 24 horas, servicio de traslado, servicio de limpieza en seco y conexión WiFi gratuita.	\$ 85.000	Hay parking gratis en el alojamiento

El mirador el Lago	Vereda Boqueron Cuitiva	Camping y Desayuno	\$85.000 persona/Día	Capacidad para tres personas
Guatika Parque Zoológico	Municipio de Tibasosa	Zoológico hospedaje, Bañera de hidromasajes	Entrada al parque \$ 25.000, planes de visitas brazalete \$ 62.000 y platino \$ 82.000, planes con alimentación día \$ 180.000 persona.	Finca hotel, clínica
Hotel Rancho Tota.	Vereda Llano de Alarcón Cuitiva	hospedaje, vistas, restaurante, bañera de hidromasaje. \$ 120.000 por persona/ día,	\$ 120.000 por persona/ día, Incluye desayuno	habitaciones, verdes, sala
Refugio vida nativa	Vereda Gotua municipio de Cuitiva.	El establecimiento cuenta con recepción 24 horas y parque infantil. Algunos alojamientos tienen patio con vistas a la montaña. Las habitaciones cuentan con armario. Algunas habitaciones del Refugio Vida Nativa tienen vistas al jardín. El baño es compartido. También incluyen horno. El establecimiento sirve un desayuno continental o vegetariano.	\$ 90.000 persona / día, incluye desayuno.	hospedaje, internet.
The Elf Bridge Hostal	vereda Las Monjas Cuitiva	hospedaje, restaurante, parqueadero, internet, alquiler de coches.	\$ 110.000 persona/ día, incluye desayuno.	alojamientos, zonas
Tranquilandia	vereda el HATO municipio de PAIPA	hospedaje, camping, salón de reuniones.	\$ 87.000 persona/ día	parqueadero, verdes

Nota: Adaptado por el autor con información de (SITUR, 2019)

Se consolidará como una empresa de turismo rural, ubicada en el Municipio de Monguí-Boyacá, con estrategias vivenciales de tradiciones y costumbres ancestrales, permitiendo una integración del ecoturismo, turismo cultural y natural, ofertando planes a turistas nacionales e internacionales.

El Centro Ecoturístico la Meseta, oferta a los visitantes, planes turísticos innovadores a través de una fusión agro, cultura y naturaleza, con enfoque ecoturístico; en el lugar se cuenta con la posibilidad de recorrer senderos, divisar paisajes, avistamiento de aves, realizar talleres demostrativos, aprendizaje de técnicas artesanales y actividades de reforestación.

5.2.Resultados de la medición del comportamiento del consumidor.

La encuesta fue dirigida a hombres y mujeres en edades entre los 18 y los 55 años, en condiciones de economía media y con poder adquisitivo y gusto para viajar. Se hizo un énfasis en personas en capacidad de hacer senderismo y caminatas a las zonas naturales del municipio de Monguí, como la metodología fue hacia un estudio de mercado ágil, las preguntas fueron cuidadosamente seleccionadas, y que reflejen el estado actual del sector.

5.3.Metodologías de análisis de los competidores.

Una vez que la empresa ha identificado a sus principales competidores y sus estrategias, se procede hacer el análisis de valoración de los consumidores a través de la indagación de evaluación de la página web Tridvasor donde se caracterizaron variables como tamaño, historia, y gestión actual.

Tabla 19 Valoración de los consumidores de la competencia

Valoración de los consumidores con respecto a los factores clave del éxito de la competencia					
Nombre	Conocimiento del consumidor	Calidad del servicio	Servicios adicionales al hospedaje	Paquetes turísticos adicionales	Personal de Ventas
Hostal casa colonial	M	M	A	M	M
Hospedaje Bella Vista	B	M	A	M	M
Hospedaje las cabañas	B	A	A	M	M
El mirador el Lago	A	B	E	B	M
Guatika Parque Zoológico	E	E	E	M	A
Hotel Rancho Tota	E	E	M	M	A

Refugio vida nativa	B	B	B	B	A
The Elf Bridge Hostal	B	A	B	B	A
Tranquilandia	A	B	B	B	M

Nota: E = excelente, B = bueno, A = aceptable, M = malo.

Nota: Adaptado (Kotler, & Keller, 2016) y Tridvasor

5.4.Resultados del análisis de la competencia

Teniendo en cuenta los resultados de la valoración, se encontró que, para los servicios de hospedaje, el municipio no cuentan con estrategias de variables de valoración, por lo tanto, no representan amenaza para el Centro Ecoturístico la Meseta, desde el punto de vista de competencia, sin embargo, la cercanía con los municipio de alta oferta turística como Paipa, Tibasosa y Aquitania, tienen servicios de hospedaje con estrategias de servicios más cómodos para los turistas con los atributos de la demanda potencial del centro ecoturística, en el caso del Guatika, tiene estrategias de calidad del servicio, cuenta con servicios adicionales que garantizan la diversión del huésped pero no cuentan con paquetes turísticos adicionales y las estrategias de ventas solo están enfocadas a las comunicaciones por redes sociales.

En Aquitania, los hoteles con características similares del centro ecoturística las mesetas no cuentan con paquetes turísticos similares a lo que se ofrecen, adicional las ventajas competitivas del municipio de Aquitania con vista a la laguna de Tota es una estrategia que se debe considerar, pues el centro ecoturístico cuenta con paisajes naturales como el páramo de Ocetá y la historia del municipio.

Las condiciones de Paipa no son parecidas a las del centro ecoturística, sin embargo, cuenta con otros atractivos que se deben considerar para la retención de turistas en el municipio de Monguít diferentes a las de Paipa.

5.5.Resultados de la medición del comportamiento del consumidor.

El análisis del comportamiento del consumidor es el estudio de cómo los individuos, los grupos y las organizaciones eligen, compran, usan y se deshacen de bienes, servicios, ideas o experiencias para satisfacer sus necesidades y deseos (Kotler, & Keller, 2016, p. 151), para el caso del centro ecoturístico la meseta los huéspedes están motivados por factores culturales familiares, pasar un fin de semana retirados de la rutina en lugares cerca de la ciudad de origen como se ha evidenciado en las estadísticas del turismo de Boyacá, ya que dos de los factores principales del viaje al departamento están relacionados con la vista a un familiar y por la cercanía a pocas horas de viaje desde el lugar de origen, por otro lado, las tendencias culturales de encuentros con la naturaleza permiten un momento de relajación y es considerado saludable para el estrés de la vida diaria.

Entre otros están los factores sociales, como los grupos de referencia y familiares, que muestran sus experiencias vivenciales a través de las redes sociales y comentarios que surgen a través de los diferentes grupos con los que se relaciona, en este sentido los turistas suelen compartir la llegada a los páramos como muestra de su afecto por la conservación e interés del medio ambiente, los turistas del centro ecoturístico la Meseta, tiene la ventaja de compartir una vista natural que brinda tranquilidad y para otras edades compartir deportes como experiencia de rutas extremas, escaladas y rutas de alto rendimiento a los páramos.

Las tendencias de los consumidores de hospedaje, además, expresaron su interés en su mayoría por los paisajes y senderos naturales, así como la tendencia de valorar con mayor calificación el servicio de limpieza del lugar donde se van a hospedar, en el que se destaca sus características psicológicas, a pesar del gusto por la naturaleza, la tendencia es en estar en un lugar

donde puedan estar cómodos y con la garantía de la encontrarse en un lugar limpio y por último, aprender de nuevas alternativas de ecología y conservación del medio ambiente.

5.6. Cálculo de la demanda potencial, proyección de ventas y participación del mercado.

La relación normalmente inversa entre precio y demanda resulta evidente en la curva de demanda, cuanto más alto sea el precio, menor será la demanda. “En el caso de los bienes de prestigio, la curva de demanda a veces muestra una pendiente hacia arriba” (Kotler, & Keller, 2016, p. 309), para el centro ecoturístico, la Meseta mantiene una demanda elástica, es decir, los turistas son menos sensibles al precio, ya que no existen productos sustitutos o competidores con las mismas características del centro ecoturístico la Meseta, por ende, una referencia de comparación de precios, por lo tanto, los turistas estarían dispuestos a pagar entre \$75.000 y \$100.000 mil pesos según datos de la encuesta.

La proyección de ventas se hizo con base en precios accesibles y con volúmenes altos de ventas, enfocados a ofertar el hospedaje y la venta de paquetes turísticos, pues se estima que estos dos productos logren el punto de equilibrio y se apoyen con los demás servicios de almuerzo típico, zonas de camping y paquetes empresariales. Las ventas en el primer año, se espera un comportamiento con la mayor participación de ingresos de los paquetes turísticos, seguido del servicio de hospedaje.

Tabla 20 Proyección de ventas del primer año

Nombre del producto o servicio	Cantidades	Precio de venta unitario sin IVA	% De participación en el total de los ingresos esperados
Hospedaje	1.400	\$ 75.000,00	23,0%
Desayuno	1.000	\$ 9.000,00	2,0%
Almuerzo campestre típico	800	\$ 21.000,00	3,7%
Paquetes turísticos	3.500	\$ 90.000,00	69,1%
Zona de camping	300	\$ 27.000,00	1,8%
Paquete empresarial	40	\$ 42.000,00	0,4%

Nota: Adaptado por el autor con la metodología de (Reyes, 2016)

6. Estrategia y plan de introducción de mercado

Para establecer las estrategias de introducción al mercado turístico y hotelero, el Centro Ecoturístico la Meseta en Monguí Boyacá, tiene en cuenta tres objetivos principales, el primero, es definir la ventaja competitiva del centro ecoturístico, el segundo objetivo, es establecer una mezcla de comunicaciones de marketing para beneficio del Centro Ecoturístico la Meseta y el tercero, es diseñar una estrategia de Branding Emocional, con estos tres objetivos se espera introducir al mercado el centro ecoturístico a nivel Regional y Nacional, teniendo en cuenta además, que se investigaron las tendencias de los turistas en el 2019.

Para el desarrollo del primero objetivo, se vincularon las oportunidades de mercado percibidas con la ventaja competitiva del centro ecoturístico, de las cuales están, que es el primer centro ecoturístico de la provincia de Sugamuxi, en ofrecer turismo sostenible, además está ubicado en el municipio de Monguí que está desarrollando Branding de destino turístico sostenible que son características de las oportunidades externas de las cuales se puede sacar provecho y lograr un crecimiento por diversificación para incursionar en nuevos mercados.

El crecimiento por diversificación se define como, “El crecimiento por diversificación es lógico cuando existen buenas oportunidades fuera del negocio existente, esto es, si el sector es muy atractivo y la empresa tiene la mezcla correcta de fortalezas de negocio para alcanzar el éxito”. (Kotler, & Keller, 2016, p. 44). En el caso del Centro Ecoturístico la Meseta, que cuenta con la ventaja para ampliar el mercado geográfico, excelente localización, atributos naturales y el talento humano diferenciador por sus competencias en bilingüismo para atender a los turistas extranjeros.

Por otra parte, para lograr el segundo objetivo de introducción al mercado, el Centro Ecoturístico la Meseta implementa el esquema propuesto por Kotler y Keller (2016), compuesto por ocho tipos principales de comunicación como se describe a continuación.

Tabla 21 Mezcla de comunicaciones de marketing

Publicidad	Eventos y experiencias	Relaciones públicas	Marketing directo e interactivo	Marketing de boca en boca	Ventas personales
Plataformas WEB de servicios y promoción turística	Valida de Ciclo montañismo con patrocinadores	Participación de ferias regionales y en ANATO por medio de la cámara de comercio de Sogamoso	Catálogos	Grupos de WhatsApp de fomento para el cuidado del medio ambiente y participación científica	Participación en ferias, fiestas y festivales del turismo.
Comunidades de Viajeros y redes sociales	Día de Yoga al aire libre con patrocinadores	Participación activa en el grupo que desarrolla el producto ecoturístico de la provincia de Sugamuxi con la cámara de comercio y FONTUR	Marketing Digital		Programa de incentivos.
Georeferenciación y Geo localización Aplicadas a la actividad turística	Concurso a la mejor Foto con más Likes, de la estadía en el Centro Ecoturístico la Meseta	Participación en eventos de fomento para el Branding de destino del municipio de Monguá (entes públicos y privados)	Correo electrónico personalizado		Promociones con operadores turísticos
Blogs de Viajes		Alianzas estratégicas con operadores turísticos	Mensajes de Texto		
Aplicaciones de Viajes para dispositivos móviles		Alianzas con el comercio en general del municipio			

Nota: Adaptado de Kotler y Keller (2016)

La función del marketing turístico consiste precisamente en identificar los segmentos de mercado, promover el desarrollo de productos turísticos y proporcionar a los turistas potenciales información sobre los productos ofrecidos (Trigueiro, 1999). En este contexto, se observa que el marketing turístico está influenciado por el crecimiento de la demanda turística; estimulado por la complejidad social, por el crecimiento poblacional y por la búsqueda de satisfacción personal;

y su intención es promover la necesidad de salir de la rutina y trabajar el turismo como un producto volcado a atender las necesidades del mercado. (Aires & Nicolau , 2010).

6.1.Estrategias del servicio turístico del centro ecoturístico la meseta.

Teniendo en cuenta el argumento de Mantero, (2006), la referencia a la comunidad y al territorio plantea el necesario y creativo desafío de estimular el sentido de pertenencia de la comunidad y de propiciar la interconexión del territorio municipal, que trascienden a la actividad turística, sin perjuicio de la relevante incidencia que tiene respecto del devenir de dicha actividad.

La estrategia, implica posicionar el municipio de Monguú, en función de la comunidad residente y de la afluencia turística, y dar a conocer de manera inductiva el reconocimiento de los lugares y el consumo de productos típicos para fijar las expectativas en prácticas positivas y de recordación a través de la integración de actividades que lleven a descubrir nuevas experiencias para lograr satisfacción de las emociones del turista.

Después de lograr el posicionamiento del municipio, por medio de las alianzas se logrará direccionar al turista al Centro Ecoturístico la Meseta, pues este cuenta con una ubicación a la entrada del municipio que llama la atención de aquellos amantes de la arquitectura de la época colonial, contribuyendo a la autenticidad sociocultural del municipio, todo este conjunto de actividades conlleva a conservar sus activos culturales arquitectónicos y sus valores tradicionales.

La introducción de paquetes turísticos en el Centro Ecoturístico la Meseta, considera la estrategia de lograr la certificación verde, como reconocimiento que se otorga a operadores turísticos que practican pautas socioculturales, económicas y medioambientales. Los turistas pagarán más porque efectivamente están consumiendo ecoturismo. La estrategia de

diferenciación que expone Porter (2002) en el cual, un nicho de mercado específico, al percibir atributos deseados de un producto o servicio invertirá más dinero en el mismo. Así, si el ecoturismo es percibido como único por los turistas, ya que cada lugar que visite tiene características culturales, sociales y económicas y de paisaje que logran esta diferenciación. (Ospina, et al, 2013).

El mercadeo colaborativo es que los beneficios y costos se comparten para generar reducción de los aportes (Flynn y Bonilla, 1998). Promocionar un lugar de ecoturismo sólo cuesta bastante, pero si se promocionan varios sitios de ecoturismo, se benefician las diferentes partes involucradas; así, en un sector donde existen diversos sistemas de ecoturismo, se pueden promocionar como un solo recorrido para los turistas, lo cual, facilita el poder de negociación de dichos destinos ecoturísticos frente a agentes de viaje y otros operadores turísticos. Además, se empiezan a colaborar entre estos diferentes sitios ecoturísticos por los niveles de calidad y satisfacción estándar que deben poseer frente a los turistas (Gould, 1999). (Ospina, et al, 2013)

6.2.Estrategias de distribución.

Teniendo en cuenta que el proyecto ofrece servicios principales de alojamiento y paquetes turísticos, la estrategia de distribución se hará de manera directa destacando el uso de herramientas tecnológicas como el internet y APP, así como las alianzas estratégicas con plataformas de reserva de hoteles. Además, se enfatiza en la atención al cliente para aprovechar las recomendaciones por voz a voz.

6.3.Estrategias de precio.

Para fijar los precios del servicio de alojamiento y paquetes turísticos, el Centro Ecoturístico la Meseta, hizo un análisis de campo en el municipio de Monguí y analizar los

precios actuales de la competencia, asimismo, se identificaron los costos y se propone una meta para la fijación de precios; basados en (Kotler, & Keller, 2016) se determinó la maximización de la participación de mercado con la intención de aumentar las ventas con precios cómodos para la población meta, además, los servicios adicionales del centro ecoturístico favorecen la estrategia de penetración en el mercado turístico y hotelero. Por lo anterior, se fijarán los precios con base en el valor percibido en concordancia con la información que brinda en el programa de marketing, en la publicidad y en los medios de comunicación en internet.

6.4.Estrategias de comunicación y promoción.

El Centro Ecoturístico la Meseta, conduce su estrategia a la innovación y uso de tecnología y sistemas de información, para ello, se utilizaran los medios digitales para ofrecer los servicios y posicionar la marca así como para utilizar la información de los atributos de lugares de Monguí, se tendrá presencia en Twitter y Facebook, como herramientas de redes sociales, además, de uso intensivo en la base de datos de referidos conocidos del sector, de igual forma, como de las entidades del segmento objetivo, se aspira que la base de datos de la red de contactos esté alrededor de 200 a 300 profesionales de las áreas relacionadas con el objetivo de la empresa, con base en la información de un aliado estratégico de tipo académico, como es el de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, (U.P.T.C).

Una vez se tenga estructurada la página y sitio web, se pondrá como una App, (aplicación para celulares), para tener mayor acceso a los turistas, potenciales clientes, los análisis de uso de estas herramientas y promoción que se hará con la iniciativa de Google Adwords, que son plataformas para promocionar por pago el sitio y la empresa en Internet.

De las actividades claves se tiene la participación en eventos como:

- Día de Reyes. Las celebraciones en Monguí comienzan en enero con el Día de Reyes, una antigua tradición que ya cumple 200 años. Todos los años se celebra con dramas organizados por la parroquia.
- Semana Santa. Gracias al interés de un pequeño colectivo fue recuperada esta fiesta que tiene todo el sentido de la fe y de la cultura católica.
- Celebración de la Virgen. Durante el mes de mayo es la celebración de la Virgen. Todos los días por sus calles se ve la procesión acompañada de música, poesía y oraciones. Participan niños, jóvenes, adultos y abuelos. Familias de las zonas urbana y rural se congregan en la festividad.
- Corpus Christi. Se celebra en el mes de junio. Es la manifestación de adoración a Dios en la eucaristía. La expresión artística también sirve para alagarlo.
- Sagrado Corazón. Junio es el mes de esta fiesta en la que se da gracias por la paz del pueblo. Expresiones culturales y políticas se toman sus calles y sitios de encuentro.
- San Antonio. Esta fiesta es toda una tradición en la población. Cuenta con una gran actividad cultural, procesiones y misas.
- La fiesta del Tránsito. Se conmemora el 15 de agosto. Es una fiesta importante, más de fe que de cultura y turismo. Tiene novena, eucaristías, procesión y en cada fiesta se quema pólvora.
- Feria del Balón. En agosto. Monguí se viste de fiesta para sus visitantes.
- Fiesta de integración familiar. Es el 8 de septiembre. Es una gran fiesta cultural y de fe, incluye una procesión y, por supuesto, pólvora.
- Festival de danza y la mazorca: Se celebra en octubre.

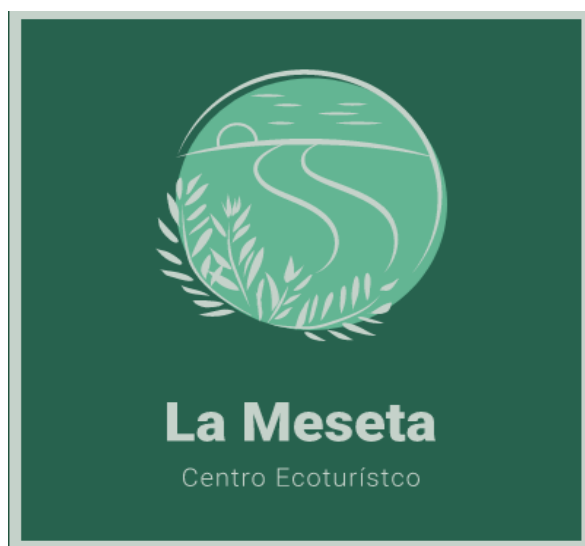
- Fiesta de los fieles difuntos. Como en el resto del país se conmemora en noviembre.
- Novena Patronal de la Virgen. Comienza a partir del 6 de diciembre. Es la conmemoración religiosa más importante de Monguí porque es la fiesta para la patrona del pueblo, de la diócesis y la patrona y reina de Boyacá. La celebración grande es el 15 de diciembre.
- Fiesta de la Inmaculada. Es el 8 de diciembre y se festeja con una procesión hacia la piedra Santana.
- Novena de Navidad. Comienza oficialmente el 16 de diciembre. Es tradicional, desde hace 13 años, que se inicie con la presentación del nacimiento. Se involucran más o menos 80 jóvenes y niños. Del 8 al 24 de diciembre es una verdadera fiesta cultural con la participación de todas las comunidades a través de comparsas en las que la población se viste con disfraces.

Asimismo, pertenecer a los grupos de desarrollo regional del sector turístico y hotelero del departamento y vinculación con el clúster de turismo que actualmente se está desarrollando con las cámaras de comercio del departamento; el municipio de Monguí, también participa en eventos con aliados estratégicos, pues la gobernación de Boyacá toma escenarios para actividades internacionales y la idea es imponer los escenarios de Monguí y que la población tenga la oportunidad de desarrollarse comercialmente también; el SENA también realiza ferias de emprendimiento donde se promoverá el municipio de Monguí como anfitrión.

El Centro Ecoturístico la Meseta, ha sido escenario de grabación de novelas y películas, como Bolívar, novela del canal nacional caracol, y como el niño de los mandados entre otras, pues su arquitectura y la naturaleza es un conjunto de espacios para visitar.

Para el posicionamiento y partiendo de una estrategia de promoción, se diseñó un logo del Centro Ecoturístico la Meseta, que trata de englobar una definición de descanso y naturaleza.

Ilustración 52 Logotipo de la empresa



Fuente: elaboración propia

Los colores del logotipo fueron seleccionados con la idea de transmitir paisajes naturales tranquilos para una estadía en confort. Este logotipo identifica al Centro Ecoturístico la Meseta y la relación con los servicios que ofrece como espacios de tranquilidad, ecoturismo y senderismo.

6.5. Estrategia de fuerza de ventas.

La estrategia de ventas está relacionada directamente con herramientas tecnológicas y redes sociales como Facebook, y LinkedIn, entre otros; asimismo, se tendrán estrategias en los servicios, como atención al cliente, diferente a grupos familiares, excursión de estudiantes, grupos de deportistas, extranjeros, y niños de colegio; en casos como la alimentación, que será debidamente planificada con base en las reservaciones de los diferentes grupos ya mencionados. En el proceso de venta, se hará un énfasis en la sostenibilidad ambiental, tanto del municipio

como del centro ecoturístico, estrategia de E- Commerce y mantener informado a los clientes con las diferentes ofertas de servicios que ofrece el centro ecoturístico.

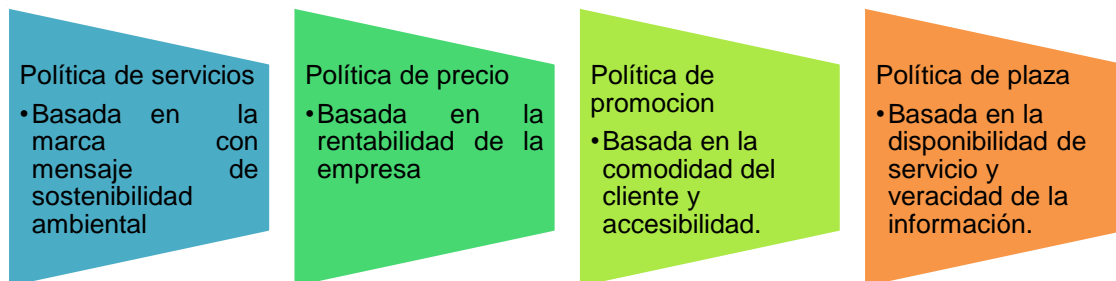
6.6.Presupuesto de la mezcla de mercadeo.

El presupuesto mezcla de mercadeo tiene por objeto encontrar niveles altos de satisfacción de los turistas con el Centro Ecoturístico la Meseta, la idea principal, es encontrar una armonía en las cuatro P's (producto, precio, plaza y promoción), un mix de actividades encaminadas a estimular la demanda turística y hotelera en el municipio de Monguí, para ello, se fundamenta el criterio mencionado en Lewis, (1969), así:

- Actividades para estimular la demanda: Publicidad, venta personal, planeación de producto y definición del precio.
- Actividades para atender la demanda: Procesamiento de pedidos
- Actividades comunes a las dos funciones: Financieras, administrativas y la investigación de mercados.

Por otra parte, es necesario crear un esquema de la mezcla de mercadeo con características propias del sector turístico y hotelero, con base en un esquema de políticas así:

Ilustración 53 Esquema de políticas del mix de mercadeo para el Centro Ecoturístico la Meseta



Fuente: elaboración propia

Tabla 22 Presupuesto Mezcla de mercadeo

AÑO	2020	2021	2022
Hosting de Pagina Web y App	\$ 5.000.000	\$ 6.750.000	\$ 9.112.500
Gastos en Promoción y Publicidad	\$ 1.200.000	\$ 1.620.000	\$ 567.000
Gastos en Suvenires	\$ 900.000	\$ 1.215.000	\$ 1.640.250
Participación en Ferias y Seminarios (2 Personas)	\$ 800.000	\$ 1.000.000	\$ 1.250.000
TOTAL	\$ 7.900.000	\$ 10.585.000	\$ 12.569.750

Fuente: elaboración propia

El presupuesto de mezcla de mercadeo es el 3% del total del capital operativo, que es razonable, pues no se ve como un gasto, pues inherente al objeto de la empresa, ya que es considerado inversión para influenciar a la demanda y aumentar los ingresos.

6.7. Aspectos técnicos del Centro Ecoturístico la Meseta

Teniendo en cuenta la política para el desarrollo del ecoturismo donde se menciona que el turismo, en cierto momento, fue considerado como el factor depredador número uno y, por tanto, el enemigo declarado de los recursos naturales. De hecho, cuando se ha practicado de manera incontrolada, desordenada y masiva se ha constituido en una amenaza para el entorno en el cual se desarrolla. El impacto del turismo de masas en el ambiente ha sido negativo y ha afectado tanto a los paisajes naturales como a los paisajes humanizados. En ambos casos, se ha alterado el estado de equilibrio óptimo. Se hace necesario, por tanto, proyectar una actividad turística respetuosa del medio, racionalmente controlada, debidamente planificada, que determine parámetros de acción para minimizar y redimir los impactos negativos. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013)

Hoy se concibe al turismo como una de esas actividades integradoras que, bien planeada, ayuda a aprovechar inteligentemente la dotación de recursos que brinda la naturaleza a los

diversos grupos humanos. Además, permitir la aplicación del concepto de sostenibilidad, es una de las herramientas más adecuadas para que tanto el residente como los visitantes se sensibilicen en el respeto y en la racional utilización de la naturaleza. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013).

De acuerdo con lo anterior, es necesario seguir un proceso esquemático y repetible, para que los procesos y procedimientos sean un esquema técnico, repetible y organizado, para la prestación de servicios de alojamiento y ecoturísticos, respetando los principios de la política y el código de ética del turismo avalada y aprobada por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, (OMT, 1999).

6.8. Objetivos producción.

Estandarizar procesos y procedimientos (Flujogramas), con la intención de adaptar a cada cliente y según sus necesidades para el mejor servicio de alojamiento ecoturístico del municipio de Monguí, incorporando innovación y sostenibilidad ambiental.

6.9. Ficha técnica del producto o servicio.

Ilustración 54 Ficha técnica del Centro Ecoturístico la Meseta

FICHA TECNICA DEL CENTRO ECOTURISTICO LA MESETA	
	Localización Kilometro 1 Via Monguí
	Método de Operación Oferta de diferentes tipos de paquetes turísticos que incluyen el alojamiento, transporte, alimentación y caminatas con guía turística. Adicionalmente contará con personal bien capacitado, lo que garantizará que el nivel del servicio sea excelente. Además están disponibles las APP para diferentes servicios como ubicación, reservas, información de los lugares y municipios aledaños entre otros.
	Distribución Cuatro habitaciones para 7 personas, dos habitaciones para dos personas cada una, y la zona de camping para 102 personas
	Alojamiento Habitaciones estándar con camas dobles, camas sencillas, servicio de WIFI, TV satelital y nevera.
	Actividades Alojamiento, Desayuno típico u otro, paquetes turísticos con empresas del municipio, senderismo dentro y fuera del centro ecoturístico,

Fuente: Elaboración propia

6.10. Descripción del proceso.

En el proceso de Alojamiento, en el Centro Ecoturístico la Meseta, se tienen tres procedimientos principales, para los procesos y los involucrados o responsables. De manera explicativa el proceso en dicha figura contempla los siguientes aspectos en el orden propuesto.

Tabla 23 Procedimiento de Reserva

PROCEDIMIENTO DE RECEPCIÓN		
INICIO DEL PROCESO	SI	NO
Recibir pedido de reserva	Llenar solicitud de reserva con los datos del cliente	
¿Hay disponibilidad en la fecha solicitada?	SI	NO
	Solicitud de reserva	
¿Cliente desea nueva fecha?	SI	NO
	Asignar nueva fecha	Despedirse del cliente
		Fin
	Ingresa la reserva al sistema	
	Esperar que se consuma la reserva	
¿Se cancela la reserva?	SI	NO
		Llenar solicitud de reserva con los datos del cliente

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24 Procedimiento de ingreso del Huésped

PROCEDIMIENTO DE INGRESO DEL HUESPED		
INICIO DEL PROCESO	SI	NO
Recibir al cliente		
¿Cliente tiene reserva?	SI	NO
	Revisar la habitación en el sistema	Revisar la disponibilidad de la habitación en el sistema

¿Si hay disponibilidad?	SI	NO
Confirmar reservación	Asigna habitación según necesidades el cliente	Informar de los hoteles con los que se tiene convenio corporativo
Dirigir al huésped a la habitación asignada	Llenar solicitud de reserva	Despedirse del Cliente
Entregar las llaves de la habitación y tiquetes del desayuno	Ingresar datos de reserva y del cliente al sistema para factura	Fin
Despedirse del huésped	Dirigir al huésped a la habitación asignada	
Comunicar que el huésped está en la habitación al grupo de trabajo	Entregar las llaves de la habitación y tiquetes del desayuno	
Fin	Despedirse del huésped	
	Comunicar que el huésped está en la habitación al grupo de trabajo	
	Fin	

Fuente: Elaboración Propia

6.11. Características de la tecnología.

El sector turístico y hotelero requiere gran cantidad de información y el uso adecuado de la tecnologías de la información, permiten un mayor volumen y control de los flujos de información entre los prestadores de servicios y los compradores de estos, en Colombia, el

ministerio de comercio, industria y turismo, facilita el acceso a bases de datos y artículos para estar informado del comportamiento del mismo, asimismo, existen herramientas tecnológicas que facilitan el acceso a información para que los prestadores de servicios turísticos tengan más información sobre sus clientes y sus operaciones, pueden incorporar servicios complementarios utilizando estratégicamente un punto de equilibrio entre la calidad y los costos de operación.

Por otra parte, el uso adecuado del Internet e implementado un plan de comunicaciones y medios, el Centro Ecoturístico la Meseta, se ha trazado la meta de aumentar sus ventas y la demanda, a través de herramientas TIC y redes sociales, como menciona Moreno, (2018), ahora bien, con las TIC, los proveedores turísticos han ampliado el público, más clientes, con información personalizada, en mayor cantidad, y agilidad permitiendo a los consumidores turistas adquirir diversos servicios a través de la web y en especial Internet han convertido a los turistas en individuos bien informados, menos interesados en el seguimiento de las multitudes más dispuestos a seguir sus preferencias (Buhalis & Law, 2008), también, se ha ampliado la participación de los clientes en el diseño de productos turísticos personalizados (Barroso & Flores, 2006).

La transmisión acelerada de datos en Internet, ha reducido el tiempo de respuesta, lo cual, influye positivamente en la satisfacción del cliente, el comportamiento de respuesta se convirtió en un factor esencial para el éxito de las empresas turísticas pequeñas y medianas, además, la satisfacción del cliente en línea tiene un impacto positivo en la lealtad tanto a servicios de la organización como a su página web (Main, 2001) y (Pechlaner, et al 2002), citados en (Buhalis & Law, 2008).

Para concluir, el Centro Ecoturístico la Meseta incorpora a su gestión, el uso de herramientas tecnológicas como el software contable administrativo en este se supervisa y permite la organización logística y las reservas, página WEB y APP, uso de bases de datos para marketing digital y el E-commerce, además, de los servicios informativos de los planes y lugares del municipio de Monguí.

6.12. Materias primas y suministros.

Las materias primas para el centro ecoturístico deben tener niveles óptimos de detalle, conservando lo rustico pero que irradien y garanticen limpieza, higiene y comodidad, pues a pesar de ser un lugar de descanso en la naturaleza la temperatura es fría y las condiciones deberán tener las herramientas necesarias para lograr confort en los clientes.

Tabla 25 Materia Primas

MATERIAS PRIMAS	
Descripción	Cantidad
Armario	3
Cama doble	4
Camarotes	4
Cajilla de Seguridad	1
Canecas de Basura	12
Duchas	2
Escritorio	1
Inodoro	2
Lavamanos	2
Lavadora	2
Mini Neveras	4
Nocheros	2
Secadora	1
Sillas	3
Sofás	1
Televisor	4
Tinas	2
Tocador	2

Botiquín de Primero auxilios	4
------------------------------	---

Fuente: Elaboración Propia

6.13. Insumos necesarios para el servicio

Los insumos necesarios y a la vez estratégicos para la prestación del servicio, se definen de acuerdo con la calidad de la prestación del servicio.

Tabla 26 Insumos

INSUMOS	
Descripción	Cantidad
Juegos de cama	24
Juegos de toallas	24
Cobijas	24
Jabones de tocador	24
Shampoo- Rinse	24
Gorros	5
Ambientadores	2
Jabón de Aseo general	2
Cera	2

Fuente: Elaboración propia

6.14. Plan de producción.

La planeación de la producción se estima con una elaborada proyección de los recursos utilizando y calculando la ruta crítica de producción, verificando sobreasignaciones o eventuales

desperdicio de recursos y actividades no necesarias. A continuación, se propone un plan de producción en 6 pasos diferentes:

Tabla 27 Plan de Producción

Logística interna o de entrada	Operaciones de servicio	Logística externa	Mercadeo y ventas	Servicios relacionados	Mantenimiento de las instalaciones.
Reservación de Habitaciones Efectiva	Servicio de Habitaciones	Registro de salida de Huésped	Promoción de los servicios del Centro ecoturístico en página WEB y APP	Implementación de Buzón y Sugerencias	Proceso de Apoyo
Recepción de los Huéspedes	Preparación de Platos en la cocina	Facturación del servicio Adecuado	Promoción a clientes con las alianzas corporativas	Análisis de satisfacción cliente.	Control de Compras de materias primas e insumos.
Asignación de Habitaciones	Coordinación según paquetes turísticos.		Administración de bases de datos y estudios de mercado.		Administración, finanzas y Recursos Humanos.
Requisito de Cliente en el Sistema	Organización de Eventos		Estrategias e Innovación para mejorar el servicio y atención al cliente.		Previsión oportuna de las temporadas.

Fuente: Elaboración Propia

El plan de producción va acompañado de una serie de protocolos de comportamiento de preparación para la atención al cliente.

6.15. Procesamiento de órdenes y control de inventarios.

Se debe garantizar la prestación del servicio de alojamiento y alimentación, por lo que es necesario establecer una buena relación con los proveedores, para ello, es necesario tener una base de datos organizada y actualizada de todos los proveedores, donde se pueda evidenciar la calificación de calidad, satisfacción, tiempo de entrega y stock.

Por otra parte, es necesario que en el centro ecoturístico la Meseta, se tengan claras las temporadas en que se tiene mayor afluencia y el tipo de actividades que se desarrollan según el tiempo, es decir tener en cuenta los identificados en el estudio de mercado así:

Tabla 28 Mercado objetivo

Mercado objetivo	Descripción
Cliente Final	Este mercado corresponde a los turistas que visitan el municipio de Monguí, para el año 2018 el número de turistas fue de 8250 personas, según datos consultados en la secretaria de Industria, comercio y turismo del municipio de Monguí.
Cientes Institucionales	68 colegios de Sogamoso y 3 de Monguí, Los colegios encuestados manifiestan en su mayoría que desarrollan dos salidas pedagógicas al año.
Cientes Empresariales	Empresas en municipios de Nobsa y Sogamoso. Según las empresas encuestadas (Sector metalmecánico y de Cemento) , cada una de ellas realiza una salida de integración al año

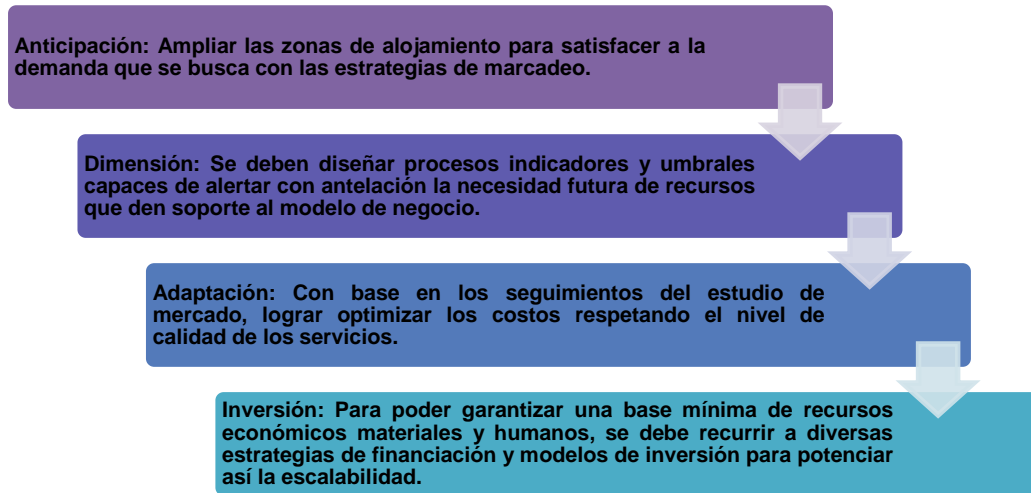
Fuente: Elaboración propia.

Con base en la información anterior, se deben establecer un pronóstico de costos para incrementar la productividad del centro ecoturístico teniendo en cuenta los posibles imprevistos; además, estará acompañado de un equipo de trabajo que será el encargado de hacer seguimiento.

6.16. Escalabilidad de operaciones.

El Centro Ecoturístico la Meseta tendrá unos pasos que buscan planear de manera organizada el crecimiento tanto de la estructura como de los ingresos, por tal motivo se empleara el siguiente esquema:

Ilustración 55 Esquema de escalabilidad.



Fuente: Elaboración propia tomado de (Eolivier, 2018)

6.17. Modelo de gestión integral del proceso productivo.

La gestión integral, tiene tres componentes, el primero es el direccionamiento estratégico, acompañado de un Plan Operativo de Trabajo (POA), que garantice la sinergia entre los responsables y las actividades planeadas. Como segundo, contar con los manuales de procedimientos, que sean auditables y verificables, y siguiendo el ciclo PHVA (planear, hacer, verificar y actuar), y como tercer componente, es la gestión del recurso humano, que es el componente más importante y en especial para una organización que presta servicios, pues este hace realidad la estrategia con sentido de pertenecía y orientación al logro. (Rodríguez, 2010)

6.18. Política de aseguramiento de la calidad y estrategia de control de calidad sobre el producto o servicio.

Considerando las dinámicas y tendencias actuales del sector turismo, es necesario generar políticas y acciones que permitan mejorar su calidad en cuanto a las condiciones en la prestación de los servicios turísticos y la gestión de los destinos. Esta variable se presenta como un elemento de suma importancia en virtud del impacto que tiene en el sector y en general en el

desarrollo económico del país, por lo tanto, representa un elemento ineludible en el momento de la fijación de la agenda de prioridades que dan origen a la política pública sectorial de turismo. (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2016)

En efecto, el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos es un factor de vital importancia para desarrollar la competitividad del sector, optimizando las ventajas comparativas y trabajando en la construcción de las ventajas competitivas que permitirán aumentar el consumo turístico en el país. Del mismo modo, la calidad, entendida como una reflexión de juicio efectuado por alguien hacia otro o en relación con cualquier cosa, es necesaria en el momento de realizar una valoración de la situación del turismo de un país respecto de los demás, pues aquellos análisis no se basan en solas consideraciones de tipo cuantitativo sino también de carácter cualitativo. (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2016)

Por lo tanto, el Centro Ecoturístico la Meseta acogerá los dos ejes temáticos mencionados en la política de calidad turística del 2016.

- El desarrollo de la gestión en los destinos turísticos debe acogerse a parámetros de calidad con un enfoque en la sostenibilidad. La política, debe otorgar las herramientas para avanzar y fortalecer los procesos de normalización y certificación turística.
- La política, tiene como propósito fomentar los procesos de difusión e implementación de las normas técnicas sectoriales y de las certificaciones de calidad turística en los prestadores de servicios turísticos.

Se tiene como objetivo principal el mejorar los niveles de calidad en la prestación de los servicios turísticos, al generar una cultura de excelencia en los servicios turísticos, como

estrategia para posicionar al municipio de Monguí como un destino diferenciado, competitivo y sostenible. (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2016)

6.19. Procesos de investigación y desarrollo

Las acciones de investigación turística sostenible y amigable con el medio ambiente para mantener la certificación técnica de turismo sostenible, se deben implementar mantener en el tiempo, en virtud de lo dispuesto en el artículo 69 de la Ley 300, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ya que se requieren estudios constantes de Innovación en los procesos turísticos que lleven al centro ecoturístico a crear una herramienta informativa y comercial para diferenciar servicios turísticos, que, comparativamente presenten un mejor desempeño, promuevan el uso y desarrollo de procesos, técnicas y tecnologías de calidad aplicables al sector turístico y promover un cambio hacia el consumo de servicios turísticos de óptima calidad.

6.20. Plan de compras.

Se ha formulado el plan de compras para el primer año, teniendo en cuenta las necesidades de ampliar la zona de alojamiento y el mejoramiento de la zona de camping, por lo tanto, se muestra el plan de compras del primer año así:

Tabla 29 Plan de compras

Necesidad	Estrategia de compra	Fecha
Construcción y Ampliación de baños	Contrato de Obra	1er Trimestre
Construcción de baños zona de camping	Contrato de Obra	1er Trimestre
Construcción de parque infantil	Contrato de Obra	1er Trimestre
Contratación para comunicaciones y hosting página WEB + APP	Contratación planes corporativos a 1 año	Enero
Compra de mobiliario	Compra Directa	Enero
Armario	Compra Directa	Julio

Cama doble	Compra Directa	Julio
Camarotes	Compra Directa	Julio
Cajilla de Seguridad	Compra Directa	Enero
Canecas de Basura	Compra Directa	Enero
Duchas	Compra Directa	Enero
Escritorio	Compra Directa	Enero
Inodoro	Compra Directa	1er Trimestre
Lavamanos	Compra Directa	1er Trimestre
Lavadora	Compra Directa	1er Trimestre
Mini Neveras	Compra Directa	1er Trimestre
Nocheros	Compra Directa	Julio
Secadora	Compra Directa	Julio
Sillas	Compra Directa	Julio
Sofás	Compra Directa	Julio
Televisor	Compra Directa	Julio
Tinas	Compra Directa	Julio
Tocador	Compra Directa	Julio
Botiquín de Primero auxilios	Compra Directa	Enero

Fuente: Elaboración Propia

6.21. Costos de producción.

Los costos de producción se basan en tres centros de costos importantes, costos de producción mercadeo y ventas, costos de producción operacional, el marketing mix y costos administrativos, costos de personal, así:

Tabla 30 Costos de Producción por Centros de Costos

Nombre del producto	cant/tiempo	costo unitario	costos totales	
Operación de servicios				
de Alojamiento	5	\$ 1.457.647	\$	7.288.235
Servicios de Cocina	1	\$ 239.700	\$	239.700
Marketing Mix	1	\$ 1.457.647	\$	1.457.647
Mercadeo y Ventas	1	\$ 1.457.647	\$	1.457.647
Administración	1	\$ 1.457.647	\$	1.457.647
Gastos de Personal	1	\$ 1.457.647	\$	1.457.647
I+D	1	\$ 300.000	\$	300.000
Total, costos mes			\$	13.658.524
Total, primer año			\$	163.902.285

Fuente: Elaboración Propia

6.22. Infraestructura.

El Centro Ecoturístico la Meseta, cuenta con 5 habitaciones, una habitación con cama doble para parejas, las cuatro habitaciones más tienen cuatro camas, tres de ellas son dobles y una sencilla y un altillo que tiene una cama semidoble.

Tabla 31 Capacidad de producción

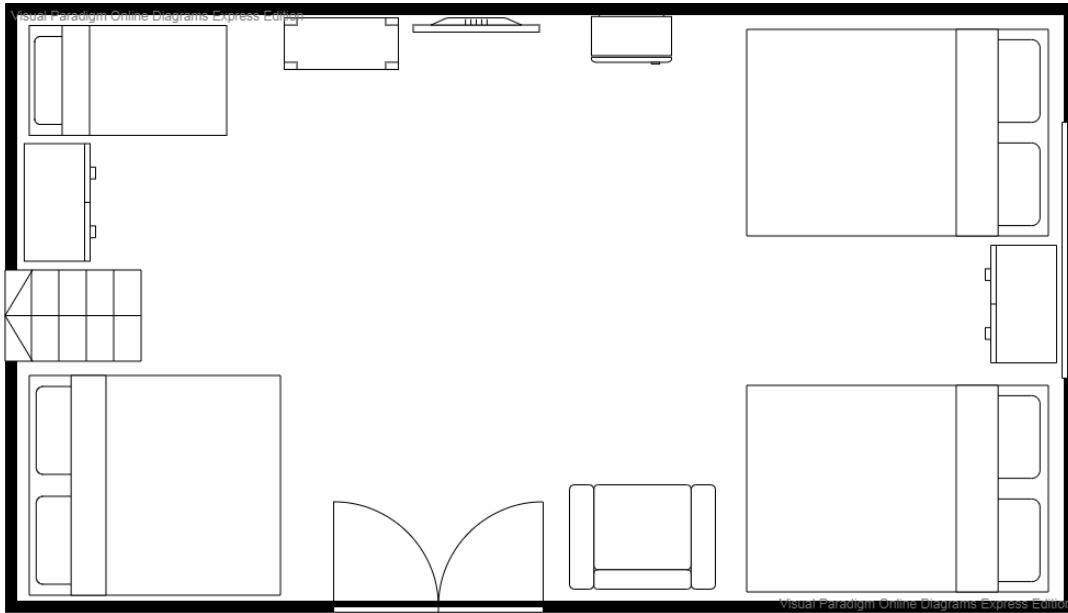
	No. DE RECURSOS	CAPACIDAD
Hab. Ecomonguí	1	7
Hab. Ecotranquilidad	1	7
Hab. Ecoamigos	1	7
Hab. Ecofamilia	1	7
Alt. Ecoprivado	1	2
Hab. Ecoduo	1	2
Zona ecocamping	34	102
TOTAL	40	134

Fuente: Elaboración Propia.

Se estima una ampliación del número de habitaciones y mejoramiento de la zona de camping de acuerdo con las metas establecidas para incrementar la demanda.

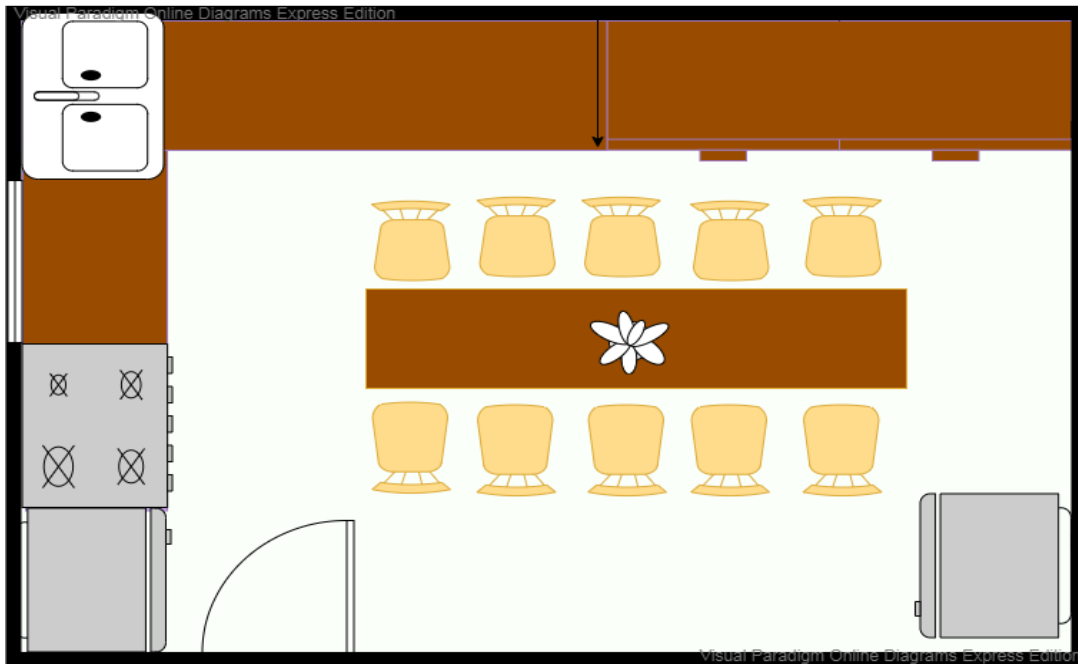
Las cuatro habitaciones tienen la misma distribución

Ilustración 56 Distribución Habitaciones



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 57 Cocina con comedor



Fuente: Elaboración Propia

6.23. Mano de obra requerida.

La mano de obra requerida relaciona las personas que forman parte del proceso de producción o de la prestación del servicio y que contribuyen a la transformación de la materia prima en servicios de alojamiento y preparación de alimentos en el Centro Ecoturístico la Meseta.

Tabla 32 Mano de obra requerida

Cargo	Departamento	No. de personas en el cargo	Perfil
Recepcionista administrador	- Administrativo	1	Administrador Turístico y Hotelero
Servicios generales	Operativo	2	Técnico
Auxiliar de cocina	Operativo	2	Técnico en cocina
Vigilancia	Operativo	1	Técnico en vigilancia

Personal staff			
Contador	Administrativo	1	Contador Público
Asesor de marketing mix	Administrativo	1	Publicista
Administrador página web	Administrativo	1	Ing. Sistemas
TOTAL		9	

Fuente: Elaboración Propia.

7. Aspectos Organizacionales

La organización, es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos por el Centro Ecoturístico la Meseta; se deben establecer los objetivos del área de acuerdo con las metas y del resto de las áreas que la conforman.

7.1. Análisis estratégico

La estrategia del Centro Ecoturístico la Meseta, es conseguir la certificación en normas técnicas sectoriales y sostenibilidad turística para cada uno de los productos y servicios; así como mantener Investigación para lograr la sostenibilidad ambiental a través de alianzas estratégicas con diferentes entidades del sector turístico y hotelero.

7.2. Misión

Ofrecer servicios de alojamiento del sector ecoturístico con opciones de programas que promuevan el desarrollo de actividades ecológicas responsables con el medio ambiente, de manera que, contribuya con el cuidado y protección del patrimonio natural y cultural del municipio de Monguí y el departamento de Boyacá.

7.3. Visión

Para el año 2023, el Centro Ecoturístico la Meseta, se habrá posicionado como el mejor centro ecoturístico de la provincia del Sugamuxi del departamento de Boyacá, tendrá reconocimiento como gestor de nuevas alternativas de turismo sostenible y de promover la protección del medio ambiente.

7.4. Análisis DOFA

Se busca identificar en el Centro Ecoturístico la Meseta las diferentes oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades en cuanto a turismo en el municipio de Monguí, por medio de un diagnóstico a través de la metodología descriptiva y exploratoria; con este análisis, saldrán las estrategias combinadas que llevarán a la nueva empresa a un enfoque definido y claro.

7.4.1. Análisis interno

Para el diagnóstico interno fue necesario conocer las fuerzas internas que intervienen para facilitar el logro de los objetivos, y sus limitaciones que impiden el alcance de las metas de una manera eficiente y efectiva. En el primer caso, se habla de las fortalezas y en el segundo de las debilidades.

7.4.2. Análisis externo

Para realizar el diagnóstico fue necesario analizar las condiciones o circunstancias ventajosas del entorno que la pueden beneficiar; identificadas como las oportunidades; así como las tendencias del contexto que en cualquier momento pueden ser perjudiciales y que constituyen las amenazas, con estos dos elementos se podrá integrar el diagnóstico externo.

Tabla 33 DOFA

		FORTALEZAS	DEBILIDADES	
INTERNAS		Riqueza y diversidad natural y cultural	Infraestructura comercial y de servicios aun por mejorar	
		Producto diferenciador	Insuficiente penetración en los canales de comercialización turística.	
		El ecoturismo representa una estrategia factible para apoyar el desarrollo regional.	Retención de turistas para hospedaje	
		Nuevas inversiones en infraestructura	Capital trabajo limitado	
		El hecho de ser nuevos en el mercado puede motivar el interés de los clientes por conocerlo.	Bajo nivel de bilingüismo.	
		Pueblos Patrimonio de Colombia	No se aplica un modelo de asociatividad. Marca que no es conocida por el nicho	
		OPORTUNIDADES	ESTRATÉGIA FO	ESTRATÉGIA DO
EXTERNAS	Mejorar las relaciones comerciales del centro con mercados nacionales e internacionales.	Crear una página web y APP que facilite la difusión internacional y que permita compartir experiencias de clientes satisfechos.	Se realizaron estrategias con entes gubernamentales para el marketing de marca el municipio, en el que se ofrecen paquetes turísticos a escenarios naturales culturales, religiosos y vivenciales. Para ello es necesario mejorar la infraestructura tanto del centro ecoturístico, como del comercio, acondicionamiento turístico intermunicipal, desarrollo de la infraestructura vial intercomunitaria, señalización de los atractivos urbanos y rurales de la zona de uso.	
	Fácil desarrollo de herramientas tecnológicas.			
	Nuevas tendencias en la demanda	Los atractivos naturales y culturales tanto del municipio de Monguú, como del centro ecoturístico definieron los protocolos de uso de alto impacto ambiental y bajo impacto ambiental, para lograr diseñar un mapa de rutas, según el perfil del turista, con base en su formación y motivo de la visita al páramo de Ocetá, Laguna Negra, y demás senderos y reservas naturales de los paquetes turísticos ofrecidos.		
	Formación de la población.			
	Mercado en apertura y expansión.			
	Fortalecer las alianzas público - privadas para el desarrollo del sector.			
Consolidarse como un destino ecoturístico sostenible y amigable con el medio ambiente.				
		AMENAZAS	ESTRATÉGIA FA	ESTRATÉGIA DA
EXTERNAS	Deficiencias en la coordinación y colaboración público privada.	Activación y apoyo constante del Clúster de Turismo del Departamento como espacio integrador de las entidades y políticas públicas y privadas en torno al turismo en la naturaleza.	Utilización de tecnología de la información para incrementar las visitas turísticas al municipio y la retención de huéspedes en el centro ecoturístico, a través de estrategias de marketing digital y el fortalecimiento de la atención al cliente por medio de organizaciones de formación como el SENA y las cámaras de comercio del departamento.	
	Actividad turística no inclusiva y sin planificación			
	Efecto negativo al enfrentar a la competencia.	Campañas publicitarias para dar a conocer el centro ecoturístico con el mensaje se protección a escenarios naturales.	Anticipar estrategias de retención de huéspedes, involucrar grupos de la provincia del Sugamuxi a través de pasadías ecoturísticos empresariales vinculados a programas de bienestar.	
	Deterioro y pérdida de algunas estructuras turísticas.			
	Explotación del turismo de manera masiva, afectando el medio ambiente y los recursos culturales.			



Alto nivel de especies en peligro o
vía de extinción.

Competidores con mejores ofertas
turísticas.

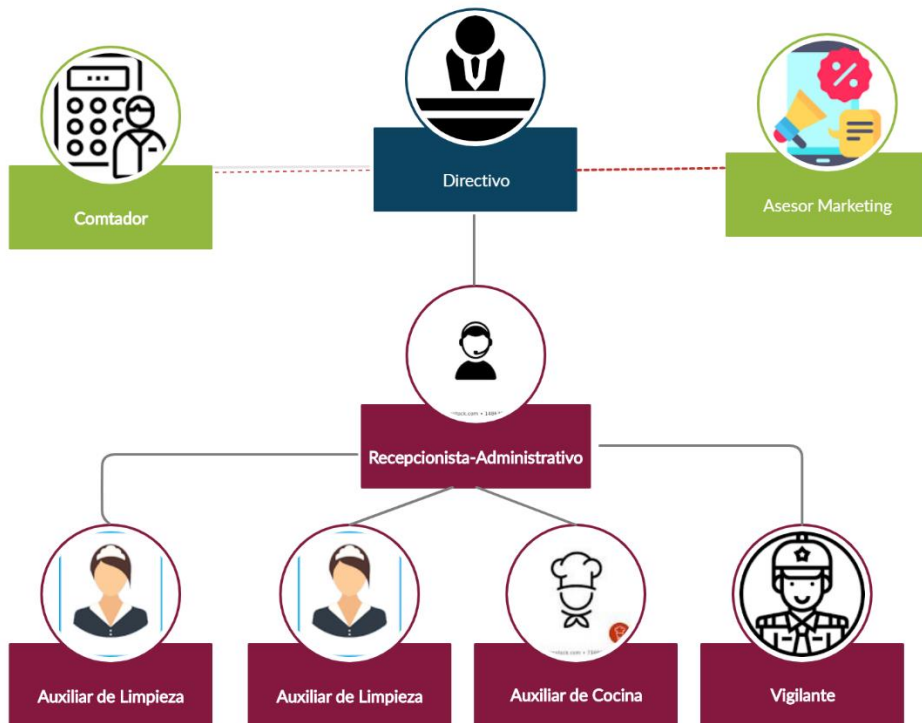
Fuente: Elaboración Propia

7.5. Estructura Organizacional

La estructura organizacional del centro ecoturístico la Meseta, es de tres niveles con personal staff, en la parte estratégica estará la dirección, en la parte administrativa la recepción y en la parte operativa estarán los auxiliares de limpieza y vigilancia, por otra parte, está el personal staff como el contador y el asesor de Marketing Mix. El personal suma 8 cargos así: director (1), recepcionista (1), auxiliares de limpieza (2), y vigilancia (2), personal staff (2); a continuación, se muestra la matriz de los procesos operativos de la estructura organizacional del Centro Ecoturístico la Meseta.

7.5.1. Organigrama

Ilustración 58 organigrama Centro Ecoturístico



Fuente: Elaboración propia.

7.5.2. Procesos operativos

Tabla 34 Procesos Operativos

ÁREA	ACTIVIDADES	PERIODICIDAD Y TIEMPO
Dirección	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar a los equipos de trabajo. • Orientar la dirección de la empresa. • Determinar y planear la proyección del centro ecoturístico • Definir y planear las metas y objetivos, determinando qué se quiere lograr, además de cómo y cuándo se conseguirá en los diferentes plazos (corto, mediano y largo). • Controlar y ampliar la ventaja competitiva del centro ecoturístico. • Vigilar y planear de forma integral las funciones de los diferentes departamentos (marketing, producción, finanzas y recursos humanos). 	Tiempo Completo
Recepcionista	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de los clientes • Check-in • Información sobre el hotel • Atención al cliente • Reservas y cancelaciones • Resolución de conflictos • Información turística • Vigilancia y accesos • Un plus para los huéspedes • Check-out y control de gastos 	Tiempo Completo
De marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un plan de trabajo. • Crear estrategias de promoción. • Diseñar estrategias de publicidad y ventas para difundir de la manera más rápida el producto. • Evaluar el mercado potencial, así como determinar su crecimiento. • Planear el sistema de distribución. • Determinar la política de precios (en conjunto con los departamentos de producción y finanzas). • Definir el mercado meta. • Interactuar con los clientes para establecer un punto de contacto con la empresa. • Planear y definir las metas de este departamento. 	Ocasional
Auxiliar de Limpieza (2)	<ul style="list-style-type: none"> • Para la preparación deberán tener conocimientos de cocina, además que estarán apoyados por las instrucciones y fórmulas de elaboración que se les proporcionarán, también contarán con las especificaciones de mantenimiento de equipo y utensilios. • Atención al cliente bajo estándares de calidad 	Tiempo Completo
De contabilidad y finanzas	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar informes financieros mensuales. • Planear inversiones y transacciones futuras con instituciones financieras, en especial, la banca comercial. • Estar actualizado sobre las nuevas leyes fiscales en México y las de cada Estado donde opere la empresa. • Hacer inventarios y notificar al Consejo Administrativo sobre el pago de impuestos. 	Ocasional

Vigilancia

- Controlar el acceso y tránsito de personas y vehículos dentro del área asignada y aplicar las medidas de seguridad respectivas.
- Controlar e inspeccionar el ingreso y salida de equipos, vehículos y elementos varios durante la jornada laboral y no laboral.
- Tomar las prevenciones y medidas necesarias, según sea el caso, para evitar riesgos de robos, incendios, inundaciones y demás.
- Atender, informar y orientar en buena forma a los usuarios en general.
- Control y apoyo en situaciones de emergencia.
- Registro, requisita e identificación de todas las personas que ingresan al Hotel, con el fin de evitar el ingreso de armas, sustancias psicotrópicas, materiales explosivos, entre otros


Tiempo Completo

Fuente: Elaboración propia

7.5.3. Muestra de Perfiles y funciones

Corresponde al manual de funciones y en este caso se maneja un perfil básico

Tabla 35 Perfil director-Manual de Funciones

MANUAL FUNCIONES	
	Código DA01
	Versión V01
	Página 1
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN:	Director
NIVEL JERARQUICO:	1 CARGO JEFE INMEDIATO: NINGUNA
DIVISIÓN	Dirección
PERSONAL A CARGO:	Recepcionista
	Contador
	Asesor de Marketing MIX
2. OBJETIVOS DEL CARGO	
	<ul style="list-style-type: none">• Planificar, dirigir, controlar, y evaluar los procesos administrativos del centro ecoturístico de acuerdo con los objetivos institucionales.• Este profesional tendrá a su cargo la administración y los negocios sociales, así como el manejo de los recursos técnicos y humanos de la entidad, celebrando o ejecutando todos los actos y contratos comprendidos dentro del objeto social o que se relacione directamente con la existencia y funcionamiento de la entidad.
3. REQUISITOS MÍNIMOS	
3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA:	

Profesional titulado en áreas jurídicas, administrativas, contables, financiera o áreas afines.

3.2 EXPERIENCIA LABORAL:

cinco años de experiencia en cargos de dirección

3.3 CONOCIMIENTOS

Requisitos legales aplicables al turismo, planeación estratégica, calidad, proyectos.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

4.1 FUNCIONES

Planear, organizar, dirigir y controlar el desarrollo del Centro Ecoturístico la Meseta

Representar Judicial y extrajudicialmente al Centro Ecoturístico la Meseta.

Dirigir los servicios administrativos; ordenar lo conducente al funcionamiento eficiente y eficaz de la misma y ejecutar los programas trazados y aprobados por la Junta Directiva

Organizar, dirigir y orientar el funcionamiento y manejo eficiente de los registros públicos encomendados a la Cámara por la ley y demás normas reglamentarias, en coordinación con el Director de Registros Públicos, Conciliación y Arbitraje y demás personal asignado a estas labores.

Dirigir y supervisar las labores de promoción y desarrollo

Lograr las metas de ventas anuales propuestas en el pan estratégico, liderar e implementar estrategias de comercialización del centro ecoturístico la meseta.

Elaborar, en coordinación con las diferentes áreas, el proyecto de presupuesto de ingresos y gastos y el correspondiente a inversiones, para someterlo a aprobación de la Junta Directiva junto con el programa anual de trabajo a desarrollar, de conformidad con su misión, a más tardar, el veinte (20) del mes de diciembre del año inmediatamente anterior.

Ordenar los gastos incluidos en el presupuesto de cada vigencia, realizar las contrataciones requeridas para el efecto y velar por el cumplimiento de la recaudación de los ingresos presupuestados.

Delegar en otros funcionarios y bajo su responsabilidad, las funciones que se le asignen

Participar en los eventos de capacitación interna y externa que la entidad u otros entes organicen

Cumplir las funciones de brigadista, cuando sea designado para tal actividad.

5. COMPETENCIAS

NIVEL

ALTO MEDIO BAJO

a Análisis

X

b Aprendizaje

c	Comunicación asertiva	x	
d	Creatividad		
h	Liderazgo	X	
i	Mejoramiento Continuo	X	
j	Negociación y conciliación	X	
k	Orientación al servicio		
l	Planificación y Organización	x	
m	Resolución de problemas	X	
n	Servicio al cliente		X
o	Sociabilidad		
p	Toma de decisiones		
q	Trabajo bajo presión		
r	Trabajo en equipo		

6. RESPONSABILIDADES

6.1 SISTEMA SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

6.2 SISTEMA GESTIÓN CALIDAD

6.3 SISTEMA GESTIÓN DOCUMENTAL

Fuente. Elaboración Propia.

7.5.4. Esquema de contratación y remuneración

Éste es un proceso simple si se toman en cuenta los detalles legales del código sustantivo del trabajo. Teniendo en cuenta las características de la identificación de los procesos operativos, 6 personas con actividades de tiempo completo y dos personas con actividades ocasionales, por lo tanto, se tendrán modalidad de contrato a término fijo a un año de 6 personas y dos contratos por prestación de servicios profesionales.

7.5.5. Factores clave de la gestión del talento humano

La remuneración se establece de acuerdo con los niveles y grados establecidos en el manual de funciones; es decir respetando el SMLV y las establecidas en el código sustantivo del trabajo. Además, se establecerá un plan de bienestar en el que se incluye el subsidio de alimentación y programas de capacitación desde la inducción y Re-Inducción; se tendrá un

cronograma de capacitación, que complemente sus competencias con relación a los servicios de turismo y alojamiento.

Tabla 36 Tabulador de Sueldos Centro Ecoturístico la Meseta

CARGO	CATEGORIA	SUELDO	AUXILIO DE TRANSPORTE	AUXILIO DE ALIMENTACIÓN	TOTAL MENSUAL
Director	1	\$2.500.000			\$ 2.500.000
Recepcionista	3	\$1.800.000			\$ 1.800.000
Auxiliar de limpieza	6	\$ 877.803	\$ 102.854	\$ 100.000	\$ 1.080.657
Auxiliar de limpieza	6	\$ 877.803	\$ 102.854	\$ 100.000	\$ 1.080.657
Auxiliar de cocina	5	\$ 877.803	\$ 102.854	\$ 100.000	\$ 1.080.657

Fuente: Elaboración propia.

7.6. Sistemas de incentivos y compensación del talento humano

Para destacar los factores que el Centro Ecoturístico la Meseta va a tener en la gestión del talento humano, el enfoque se toma de Rodríguez, (2016), donde menciona que el ambiente de trabajo es de gran importancia para el desarrollo de la empresa e involucra una serie de aspectos de gran importancia, como:

- Comunicación.
- Trabajo en equipo.
- Calidad personal y de vida de todos los miembros de la organización.

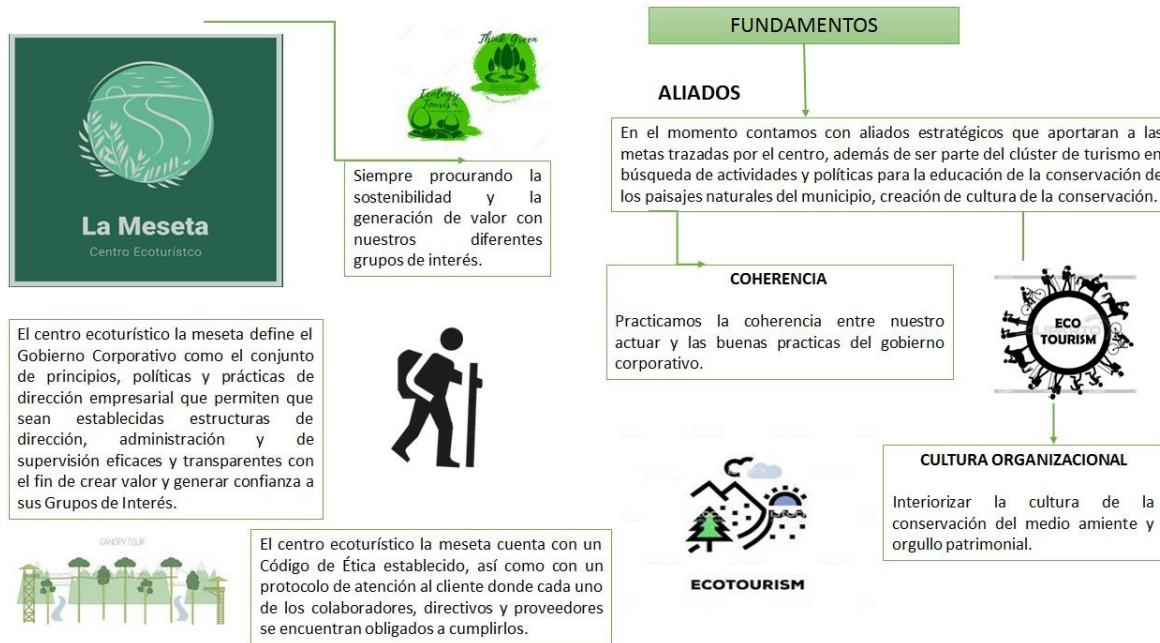
Éstos, entre otros, son elementos indispensables a considerar, para contribuir a establecer un clima organizacional adecuado, el cual repercute fuertemente sobre la productividad. El emprendedor debe prever estos puntos, al menos, para guiar sus acciones y facilitar la canalización de recursos a situaciones concretas, que permitan alcanzar un nivel de clima organizacional apropiado. (Rodríguez, 2016, p. 171).

En relación con la comunicación, es necesario establecer un sistema efectivo que facilite el intercambio de información entre el personal y evite o ayude a solucionar rápidamente cualquier conflicto interpersonal que pudiera surgir entre los miembros de la organización. Es necesario incluir en el sistema de comunicación los diversos tipos de información (formales, informales) y las variadas direcciones de esta (ascendente, descendente, horizontal). El trabajo en equipo como un aspecto crucial y relevante en el buen funcionamiento y desarrollo de la organización. Por ello, se deben conocer las etapas de desarrollo de un equipo de trabajo y propiciar su buena implementación, así como, la incorporación de los miembros. (Rodríguez, 2016).

Otro aspecto relevante en las relaciones laborales es el relativo a la calidad, pero observado desde la perspectiva del personal; esto es, en relación con la persona y su nivel de vida. En este sentido, la visión de la empresa está en considerar el desarrollo del trabajador como ser humano y, por ende, su calidad de vida, desde el punto de vista social, económico y cultural, suyos y de su familia. (Rodríguez R. , 2016).

7.7. Esquema de gobierno corporativo

Ilustración 59 Esquema de Gobierno Corporativo.



Fuente: Elaboración Propia

7.8. Aspectos legales de la constitución del Centro Ecoturístico la Meseta.

Teniendo en cuenta la Ley 1258 del 5 de diciembre de 2.008 “constitución sociedad por acciones simplificada S.A.S”, esta figura estimula el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que posee para su constitución y funcionamiento, está basada en la antigua ley de emprendimiento (1014 de 2006). El Centro Ecoturístico la Meseta, se creará mediante documento privado, lo cual ahorra a la empresa tiempo y dinero. El desarrollo de la actividad, debe ser desarrollado por medio de la constitución de una figura jurídica seria y responsable teniendo en cuenta los estatutos diseñados para la empresa.

Es una persona jurídica cuya naturaleza será siempre de carácter comercial, independiente de las actividades que se encuentren previstas en el objeto social. Es una sociedad

de capitales. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se registrará por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Puede ser constituida por una o varias personas, bien sean naturales o jurídicas, mediante contrato o acto unilateral que conste por documento privado, debidamente inscrito en el registro mercantil de la Cámara de Comercio correspondiente. (Artículo 1 y 5 de la ley 1258 de 2.008).

Tiene ventajas que favorecen el inicio de la actividad empresarial, beneficios tributarios acorde a la ley 1416/2006. Cuando se trate de sociedades por acciones simplificadas con único accionista, este aprobará todas las cuentas sociales y dejará constancia de tal aprobación en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

Es posible fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad. El proceso de constitución y reforma es más fácil y eficiente. La responsabilidad de los socios se limita a sus aportes, sin requerir la estructura de una sociedad anónima. Es posible crear diversas clases y series de acciones. Es un buen vehículo de negocios que facilita el desarrollo de inversiones extranjeras. No se requiere establecer una duración determinada para la S.A.S, además de:

- El objeto social puede ser indeterminado.
- El pago del capital puede diferirse hasta por dos años.
- Se permiten los acuerdos de accionistas sobre cualquier asunto lícito. Por regla general no se exige revisor fiscal.
- Flexibilidad para la operación y administración de las S.A.S.
- Mayor flexibilidad en la regulación de los derechos patrimoniales y políticos de los accionistas en las SAS. Se establece un mayor tiempo para enervar la causal de disolución por pérdidas.
- El trámite de liquidación de la S.A.S es más ágil.

8. Aspectos Financieros

El sistema financiero es el proceso para llevar ordenadamente las cuentas de la empresa, saber cuál es su situación y buscar opciones atractivas que le permitan ahorrar en costos y/o gastos, así, como aumentar sus expectativas de rendimiento. En general, el sistema financiero, puede ayudar a conocer quien realiza cada actividad en la empresa, donde la efectúa, que resultados se alcanzan, como se lleva a cabo, cuánto cuesta, entre otros. El objetivo final es facilitar la toma de decisiones a sus diferentes usuarios, así como mantener en forma ordenada el registro de cada operación económica realizada durante cierto periodo, por lo cual, es indispensable planear con cuidado este proceso. El área de finanzas de la empresa debe tener objetivos claros y concretos, ya que todo el manejo económico depende de ella y cualquier error se reflejará en su salud financiera. (Rodríguez, 2016)

El propósito general de cualquier iniciativa de negocio, es tener un manejo financiero eficiente y seguro, predecible y razonable, para toma de decisiones tanto de inversión como en función del plan de negocios, el aspecto financiero debe ser parte vital del manejo organizacional de una empresa, para esto se toma como base que la puesta en marcha deberá contar con recursos propios de los socios y un apalancamiento financiero bien hecho para que entidades financieras puedan viabilizar en forma de préstamos el futuro empresarial.

8.1. Política de manejo contable y financiero

Las políticas y manejo contable se desarrollarán de manera transparente y que den garantía del manejo contable y de normas de calidad y tener tranquilidad del manejo de los recursos y el manejo de contable. Con ello, se persigue, además, incrementar la efectividad y sostenibilidad del Centro Ecoturístico la Meseta, al establecer políticas y procedimientos claros y

uniformes que permitan a los usuarios de la información, la interpretación de la misma; con esto también se garantiza una herramienta para la toma de decisiones del centro ecoturístico.

Según el manual de políticas contables de las Superintendencia de Sociedades (2016), los aspectos más relevantes de las políticas y manejos financieros son:

- Debe llevarse en un aplicativo (software) contable certificado.
- Debe existir una estructura financiera y de procesos definida.
- Registro total de cualquier operación.
- Soportes físicos y documentales y de transacciones electrónicas.
- Aplicación de las normas internacionales IFRS
- Individualización de los bienes obligaciones y derechos.
- Estar actualizado de forma permanente y continua.
- Conciliación de cartera de forma trimestral.
- Las depreciaciones se aceptarán de forma lineal.
- Los libros de contabilidad estarán de manera electrónica y que sean compatibles con el Sistema de Información Financiera SIIF.
- Las políticas de intereses sobre facturas deberán incluirse solo en periodos contables cerrados.

8.2.Presupuestos económicos (simulación a cinco (5) años).

Los presupuestos económicos, son en general una estimación de las ventas y los costos de esas ventas que permitirán estimar el flujo de caja y las variaciones generales en un presupuesto.

Para ello se representa en forma de resumen los presupuestos y proyecciones a cinco (5) años.

Tabla 37 Ingresos/Ventas Primer Año.

INGRESOS/VENTAS DEL PRIMER AÑO					
PROYECCIONES					
AÑO	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas anuales	\$ 455.580.000	\$ 496.593.120	\$ 540.626.222	\$ 587.888.911	\$ 639.296.230
Costos anuales	\$ 193.812.060	\$ 212.030.433	\$ 231.969.029	\$ 253.790.819	\$ 277.674.254
Margen operativo	\$ 261.767.940	\$ 284.562.687	\$ 308.657.193	\$ 334.098.092	\$ 361.621.976

Nota: Adaptado por el autor con la metodología de (Reyes, 2016)

Se puede estimar que, el margen bruto, sin gastos operativos ni impuestos es de un 56%, pero dada la naturaleza del proyecto ecoturístico un componente importante de los gastos es la nómina y otros que hacen que el margen neto se inferior como se analizara más adelante, pero da una perspectiva de la dimensión y los alcances del servicio y el margen bruto.

8.3.Presupuesto de ventas.

Tabla 38 Presupuesto de Ventas.

NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	CANTIDADES	PRECIO DE VENTA UNITARIO SIN IVA	INGRESOS TOTALES	% POR INGRESO
Hospedaje	1.400	\$ 75.000,00	\$ 105.000.000	23%
Desayuno	1.000	\$ 9.000,00	\$ 9.000.000	2%
Almuerzo campestre típico	800	\$ 21.000,00	\$ 16.800.000	4%
Paquetes turísticos	3.500	\$ 90.000,00	\$ 315.000.000	69%
Zona de camping	300	\$ 27.000,00	\$ 8.100.000	2%
Paquete empresarial	40	\$ 42.000,00	\$ 1.680.000	0%
		TOTAL	\$ 455.580.000	100%

Nota: Adaptado por el autor con la metodología de (Reyes, 2016)

El presupuesto de ventas se expone a 5 años, con los 6 servicios que presta el Centro Ecoturístico la Meseta; para el primer año el presupuesto de ventas y el porcentaje de participación de los servicios más importantes son el de paquetes turísticos con el 69% y hospedaje con el 23%. Las ventas brutas para el primer año se presupuestan \$ 455.580.000 millones de pesos.

Para complementar el presupuesto se hace una proyección adicional con el porcentaje de crecimiento en ventas por los 5 años de 6%, 5% y 3% respectivamente así:

Tabla 39 Proyección Crecimiento de Ventas.

<i>NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO</i>	2021	2022	2023	2024
Hospedaje	6%	6%	6%	6%
Desayuno	5%	5%	5%	5%
Almuerzo campestre típico	5%	5%	5%	5%
Paquetes turísticos	6%	6%	6%	6%
Zona de camping	3%	3%	3%	3%
Paquete empresarial	3%	3%	3%	3%

Nota: Adaptado por el autor con la metodología de (Reyes, 2016)

8.4.Presupuesto de costos de comercialización.

El presupuesto de costos de comercialización se presenta en la siguiente tabla con el objeto de definir estrategias de comercialización del Centro Ecoturístico la Meseta, en el presupuesto se contemplan estrategias del marketing mix y el uso de herramientas tecnológicas y plataformas.

Tabla 40 Presupuesto de Costos de Comercialización

PRESUPUESTO COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN 5 AÑOS.					
CONCEPTO	VALOR	2021	2022	2023	2024
Página web	\$ 800.000	\$ 1.136.000	\$ 1.613.120	\$ 2.290.630	\$ 3.252.695
Portafolio servicios	\$ 250.000	\$ 355.000	\$ 504.100	\$ 715.822	\$ 1.016.467
Publicidad redes sociales	\$ 120.000	\$ 170.400	\$ 241.968	\$ 343.595	\$ 487.904
Registro mercantil	\$ 200.000	\$ 284.000	\$ 403.280	\$ 572.658	\$ 813.174
Registros, marcas y patentes	\$ 200.000	\$ 284.000	\$ 403.280	\$ 572.658	\$ 813.174
Tarjetas de presentación	\$ 50.000	\$ 71.000	\$ 100.820	\$ 143.164	\$ 203.293
Vallas publicitarias	\$ 360.000	\$ 511.200	\$ 725.904	\$ 1.030.784	\$ 1.463.713
Kit de aseo	\$ 648.000	\$ 920.160	\$ 306.627	\$ 1.855.411	\$ 2.634.683
Cons. De mercadeo, publ, ratings, des. Prod	\$ 600.000	\$ 852.000	\$ 1.209.840	\$ 1.717.973	\$ 2.439.521
Adwords google	\$ 4.000.000	\$ 680.000	\$ 8.065.600	\$ 1.453.152	\$ 16.263.476

<i>Total</i>	\$	<i>7.228.000</i>	\$	<i>0.265.781</i>	\$	<i>14.576.561</i>	\$	<i>20.697.869</i>	\$	<i>29.390.125</i>
--------------	----	------------------	----	------------------	----	-------------------	----	-------------------	----	-------------------

Nota: Elaboración Propia.

8.5.Presupuesto de costos laborales.

La nómina estimada y en coherencia con el organigrama del capítulo 6 es la siguiente, esto para el Primer año. Asimismo, para sacar los valores de la nómina se calcularon teniendo en cuenta los valores prestacionales y teniendo en cuenta el tiempo estimado a laborar por temporadas a contrato a término fijo y por Orden de prestación de servicios, con una distribución así:

Tabla 41 Tiempo Estimado de Trabajo.

CONTRATOS A TERMINO FIJO POR CARGO	TIEMPO DE CONTRATO
Director	12 MESES
Recepcionista – administrador	8 MESES
Auxiliar servicios generales	8 MESES
Auxiliar de cocina	12 MESES
	8 MESES
Auxiliar servicios generales	12 MESES
Vigilante	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 42 Tiempo de Trabajo OPS

CARGO POR MORDEN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	TIEMPO DE CONTRATO
Asesor marketing mix	8 MESES
Contador	12 MESES

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, el presupuesto por la nómina para el Centro Ecoturístico la Meseta se expone en la siguiente tabla:

Tabla 43 Costos de la Nómina.

NÓMINAS	
	VALOR AÑO 1
Administrativa:	\$ 70.852.224

Ventas:	\$	10.800.000
Producción:	\$	64.133.484
Total nóminas	\$	145.785.708
Presupuesto del marketing mix	\$	10.800.000

Fuente: Elaboración Propia

8.6.Presupuesto de costos administrativos.

Los gastos administrativos no están relacionados directamente con los servicios que presta el Centro Ecoturístico la Meseta, sin embargo, es necesario tener en cuenta que es una cifra importante para tener en cuenta a la hora de desarrollar estrategias en el presupuesto general. En la siguiente tabla se relacionan los costos administrativos del plan de negocios.

Tabla 44 Costos Administrativos.

COSTOS	VALOR	GASTOS FIJOS	VALOR
Administrativa	\$ 70.852.224	Servicios públicos	\$ 900.000
Ventas	\$ 10.800.000	Teléfono celular	\$ 360.000
Producción	\$ 64.133.484	Kit de papelería	\$ 340.000
Total, nóminas	\$ 145.785.708	Internet	\$ 912.000
Presupuesto de marketing mix	\$ 10.800.000	DIRECTV	\$ 804.000
TOTAL	\$ 145.785.708	TOTAL	\$ 3.316.000

Fuente: Elaboración propia.

8.7.Presupuesto de inversión.

La inversión inicial, propuesta, se discrimina en la siguiente tabla, donde el 56% corresponde a mejoras locativas y adaptación de zonas claves del centro ecoturístico como adecuación de baños para la zona de camping. Con el 29% está la compra de muebles necesarios para la prestación del servicio de alojamiento.

Tabla 45 Presupuesto de Inversión

INVERSIÓN	
Terrenos	\$ -
Propiedad planta y equipo	\$ 35.000.000
Muebles y enseres	\$ 18.600.000
Equipo de oficina	\$ 6.000.000
Equipo de transporte	\$ -
Franquicias	\$ -
Patentes	\$ -
Gastos de puesta en marcha	\$ 3.000.000
TOTAL, INVERSIONES	\$ 62.600.000

Fuente. Elaboración Propia, Metodología (Reyes, 2016)

8.8.Estados financieros (escenario probable)

El estado de resultados muestra el comportamiento de la rentabilidad del Centro Ecoturístico la Meseta y todas las operaciones que se realizan durante el año y proyectados a cinco años. Asimismo, se muestra la variación de tipo relativa es positiva entre cada año.

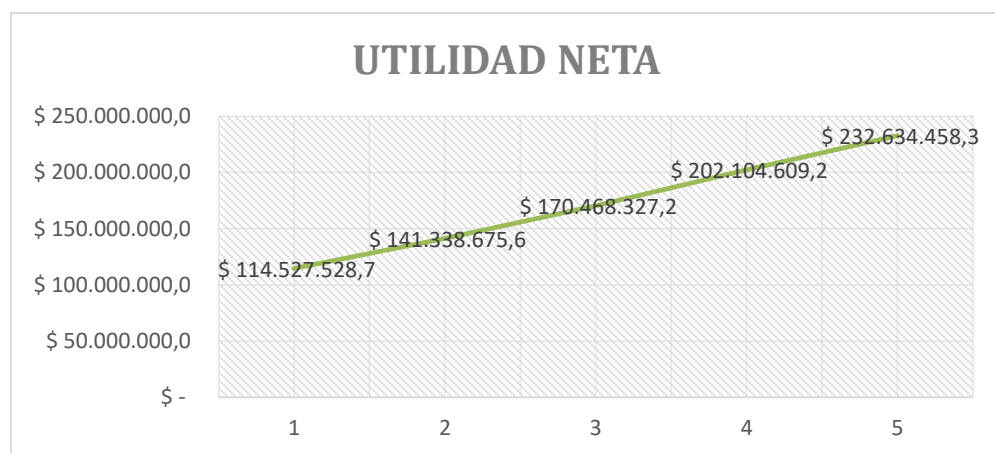
Tabla 46 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
Año	2.020	2.021	2.022	2.023	2.024
Ventas	\$ 455.580.000	\$ 496.593.120	\$ 540.626.222	\$ 587.888.911	\$ 639.296.230
Costo ventas	\$ 193.812.060	\$ 212.030.433	\$ 231.969.029	\$ 253.790.819	\$ 277.674.254
Utilidad bruta	\$ 261.767.940	\$ 284.562.687	\$ 308.657.193	\$ 334.098.092	\$ 361.621.976
Gastos adtivos y vtas	\$ 145.785.708	\$ 150.086.386	\$ 154.318.822	\$ 158.485.431	\$ 162.764.537
Otros gastos	\$ 10.800.000	\$ 11.167.200	\$ 11.546.885	\$ 11.939.479	\$ 12.345.421
Depreciación	\$ 9.020.000	\$ 9.020.000	\$ 9.020.000	\$ 9.020.000	\$ 9.020.000
Utilidad operativa	\$ 84.762.232	\$ 102.552.801	\$ 121.704.223	\$ 142.260.103	\$ 164.764.325
Gastos financieros	\$ -	\$ 6.243.376	\$ 3.994.234	\$ 1.475.195	\$ -

Gastos fijos del periodo	\$ 11.400.000	\$ 11.736.300	\$ 12.067.264	\$ 12.393.080	\$ 12.727.693
Utilidad antes de impuestos	\$ 84.762.232	\$ 96.309.425	\$ 117.709.989	\$ 140.784.908	\$ 164.764.325
Impuestos	\$ 27.123.914	\$ 30.819.016	\$ 37.667.196	\$ 45.051.170	\$ 52.724.584
Utilidad neta	\$ 57.638.318	\$ 65.490.409	\$ 80.042.792	\$ 95.733.737	\$ 112.039.741

Fuente. Elaboración Propia, Metodología (Reyes, 2016)

Ilustración 60 tendencia de la Utilidad Neta



Fuente. Elaboración Propia, Metodología (Reyes, 2016)

8.9. Flujo de caja

Tabla 47 Flujo de Caja del Centro Ecoturístico.

FLUJO DE CAJA EL PROYECTO	CENTRO ECOTURISTICO LA MESETA				
	2020	2021	2022	2023	2024
Activos Corrientes	\$ 254.428.101	\$ 256.252.445	\$ 265.681.018	\$ 274.264.908	\$ 307.264.325
Pasivos Corrientes	\$ 27.123.914	\$ 30.819.016	\$ 37.667.196	\$ 45.051.170	\$ 52.724.584
KTNO	\$ 227.304.187	\$ 225.433.429	\$ 228.013.822	\$ 229.213.737	\$ 254.539.741
Activo Fijo Neto	\$ 53.580.000	\$ 44.560.000	\$ 35.540.000	\$ 26.520.000	\$ 17.500.000
Depreciación Acumulada	\$ 9.020.000	\$ 18.040.000	\$ 27.060.000	\$ 36.080.000	\$ 45.100.000
Activo Fijo Bruto	\$ 62.600.000	\$ 62.600.000	\$ 62.600.000	\$ 62.600.000	\$ 62.600.000
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Capital Operativo Neto	\$ 280.884.187	\$ 269.993.429	\$ 263.553.822	\$ 255.733.737	\$ 272.039.741
	CENTRO ECOTURISTICO LA MESETA				

EBIT	\$ 84.762.232	\$ 102.552.801	\$ 121.704.223	\$ 142.260.103	\$ 164.764.325
Impuestos	\$ 27.123.914	\$ 32.816.896	\$ 38.945.351	\$ 45.523.233	\$ 52.724.584
NOPLAT	\$ 57.638.318	\$ 69.735.905	\$ 82.758.871	\$ 96.736.870	\$ 112.039.741
Inversión Neta	\$ 120.884.187	\$ -10.890.757	\$ -6.439.608	\$ -7.820.085	\$ 16.306.004
Flujo de Caja Libre del período	\$ 178.522.505	\$ 58.845.147	\$ 76.319.264	\$ 88.916.785	\$ 128.345.744

Fuente. Elaboración Propia, Metodología (Reyes, 2016)

El flujo de caja para los dos primeros años, será de especial atención, pero está cubierto dado que, el préstamo de apalancamiento es a 5 años, el cubrimiento de obligaciones a corto plazo debe mantenerse vigilado y que la cartera sea fluida pues el capital de trabajo es suficiente para cubrir gastos u obligaciones de más de 90 días.

8.10. Balance general

El presente balance indica que hay una fuente de financiación a largo plazo de cerca de \$ 260.000 millones, es una forma de apalancamiento y capitalización externa teniendo en cuenta que la actividad económica requiere liquidez en rubros importantes como la nómina.

Tabla 48 Balance General.

BALANCE GENERAL	CENTRO ECOTURISTICO LA MESETA				
	AÑO	2020	2021	2022	2023
Caja/bancos	\$ 254.428.101	\$ 256.252.445	\$ 265.681.018	\$ 274.264.908	\$ 307.264.325
Fijo no depreciable	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Fijo depreciable	\$ 62.600.000	\$ 62.600.000	\$ 62.600.000	\$ 62.600.000	\$ 62.600.000
Depreciación acumulada	\$ 9.020.000	\$ 18.040.000	\$ 27.060.000	\$ 36.080.000	\$ 45.100.000
Activo fijo neto	\$ 53.580.000	\$ 44.560.000	\$ 35.540.000	\$ 26.520.000	\$ 17.500.000
Total activo	\$ 308.008.101	\$ 300.812.445	\$ 301.221.018	\$ 300.784.908	\$ 324.764.325
Impuestos x pagar	\$ 27.123.914	\$ 30.819.016	\$ 37.667.196	\$ 45.051.170	\$ 52.724.584
Total pasivo corriente	\$ 27.123.914	\$ 30.819.016	\$ 37.667.196	\$ 45.051.170	\$ 52.724.584
Obligaciones financieras	\$ 63.245.869	\$ 44.503.020	\$ 23.511.030	\$ -	\$ -
Pasivo	\$ 90.369.783	\$ 75.322.036	\$ 61.178.226	\$ 45.051.170	\$ 52.724.584
Capital social	\$ 160.000.000	\$ 160.000.000	\$ 160.000.000	\$ 160.000.000	\$ 160.000.000
Utilidades del ejercicio	\$ 57.638.318	\$ 65.490.409	\$ 80.042.792	\$ 95.733.737	\$ 112.039.741
Total patrimonio	\$ 217.638.318	\$ 225.490.409	\$ 240.042.792	\$ 255.733.737	\$ 272.039.741
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PAS + PAT	\$ 308.008.101	\$ 300.812.445	\$ 301.221.018	\$ 300.784.908	\$ 324.764.325

Fuente. Elaboración Propia, Metodología (Reyes, 2016)

Del balance general del Centro Ecoturístico la Meseta, se puede reflejar para las obligaciones financieras, una proyección de deuda de tan solo tres años, por lo tanto, para el quinto año la deuda disminuye en un 60%. Asimismo, para el primer año las utilidades tendrán mayor ingreso respecto al segundo año, esto se obtiene con base en los incrementos de los pasivos corriente, que disminuyen a partir del cuarto año y por ende el quinto año refleja un incremento en la utilidad mayor, respecto a los años anteriores.

8.11. Indicadores financieros

Tabla 49 Indicadores Financieros.

PRINCIPALES INDICADORES FINANCIEROS DEL CENTRO ECOTURISTICO LA MESETA					
	2020	2021	2022	2023	2024
Total activos	308.008.101	300.812.445	301.221.018	300.784.908	324.764.325
Total pasivos	90.369.783	75.322.036	61.178.226	45.051.170	52.724.584
Inventarios	0				
Total patrimonio	217.638.318	225.490.409	240.042.792	255.733.737	272.039.741
Ventas	455.580.000	496.593.120	540.626.222	587.888.911	639.296.230
UTILIDAD NETA	\$ 57.638.318	\$ 65.490.409	\$ 80.042.792	\$ 95.733.737	\$ 112.039.741
INDICADORES					
Liquidez	3,4	4,0	4,9	6,7	6,2
Endeudamiento del activo	29%	25%	20%	15%	16%
Apalancamiento	42%	33%	25%	18%	19%
RENTABILIDAD DE LAS VENTAS(EFICIENCIA)	13%	13%	15%	16%	18%

Fuente. Elaboración Propia

Los indicadores financieros en general muestran una perspectiva sólida, para la formación del centro ecoturístico, donde los primeros 2 años y medio serán para forjar los cimientos de una

empresa sólida y sostenida, además, por tener como actividad principal el turismo, se estima tener buena liquidez con un 3,4% es decir, que por cada unidad del activo se tiene 3,4 pesos por cada peso que tiene de deuda. En general los indicadores financieros demuestran la viabilidad del proyecto.

8.11.1. Razón de liquidez

La empresa contara con suficiente liquidez, para cubrir los pasivos a corto plazo, dando margen para pagar facturas y servicios que son fundamentales para el objeto de negocio, como estrategia los primeros años debe ser suficiente para que no haya problemas de caja, al final de los 4 años disminuirá, dado que se estará amortizando el préstamo a largo plazo.

Tabla 50. Indicador de liquidez

PRINCIPALES INDICADORES FINANCIEROS DEL CENTRO ECOTURISTICO LA MESETA					
	2020	2021	2022	2023	2024
TOTAL ACTIVOS	308.008.101	300.812.445	301.221.018	300.784.908	324.764.325
TOTAL PASIVOS	90.369.783	75.322.036	61.178.226	45.051.170	52.724.584
INVENTARIOS	0				
LIQUIDEZ	3,4	4,0	4,9	6,7	6,2

Fuente. Elaboración Propia

8.11.2. Nivel de endeudamiento

El nivel de endeudamiento refleja que los porcentajes oscilan entre el 29% y 16% lo que quiere decir que es bajo y la empresa tiene el mini de riesgo, además al tercer año pagamos la mayor deuda con los acreedores.

Tabla 51 Nivel de Endeudamiento

PRINCIPALES INDICADORES FINANCIEROS DEL CENTRO ECOTURISTICO LA MESETA					
	2020	2021	2022	2023	2024
TOTAL ACTIVOS	308.008.101	300.812.445	301.221.018	300.784.908	324.764.325
TOTAL PASIVOS	90.369.783	75.322.036	61.178.226	45.051.170	52.724.584

ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO	29%	25%	20%	15%	16%
--------------------------	-----	-----	-----	-----	-----

Fuente. Elaboración Propia

8.11.3. Apalancamiento

El nivel de apalancamiento corrobora para los tres (3) primeros años aun estando endeudado el riesgo es bajo, es decir que el Centro Ecoturístico la Meseta tiene un grado bajo en el que la empresa está financiada por deuda.

Tabla 52 Apalancamiento

PRINCIPALES INDICADORES FINANCIEROS DEL CENTRO ECOTURISTICO LA MESETA					
	2020	2021	2022	2023	2024
TOTAL ACTIVOS	308.008.101	300.812.445	301.221.018	300.784.908	324.764.325
TOTAL PATRIMONIO	217.638.318	225.490.409	240.042.792	255.733.737	272.039.741
APALANCAMIENTO	42%	33%	25%	18%	19%
RENTABILIDAD DE LAS VENTAS(EFICIENCIA)	13%	13%	15%	16%	18%

Fuente. Elaboración Propia

8.11.4. Margen de ganancias brutas

Tabla 53 Margen de Guanacias Brutas

	2020	2021	2022	2023	2024
VENTAS	\$ 455.580.000	\$ 496.593.120	\$ 540.626.222	\$ 587.888.911	\$ 639.296.230
COSTOS	\$ 193.812.060	\$ 212.030.433	\$ 231.969.029	\$ 253.790.819	\$ 277.674.254
MARGEN DE GANACIAS	57%	57%	57%	57%	57%

Fuente. Elaboración Propia

La eficiencia operacional del Centro Ecoturístico la Meseta es del 57%, sin embargo, existen otros indicadores más confiables para medir la rentabilidad.

8.11.5. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio calculado se tiene que, a los 3 años, se alcanzara a nivelar los costos totales y los ingresos, a partir de ese momento se alcanzan el equilibrio financiero y estabilidad global de la empresa, con un margen de contribución de aproximadamente \$ 47.750

mil pesos M/cte. Que se obtiene con un 69% de los paquetes turísticos; también evidencia hacia donde debemos dirigir las estrategias de ventas y marketing.

Tabla 54 Punto de Equilibrio.

EVALUACIÓN FINANCIERA Y PUNTO DE EQUILIBRIO:						
INVERSIÓN AÑO 0	2020	2021	2022	2023	2024	
\$ (285.845.869)	\$ 178.522.505	\$ 58.845.147	\$ 76.319.264	\$ 88.916.785	128.345.744	
Nombre Del Producto O Servicio	Margen De Contribución Unitario	Participación % En Ventas Totales	Margen Contribución Ponderado	De Pto Referencia Servicio	Equilibrio De Pdto O	Por O
Hospedaje	\$ 50.235	23%	11578	811		
Desayuno	\$ 153	2%	3	69		
Almuerzo campestre típico	\$ 10.051	4%	371	130		
Paquetes turísticos	\$ 51.526	69%	35626	2432		
Zona de camping	\$ 8.837	2%	157	63		
Paquete empresarial	\$ 6.326	0%	23	13		
				3517		
TOTAL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PROMEDIO PONDERADO =			47.758			
PUNTO DE EQUILIBRIO = COSTOS Y GTOS FIJO/MCPP =			3.517	UNIDADES		

Fuente. Elaboración Propia, Metodología (Reyes, 2016)

Ilustración 61 punto de Equilibrio.



Fuente. Elaboración Propia, Metodología (Reyes, 2016)

8.11.6. Tasa interna de retorno y valor presente neto

Para el Centro Ecoturístico la Meseta la tasa interna de retorno equivale al 27,29% para el primer año, es decir que el proyecto cuenta con la rentabilidad y el rendimiento mínimo requerido sobre una inversión. Para el Centro Ecoturístico la Meseta la TIR de 27,29% es la tasa de interés que descuenta la serie de flujos de efectivo netos futuros para igualar en valor presente que es de \$ 9.748.112 mil pesos M/cte.

Tabla 55 TIR Y VAN

VALOR PRESENTE NETO DEL PROYECTO =	\$ 9.748.112
TASA INTERNA DE RETORNO =	27,29%

Fuente. Elaboración Propia, Metodología (Reyes, 2016)

8.12. Fuentes de financiación

Para este proyecto, la fuente de financiación será de dos vías, una el aporte inicial de los socios, y constitución legal de la empresa ante la Cámara de Comercio, en donde se estima hacer una sociedad tipo SAS, con un capital inicial de 10 millones de pesos, pero lo más importante es hacer un préstamo de alto valor estimado según el simulador financiero. Se estima que en el mercado se puede conseguir tasas del 1 % mensual, para, tener éxito en dicha labor, se pretende pignorar un de los bienes de un socio fundador como garantía, y que el préstamo sea aprobado por los \$ 63-245.869.

TASA DE INT ANUAL CRÉDITO
12,00%

Tabla 56 Cálculo del préstamo

CALCULO DEL PRÉSTAMO				
AÑOS	CUOTA A PAGAR	ABONO A CAPITAL	INTERESES	SALDO DE LA DEUDA
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 63.245.869
2020	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 63.245.869
2021	\$ -24.986.225	\$ -18.742.849	\$ 6.243.376	\$ 44.503.020
2022	\$ -24.986.225	\$ -20.991.991	\$ 3.994.234	\$ 23.511.030
2023	\$ -24.986.225	\$ -23.511.030	\$ 1.475.195	\$ -
2024	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente. Elaboración Propia, Metodología (Reyes, 2016)

Se estima que, si las tasas de interés se mantienen estables, para 2023 ya se habrá cancelado la deuda total del crédito, que se hace para la puesta en marcha del proyecto, teniendo en cuenta las nóminas de los empleados que es el rubro más alto y requiere liquidez.

8.13. Evaluación financiera

De acuerdo con el análisis financiero del Centro Ecoturístico la Meseta, es importante destacar su viabilidad en términos de rentabilidad y en liquidez, pues teniendo en cuenta los resultados de las razones financieras son positivos para la realización del proyecto.

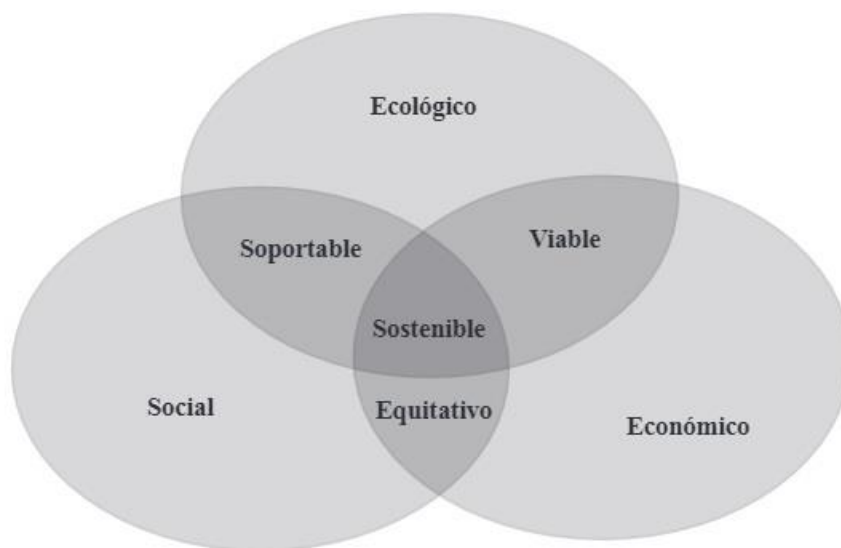
Además, con relación a las estadísticas del turismo en el municipio de Monguú, las ventas de paquetes turísticos tienden a subir, lo que quiere decir que las ventas que se proyectaron respaldan las cifras de ingresos y capacidad de pago para solventar los pasivos del mismo. Por otra parte, y teniendo en cuenta la naturaleza del proyecto, se hace necesario mantener un flujo de caja alto para el pago de nóminas y demás gastos operacionales.

Se concluye la viabilidad del proyecto, de acuerdo con el balance general y los estados de resultados obtenidos con las proyecciones a cinco años del proyecto Centro Ecoturístico la Meseta.

9. Enfoque hacia la sostenibilidad

El centro ecoturístico la Meseta, tiene un compromiso ético con la sostenibilidad, ya que busca un equilibrio económico del municipio, impactar positivamente con la población del municipio y la conservación responsable del medio ambiente que tenemos a los alrededores del centro ecoturístico la meseta. De este modo, el proyecto sustenta su modelo de sostenibilidad en el autor Cáceres, (2014).

Ilustración 62 La triple línea sostenible



Fuente: Cáceres, (2014).

Se utilizan las tres dimensiones la social, económica y ambiental; que deben ser integradas con acciones que mejoren el desempeño general y la imagen del centro ecoturístico la Meseta. La primera línea, es la dimensión social, donde se busca desarrollar una estrategia de inclusión social para el desarrollo municipal y aportes al desarrollo regional, la segunda dimensión, es la ambiental, tan importante para el proyecto como para el municipio, pues gracias a los recursos naturales que posee el municipio se puede desarrollar un paquete turístico que ofrecer a nuestros turistas; no

obstante, esta dimensión requiere una mayor profundización de acciones para salvaguardar su conservación y prevención de riesgos ambientales. La dimensión económica profundizara en la Transparencia y cumplimiento de la legislación colombiana, enfoca sus esfuerzos al cumplimiento de la ética y el buen gobierno elaborado para el presente proyecto.

9.1.Dimensión social

Esta dimensión busca un equilibrio entre la conciencia humana con relación a la conservación del medio ambiente y sus Stakeholders, pues por la naturaleza del proyecto se desea que el talento humano irradie una posición de respeto por el medio ambiente y la conservación del mismo, por otra parte, el proyecto se compromete con la inclusión laboral de los monguiseños y la vinculación para la formación turística de los comerciantes de la mano con la creación de marca Monguí a nivel nacional; además, la gestión del proceso de talento humano del centro ecoturístico la meseta representa un plan de capacitación generacional por el respeto del medio ambiente y el arraigo por su municipio.

9.2.Dimensión ambiental

Claramente el proyecto centro ecoturístico la meseta, hace explotación de los recursos naturales para su desarrollo, pero tenemos claro que el presente proyecto basa su desempeño con los principios de conservación, minimización de impactos negativos, aporte al desarrollo regional y local, participación y concertación formación, especialización, responsabilidad de los empresarios, de los promotores e impulsores; cuyo objetivo general es

Fortalecer y diversificar la actividad ecoturística, teniendo como referente esencial su desarrollo sostenible, debido al cual ésta debe propender por el uso racional de los recursos, el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores residentes en

las regiones y el permanente esfuerzo para proporcionar una oferta competitiva de servicios, en armonía con la diversidad ecológica y cultural, (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2016, p. 25.)

Así las cosas, el centro ecoturístico, empodera a sus Stakeholders a través de capacitaciones al personal que labora para el centro ecoturístico la meseta en Monguú - Boyacá, sensibiliza con el programa de capacitación de conciencia ambiental para quienes hacen a la visita del centro ecoturístico, paramo de Ocetá, Laguna Negra, Senderos ecológicos y las actividades al aire libre que se incluyeron dentro de los paquetes turísticos que se ofrecen en el centro ecoturístico, además, cuenta con un requisito firmado que se denomina compromiso con la preservación del medio ambiente y en el folleto se incluyen estrategias de conservación y de comportamiento a través de la promoción del respeto por los paisajes naturales que se visitan, como por ejemplo la protección de zonas muy húmedas y de gran fragilidad frente al tránsito de caminante y mantener en adecuadas condiciones las fuentes de agua que se encuentran a lo largo del recorrido en el páramo de Ocetá, para ello se dispone un Kiosco de descanso lejos de los frailejones y fuentes de agua.

Ilustración 63 Páramo de Ocetá.



Nota: Adaptada de (Arboleda, 2013)

Por otra parte, el centro ecoturístico como miembro del clúster de turismo de la provincia de Sugamuxi, apoya programas de capacitación y red turística para promocionar no solo el turismo si no el respeto y el amor por la naturaleza y las aves que se pueden observar como el cóndor Andino *Vultur gryphus* en el páramo de Siscunsí.

9.3. Dimensión económica

Es importante el desarrollo y el crecimiento sostenible del municipio, se constituyen a través de un flujo circulante de capital para favorecer la economía interna por medio del turismo, donde los actores tales como el comercio, gremios de artesanos (baloneros), la alcaldía municipal y demás entidades y personas, consoliden una red de relaciones de confianza, participación en la toma de decisiones para planes, programas y proyectos que fortalezcan la marca del municipio, la articulación de gremios y comercio para brindar mejor atención al cliente.

De manera que, a través de estas líneas estratégicas que maneja el clúster, se logre posicionar el centro ecoturístico la Meseta, como aliado y el mejor escenario y poder ofrecer los servicios de manera sostenible. Por último, aportar a los Objetivos de desarrollo Sostenible ODS, número 15. Vida de ecosistemas terrestres.

9.4. Dimensión de gobernanza

La gobernanza del centro ecoturístico la Meseta, después de identificar los Stakeholders a través del código de ética y buen gobierno, considera los siguientes compromisos:

- Compromiso ético con los proveedores bajo un esquema de transparencia y buen uso de los recursos financieros
- Nos comprometemos con el buen trato de nuestros colaboradores, proveedores y clientes, asimismo los comprometemos para contribuir con la conservación del medio ambiente.
- Asimismo, se implementarán políticas específicas de transparencia, contra la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes, se fundamenta en la Convención Internacional de los derechos del niño (artículo 34), en la ley de infancia y adolescencia, en las leyes colombianas de tipo penal y administrativo (ley 1329, ley 1336-resolución 3840 de diciembre de 2009), y en el código de ética mundial del turismo (artículo 2, numeral 3).

Además de la interacción ética con aliados estratégicos que contribuyen al turismo además de la educación de la conservación de los paisajes naturales del municipio; lograr la generación de valor con base en nuestros valores y objetivos estratégicos.

Conclusiones

El Departamento de Boyacá, ha sido catalogado uno de los Departamentos que evidencia un gran número de visitantes internos, lo que indica es que como destino turístico es muy apetecido, esta situación es tomada como oportunidad para la idea de negocio del Centro Ecoturístico la Meseta y tomada como opción para el diseño de estrategias de servicios turísticos integrales.

Las perspectivas de negocios son favorables para el desarrollo del ecoturismo, sin embargo requiere un mejor uso de los recursos naturales para fortalecer la identidad de los destinos de la provincia de Sugamuxi; así como el trabajo entre entidades que fomentan el desarrollo regional como la gobernación de Boyacá, instituciones académicas universitarias, alcaldías y cámaras de comercio e intentar que por medio de proyectos y actividades que fomenten la llegada de turistas tanto extranjeros como nacionales.

La demanda de hospedaje se ha incrementado en el municipio de Monguí, así como el número de oferentes prestadores de servicios turísticos, esta es una de las razones más importantes para el desarrollo del presente plan de negocios.

Como estrategias de fijación de precios, se hizo el análisis del mercado y la maximización de la participación en el mismo, con la intención de aumentar las ventas con precios cómodos para la población meta.

El mercado del beneficio personal ha estado en constante crecimiento y por ende el ecoturismo se ha convertido en una oportunidad para visitantes internos y externos.

El Centro Ecoturístico la Meseta, diseñó como estrategia de medios, el uso de las tecnologías y sistemas de información, que permitan a través de las bondades de la naturaleza del Municipio de Monguí, atraer a los visitantes y ando a conocer la geografía del municipio en escenarios globalizantes.

Los análisis estadísticos, basado en el comportamiento de la población, dan perspectivas positivas hacia el futuro del Centro Ecoturístico la Meseta en el Municipio de Monguí, especialmente por la visión que se tiene acerca del cuidado del medio ambiente, la protección de los ecosistemas y el turismo responsable.

Una de las grandes ventajas para el desarrollo del Centro Ecoturístico la Meseta en el Municipio de Monguí, es la localización del mismo, se cuenta con el lugar adecuado en cuanto a potencialidades del entorno adecuadas al desarrollo del ecoturismo, de igual forma, la oportunidad de ofrecer servicios a todos los tipos de turismo que se deseen aprovechar.

Desde el punto de vista organizacional, el Centro Ecoturístico la Meseta en el Municipio de Monguí, promueve el desarrollo socioeconómico de la Región, a través de la creación de Alianzas estratégicas que permitan la consolidación de los servicios turísticos de alta calidad.

De los riesgos en el contexto estratégico más alto que se pudieron identificar, son los de origen legal y ambiental, dada la naturaleza del centro ecoturístico, se deben cumplir varias legislaciones para prestar sus servicios.

Desde el punto de vista financiero el Centro Ecoturístico la Meseta, presenta fortalezas en términos de rentabilidad y liquidez, ya que los resultados de las razones financieras son positivos para la realización del proyecto y con relación a las estadísticas del turismo para el municipio de

Monguí las proyecciones de ventas de paquetes turísticos tienden a subir, situación ésta que respalda las cifras de ingresos y la capacidad de pago para solventar los pasivos de este.

Se concluye la viabilidad del proyecto, de acuerdo con el balance general y los estados de resultados obtenidos con las proyecciones a cinco años del proyecto Centro Ecoturístico la Meseta; se estima una rentabilidad del 57%, sin embargo, esto está sujeto a variabilidades de riesgo y fluctuaciones del mercado, en la oferta y la demanda, por otra parte, la TIR con un 27.29% indica una favorabilidad para el retorno de la inversión.

La recuperación de la inversión para la puesta en marcha del Centro Ecoturístico la Meseta en el Municipio de Monguí, se asegura para los tres años iniciales del proyecto.

Lista de referencias

- Adriana María Arroyave-Puerta, F. Á.-V. (2019). Ecoemprendimiento, sostenibilidad. *Revista Escuela de Administración de Negocios N° 87*, 12.
- Aires Barroso, G., & Nicolau Mota, K. C. (2010). Marketing turístico internacional. La Marca Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 247-267.
- Alcaldía Municipal de Monguí. (2020). *Historia y Territorio*. Obtenido de <http://www.mongui-boyaca.gov.co/tema/municipio>
- Alcaldía Municipal de Sogamoso. (2019). *Secretaría de turismo*. Obtenido de www.sogamoso.gov.co
- Álvarez, J. (14 de 07 de 2018). *Alcaldía Municipal de Monguí en Boyacá*. Obtenido de <http://www.mongui-boyaca.gov.co/noticias/mongui-recibe-certificacion-como-destino-turistico-sostenible>
- Alvarez, J. E. (14 de 07 de 2018). *Alcaldía Municipal de Monguí en Boyacá* . Obtenido de <http://www.mongui-boyaca.gov.co/noticias/mongui-recibe-certificacion-como-destino-turistico-sostenible>
- Ana Ruth Angarita Lizarazo, K. O. (2013). Analisis del Turismo en la Provincia de SUGAMUXI deparatemnto de Boyacá. *Inquietud Empresarial Vol XIII(1)*, 65-82.
- Andrade Yejas, D. A. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 59-72.
- Arboleda, U. S. (22 de Mayo de 2013). *Sergio Interactivo*. Obtenido de <https://usergioarboleda.edu.co/sergiointeractivo/uncategorized/paramos-colombia-oceta/>
- Ávila, D., Rodríguez , C., & Nat, C. (2017). Diagnóstico de competitividad del turismo en boyacá (colombia). *rev.fac.cienc.econ.*, Vol. XXV (2), 201.

- Blogguers, V. C. (4 de 05 de 2020). *ViaJa Colombia Travel Blogguers* . Obtenido de https://www.viajaporcolombia.com/sitios-turisticos/boyaca/puente-de-boyaca_217/
- boyacá, A. d. (31 de Mayo de 2016). Ordenanza 007 de 2016. *PPD. Creemos en Boyacá*. Tunja, Boyacá, Colombia: N/A.
- Boyacá, G. d. (12 de 12 de 2018). *Prensa de la Gobernación de Boyacá*. Obtenido de <http://www.boyaca.gov.co/prensa-publicaciones/noticias/29030-boyac%C3%A1-sigue-creciendo-en-indicadores-tur%C3%ADsticos>
- Cardoso, C. (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*, núm. 11, 5-21.
- Carlos Alberto Pérez-Ramírez, I. C. (julio-diciembre 2017). Diagnóstico turístico local para el ecoturismo comunitario en San Ildefonso y SOCIEDAD julio-diciembre 2017, pp. 27-49. *31 Rev. Turismo y Sociedad*, vol. xxi, pp. 27-49.
- Colombia Turismo Web. (2020). *Información*. Obtenido de Monguí: <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/BOYACA/MUNICIPIOS/MONGUI/MONGUI.htm>
- Colparques, O. (7 de 05 de 2020). *Organización Colparques*. Obtenido de <http://www.colparques.net/OCETA>
- DANE. (2020). *Planes estadísticos*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/sistema-estadistico-nacional-sen/planificacion-estadistica/planes-estadisticos#territoriales>
- DANE, D. n. (2019). Boletín Técnico, Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT) Tercer trimestre de 2019. 1.
- DIANA CRISTINA RODRÍGUEZ MORENO, P. N. (2017). DIAGNÓSTICO DE COMPETITIVIDAD DEL TURISMO EN BOYACÁ (COLOMBIA). *rev.fac.cienc.econ.*, Vol. XXV, 205.
- Días, B. 7. (30 de 10 de 2012). En Boyacá hay ofertas de turismo de diferentes tipos. *El Tiempo*, pág. 1.

- Díaz , N., Cárdenas , D., & Eljaiek, D. (s.f). Gestión sostenible en el territorio sabana centro, con una visión de equidad, paz y desarrollo humano con creación de valor compartido (C.V.C). *Red Académica Valor Compartida*.
- DINERO. (2018). Turismo podría representar 4,1% del PIB de Colombia, según BBVA. *DINERO*, 1.
- Eoliver. (8 de Julio de 2018). *Emprendedores y Negocios*. Obtenido de <https://emprendedoresynegocios.com/escalabilidad-de-un-negocio/>
- Estadística, D. A. (14 de 04 de 2019). *DANE*. Obtenido de DANE: <https://www.dane.gov.co/>
- Fontur, C. (02 de 05 de 2020). *Fontur Colombia*. Obtenido de <https://www.fontur.com.co/interactue/glosario/63>
- Francisco Orgaz Agüera, S. M. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El periplo sustentable no.31*, 2.
- Gobernación de Boyacá. (2016). *Plan de desarrollo Departamental 2016 - 2019*. Obtenido de <https://www.boyaca.gov.co/dependencia/gobernacion/planeacion-y-ejecucion/politicas-lineamientos-manuales/planes-estrategicos-politicas-lineamientos-manuales/plan-de-desarrollo-departamental/>
- Gobernación de Boyacá. (2019). *La majestuosidad de Boyacá, se conoce en su biodiversidad*. Obtenido de <https://www.boyaca.gov.co/la-majestuosidad-de-boyaca-se-conoce-en-su-biodiversidad/>
- Gobernación de Boyacá. (2019). *Secretaría de Cultura y Patrimonio*. Obtenido de <https://www.boyaca.gov.co/secretariaculturapatrimonio/>
- Hernández-Sampieri, R. F.-C.-L. (2014). *En Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Jiménez, L. (2013). *Ecoturismo: oferta y desarrollo sistémico regional* (2a ed.). Bogotá: ECOE EDITORES.

- Jose Manuel Restrepo Abondano, J. P. (2018). PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2018 – 2022 “TURISMO: EL PROPÓSITO QUE NOS UNE” . *PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2018 – 2022*, 17.
- Kotler, , P., & Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing*. Ciudad de Mexico: Pearson.
- Lewis, R. J. (1969). *Marketing functions and marketing systems: a synthesis*. Chicago: Journal of Marketing.
- Mantero, J. C. (2006). Cuestiones y estrategias de desarrollo turístico. Caso: turismo de litoral. MiramarArgentina. *Aportes y Transferencias, Vol. 10, Núm. 1*, 13.
- Marquez, P. d. (11 de 01 de 2018). *Departamento Nacional de Planeación*. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/Bases-del-Plan-Nacional-de-Desarrollo-2018-2022.aspx>
- MINCOMERCIO. (2018). *Plan sectorial de turismo 2018 – 2022 “turismo: el propósito que nos une”* . Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (24 de Junio de 2013). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo2.pdf.aspx>
- Ministerio de comercio, industria y turismo. (2016). Política De Calidad Turística. *Política De Calidad Turística*, 12.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (12 de 08 de 2019). *Colombia, Centro de Información Turística de Colombia CITUR*. Obtenido de <http://www.citur.gov.co/estadisticas/departamental>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (15 de Febrero de 2019). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/el-turismo-obtuvo-resultados-historicos-en-2018>

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Oficina de Estudios Económicos - Perfiles Económicos Departamentales*. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- monguí, A. d. (15 de 05 de 2019). *Alcaldía del municipio de monguí*. Obtenido de <http://www.mongui-boyaca.gov.co/>
- Moreno, D. C. (2018). TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA EL TURISMO INCLUSIVO. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, vol. XXVI, 125-146.
- OCDE, O. P. (2011). Guía - Herramientas para la Evaluación de la Competencia VERSIÓN III. *ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONOMICO*, 20.
- Organización Mundial del Turismo. (2002). *Ecoturismo y áreas protegidas*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas>
- Ospina Díaz, M. R., Mora, R., & Romero Infante, J. A. (2013). Ecoturismo: diagnóstico y propuesta estratégica para la oferta de destinos ecoturísticos en Colombia por parte. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, vol. IX, núm. 17, 17.
- Perez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana* 28(3), 507-513, 2010 *Agronomía Colombiana* 28(3), 507-513, 2010, 512.
- PHILIP KOTLER, K. L. (2016). *DIRECCIÓN DE MARKETING*. Ciudad de Mexico: Pearson .
- Planeación, D. N. (05 de Mayo de 2019). *Deparatemnto Ncional de Planeación* . Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/Pilares-del-PND/Emprendimiento/Turismo-el-proposito-que-nos-une.aspx>
- Pololikashvili, Z. (2019). *Panorama del Turismo Internacional* . Organización Mundial del Turismo.
- Reyes, M. N. (2016). Modelo de Analisis financiero. Bogotá.

- Roberto Hernández Sampieri, C. F. (2010). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. Mexico: The McGraw-Hill Companies.
- Rodríguez, C. A. (06 de 06 de 2016). *Gobernación de Boyacá*. Obtenido de <http://www.boyaca.gov.co/images/planes/plan-de-desarrollo/pdd-creemos-en-boyaca.pdf>
- RODRÍGUEZ, H. (03 de 19 de 2009). Puntalarga, con el encanto de Boyacá. *EL TIEMPO*, pág. 2.
- Rodríguez, R. A. (2016). *El Emprendedor de Éxito*. Mexico: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Salamanca, G. R. (02 de 01 de 2019). *EJE 21*. Obtenido de EJE 21: <https://www.eje21.com.co/2019/01/en-la-ruta-libertadora-una-rodadita-por-boyaca/>
- Sánchez, A. B. (2015). El desarrollo sostenible en empresas colombianas: Un estudio con base en la promoción y protección de los derechos humanos. *Comunicación, Cultura y Política Revista de Ciencias Sociales*.
- SITUR, S. d. (12 de 05 de 2019). *Sistema de Información Turística de Boyacá - SITUR*. Obtenido de <https://www.situr.boyaca.gov.co/boyaca-es-para-vivirla/>
- Such , M., & Zapata, S. (2009). Turismo y crecimiento económico: Un análisis empírico de Colombia. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 18.
- Tellez, V. M. (13 de ene de 2020). *Geografía Cultural de Boyacá*. Obtenido de http://www.boyacacultural.com/index.php?option=com_content&view=article&id=845&Itemid=33
- Turismo, I. D.–O. (2018). *Encuesta de viajeros de Bogotá*. Bogotá: Instituto Distrital de Turismo.
- UNWTN. (2019). *El turismo mundial sigue creciendo a buen ritmo*. Obtenido de Llegadas internacionales de turistas en 2018: <https://www.aprendedeturismo.org/el-turismo-mundial-sigue-creciendo-a-buen-ritmo/>

Anexo A: Modelo de encuesta



ENCUESTA TRABAJO DE GRADO

Encuesta para conocer los motivos de visita y el perfil de consumo de los turistas que visitan el municipio de Monguí Boyacá

Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación de trabajo de grado, para optar por el título de Magister en Administración de Empresas MBA de la universidad EAN.

La investigación responde a la modalidad de Plan de Negocios de un Centro Ecoturístico en el Municipio de Monguí en el departamento de Boyacá.

Favor diligenciar el cuestionario en su totalidad con la mayor sinceridad posible

Lugar de Procedencia:

Texto de respuesta corta

- +
- 📄
- Tr
- 📷
- ▶
- ☰

Genero

- Mujer
- Hombre
- Otro

En que rango de edad se encuentra usted

- De 18 a 25 Años
- 26 a 35 años
- 36 a 45 años
- 46 a 55
- 56 o mas

Nivel de escolaridad

- Básica
- Técnica
- Profesional
- Especialización
- Maestría
- Doctorado
- Post-Doctorado

¿Trabaja actualmente?

- SI
- NO

Donde usted trabajo se desempeña como:

- Gerencial
- Coordinación
- Administrativo
- Docencia
- Operativo

¿Con cuántas personas viaja normalmente?

- 1 Persona
- 2 Personas
- 3 Persona
- 4 o más

¿Con que frecuencia Viaja?

- Una vez al año
- Dos veces al año
- Tres veces o mas

¿En qué temporada desea realizar turismo en el departamento de Boyacá?

- Enero – Marzo
- Abril – Junio
- Julio – Septiembre
- Octubre – Diciembre

Monguí Boyacá, está ubicado en la provincia de Sugamuxi del departamento de Boyacá y está situado a unos 97 km de la ciudad de Tunja, capital del departamento. Nombrado como destino turístico sostenible del país y hace parte de la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia, sus principales atractivos, como la basílica y el claustro de nuestra señora de Monguí, Páramo de Ocetá, la laguna negra entre otros. ¿Conoce el municipio de Monguí?

- SI
- NO

En la escala de 1 a 5 , siendo 1 el número de menor puntaje y 5 el mayor, Califique cuales fueron los factores que influyen para venir al Municipio de Mongui,

	1	2	3	4	5
Conocimiento p...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cercanía al luga...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibilidad ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paisajes y send...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ecoturismo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interés por con...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ferias y fiestas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Cómo supo de Mongui? (Puede marcar más de una opción)

- Por publicidad
- Internet
- Amistades
- Agencias de viajes
- Voz a Voz

En la escala de 1 a 5, siendo 1 el número de menor puntaje y 5 el mayor, Califique qué tipo de alojamiento prefiere durante su estancia en los lugares donde viaja.

	1	2	3	4	5
Hotel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hostal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Centros ecoturi...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gamplig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Camping	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Casa de familia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fincas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Casa o departa...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Casa o departa...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Califique de 1 a 5, las siguientes opciones, siendo 1 el número de menor puntaje y 5 mayor puntaje, Qué valora más de un lugar al hospedarse

	1	2	3	4	5
Tamaño de la H...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servicio de Res...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servicios de lim...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parqueadero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zona de Campi...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vista de Paisaje...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eventos cultural...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eventos Deporti...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tours históricos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taller de artesa...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rutas navideñas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visita a paramos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yoga al aire libre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

El centro ecoturístico la Meseta, es un espacio para alojarse y vivir experiencias con la naturaleza, es un espacio de tranquilidad, donde se ofrecen alternativas de diferentes actividades que ofrece el municipio de Monguí, como visita a paramos, Ciclomontañismo, Día del granjero entre otras actividades culturales. ¿Le gustaría hospedarse en el centro ecoturístico la Meseta en Monguí Boyacá?

- SI
- NO

¿Que valores estaría dispuesto a pagar por alojarse una noche y un desayuno típico en un Centro Ecoturístico en el municipio de Monguí en Boyacá?

- \$75.000
- \$85.000
- \$95.000
- \$100.000
- \$120.000

¿Requiere la asistencia de un guía turístico responsable de la recepción, asistencia, conducción, información y animación durante su viaje?

- SI
- NO

...

¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por un Guía Turístico?, Incluye seguro, refrigerio, elementos de protección personal dependiendo la necesidad y la Guía con una tutoría del protocolo de vista a paramos y conservación del medio ambiente.

- \$80.000
- \$100.000
- \$120.000
- \$130.000
- \$140.000

¿ Cual fue su gasto promedio del ultimo viaje realizado por persona? Seleccione un rango.

- Entre 100.000 y 200.000 Mil Pesos Colombianos
- Entre 300.000 y 400.000 Mil Pesos Colombianos
- Entre 500.000 y 600.000 Mil Pesos Colombianos
- Entre 700.000 y 800.000 Mil Pesos Colombianos
- Entre 900.000 y 1.000.000 Mil Pesos Colombianos

¿Qué cantidad de dinero gasta diario en el destino turístico?

- \$80.000
- \$100.000
- \$120.000
- \$150.000
- \$200.000 o más

En la escala de 1 a 5, siendo 1 el número de menor puntaje y 5 el mayor, Califique las opciones de turismo que le gustan más.

	1	2	3	4	5
Científico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ecoturismo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De Aventura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cultural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Histórico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gastronómico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Religioso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Senderismo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artesanías	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diversión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Negocios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recreación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vistas Familiares	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Descanso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

En la escala de 1 a 5 , siendo 1 el número de menor puntaje y 5 el mayor, Califique las actividades que le gustaría realizar.

	1	2	3	4	5
Bicicleta paseo...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rutas a Caballo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Senderismo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Escalada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avistamiento d...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Excursión arqu...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Granja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taller de Artesa...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vista a paramos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recorrido Histó...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anexo B: Fichas técnicas del trabajo de campo

FICHA TECNICA INVESTIGACION DE MERCADOS 2 - COLEGIOS	
Objetivo	Esta encuesta tiene como fin recolectar información para identificar los intereses y frecuencia con que los colegios del municipio de Sogamoso realizan salidas pedagógicas.
Naturaleza de la investigación	Investigación cuantitativa, utilizando Encuestas como herramienta metodológica.
Universo poblacional	68 colegios, 63 de Sogamoso y tres en municipios cercanos.
Población objeto de estudio	Instituciones educativas del municipio de Sogamoso.
Técnica utilizada	Entrevista con Directivos de los colegios con énfasis ambiental
Muestreo	Aleatorio Simple
Unidad de Muestreo	Directivos
Muestra	22 Colegios
Trabajo de campo	Entrevista realizada en reunión con el grupo de trabajo de la Cámara de comercio de Sogamoso - 24 Junio 2019

Nota: elaboración

FICHA TECNICA INVESTIGACION DE MERCADOS 2 - COLEGIOS	
Objetivo	Esta encuesta tiene como fin recolectar información para identificar las tendencias y preferencias de los eventos planeados en el programa de bienestar social anual
Naturaleza de la investigación	Investigación cuantitativa, utilizando Encuestas como herramienta metodológica.
Universo poblacional	13 empresas del sector del sector metalmecánico y cemento
Población objeto de estudio	Empresas del sector metalmecánico y cemento
Técnica utilizada	Encuesta realizada a representantes de las empresas de cargos de coordinación y directivos.
Muestreo	Aleatorio simple
Unidad de Muestreo	Gerentes
Muestra	8 empresas 4 de cemento y 4 del sector metalmecánico de Sogamoso
Trabajo de campo	Reunión de Boyacá Simienta - Cámara de comercio de Sogamoso

Nota: elaboración propia