

RECREATUR SAS

**FRANCY MILENA PARRA ANDRADE
ADRIANA MARCELA VALENCIA CARDONA
OSCAR OSWALDO VALENCIA PERALTA**

**UNIVERSIDAD EAN
ESPECIALIZACION EN NEGOCIOS Y FINANZAS INTERNACIONALES
NEIVA
2010**

RECREATUR S.A.S.

**FRANCY MILENA PARRA ANDRADE
ADRIANA MARCELA VALENCIA CARDONA
OSCAR OSWALDO VALENCIA PERALTA**

**ASESOR:
ALFONSO MANRIQUE MEDINA
Magister en Dirección Universitaria**

**UNIVERSIDAD EAN
ESPECIALIZACION EN NEGOCIOS Y FINANZAS INTERNACIONALES
NEIVA
2010**

DEDICATORIA

**A nuestros padres
Con todo amor,
Familiares y profesores
Que nos apoyaron.**

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan sus agradecimientos a:

Al Centro Empresarial Agroindustrial y Turístico SENA, del municipio de la Plata Huila, quienes nos apoyaron y dirigieron el presente proyecto.

Al Ingeniero ALFONSO MANRRIQUE MEDINA, quien nos realizo el acompañamiento y asesoría en el presente proyecto.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION.....	12
2. OBJETIVOS	15
2.1 GENERALES.....	15
2.2 ESPECIFICOS.....	15
3. JUSTIFICACION Y ANTECEDENTES DEL PROYECTO	17
4. ANTECEDENTES	19
5. ANALISIS DEL SECTOR	21
5.1 TURISMO EN EL MUNDO.....	21
5.2 EL TURISMO EN COLOMBIA	22
5.3 TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA.....	25
6. ANALISIS DEL MERCADO.....	28
6.1 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA:.....	31
6.2 VENTAJAS COMPETITIVAS DE LOS PRODUCTOS RECREATUR SAS:.....	32
7. ANALISIS DE LA COMPETENCIA.....	33
7.1 COMPETENCIA A NIVEL NACIONAL.....	33
8. ANALISIS FINANCIERO	37
8.1 PROYECCIONES	37

8.2	BASES FINANCIERAS	41
8.3	BALANCE GENERAL	42
8.4	PERDIDAS Y GANANCIAS – ESTADO DE RESULTADOS	44
8.5	FLUJO DE CAJA	45
8.6	SALIDAS.....	47
9.	ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	49
9.1	CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO	49
10.	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION	52
10.1	ESTRATEGIAS DE PRECIO	52
10.2	ESTRATEGIAS DE PROMOCION	53
10.3	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	55
10.4	ESTRATEGIAS DE SERVICIO.....	56
11.	PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADEO.....	57
12.	PROYECCIONES DE VENTA	58
12.1	JUSTIFICACION DE PROYECCIONES DE VENTAS.....	58
12.2	POLITICA DE CARTERA.....	59
13.	OPERACIÓN.....	60
13.1	FICHA TECNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO	60
14.	ESTADO DE DESARROLLO	61
14.1	DESCRIPCION DEL PROCESO	61

15.	COSTOS DE PRODUCCION.....	66
16.	INFRAESTRUCTURA.....	69
17.	MATRIZDOFA.....	68
18.	ORGANISMOS DE APOYO.....	73
19.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	74
20.	ASPECTOS LEGALES	76
20.1	CONSTITUCION EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES	76
21.	COSTOS ADMINISTRATIVOS	78
21.1	GASTOS DE PERSONAL.....	78
21.2	GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACION	78
22.	FINANZAS	79
22.1	INGRESOS	79
22.2	MODELO FINANCIERO	80
22.2	CAPITAL DE TRABAJO.....	81
23.	PLAN OPERATIVO.....	82
24.	METAS SOCIALES.....	83
24.1	PLAN NACIONAL DE DESARROLLO.....	83
24.2	PLAN REGIONAL DE DESARROLLO.....	83

25.	IMPACTO.....	85
25.1	IMPACTO ECONOMICO	85
25.2	IMPACTO SOCIAL	86
25.3	IMPACTO AMBIENTAL	86
26.	RESUMEN EJECUTIVO	87
26.1	CONCEPTO DEL NEGOCIO.....	87
26.2	POTENCIAL DEL MERCADO EN CIFRAS	88
26.3	VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR	89
27.	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACION DE VIABILIDAD.....	91

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Llegada de viajeros extranjero sin incluir ingresos por puntos fronterizos y cruceros, participación según nacionalidad. acumulado enero – mayo (2009-2010*)	23
Tabla 2. Llegada de viajeros extranjero sin incluir ingresos por puntos fronterizos y cruceros, participación según nacionalidad. Acumulado enero – mayo (2009-2010*)	24
Tabla 3. Ingreso de visitantes a parques tematicos mayo y acumulado enero – mayo (2009 – 2010)	25
Tabla 4. Proyecciones	37
Tabla 5. Bases Financieras	41
Tabla 6. Balance general	42
Tabla 7. Perdidas y ganancias – estado de resultados	44
Tabla 8. Flujo de caja	45
Tabla 9. Salidas	47
Tabla 10. Análisis de la Matriz FODA.	51
Tabla 11. Análisis de precios por actividad deportiva	53
Tabla 12. Proyección de Promoción y publicidad.	53
Tabla 13. Proyecciones de ventas de servicio	58
Tabla 14. Proyección de Ventas	59
Tabla 15. Costos de los elementos requeridos para la apertura de la empresa.	62

Tabla 16. Plan de Producción	64
Tabla 17. CONSUMOS POR UNIDAD DE PRODUCTO	64
Tabla 18. Costos de producción en pesos(incluido IVA)	66
Tabla 19. Proyección de Compras (Unidades)	66
Tabla 20. Proyecciones de Compras	67
Tabla 21. Costos de producción en pesos(incluido IVA)	69
Tabla 22. Organismos de Apoyo	73
Tabla 23. Estructura Organizacional de la Empresa	74
Tabla 24. Gastos de Administración	78
Tabla 25. Ingresos por Ventas	79
Tabla 26. Egresos	80
Tabla 27. Gastos para la legalización de la empresa.	80
Tabla 28. Gastos de Personal	81
Tabla 29. Capital de Trabajo	81
Tabla 30. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	82
Tabla 31. Potencial de Mercado en cifras	88
Tabla 32. Proyecciones de Ventas y rentabilidad	90

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Ficha bibliográfica	92
Anexo B. Carta de derechos de autor	93
Anexo C. Encuesta	94
Anexo D. Organigrama	98
Anexo E. Contrato de arrendamiento	99
Anexo F. Evidencias fotograficas del predio global	103
Anexo G. Evidencias fotográficas del predio, que se pretende tomar en arrendamiento	110
Anexo H. Plano del predio global	123

INTRODUCCION

El presente trabajo se ha realizado con el fin de obtener el grado de la especialización en negocios y finanzas internacionales, otorgado gracias al convenio de la Universidad Surcolombiana y la Universidad EAN sede Neiva Huila. Es un estudio que trata de concretizar las ideas y las teorías adquiridas, opiniones y anhelos de aprendizaje de los autores en estos dos semestres de estudio, además de todas las enseñanzas de los maestros que compartieron sus conocimientos.

El turismo es uno de los sectores de la economía que experimenta un mayor crecimiento. Representa cerca del 7% de las exportaciones globales de bienes y servicios y ocupa el cuarto lugar en el ranking, luego de las exportaciones de químicos, productos automotores y combustibles. En Colombia el turismo recreativo y deportivo induce a fortalecer a uno de los 8 sectores de clase mundial "Turismo en Salud" que se perfila como uno de los grandes atractivos empresariales dirigido a mejorar la posición de Colombia como país turístico a nivel de América Latina a través de estrategias que contribuyan a incrementar sustancialmente el número de turistas internacionales, generando un gran impacto en la participación del turismo en el PIB.

Es una oportunidad para fortalecer la Agenda de la Productividad y Competitividad del departamento del Huila, en su tercera propuesta de "Convertir al Huila en un destino turístico", es decir, que es una de las políticas del Gobierno departamental para posicionar al Huila como destino turístico y así incrementar el desarrollo socioeconómico de la región.

La industria turística en Colombia ha dado cambios muy significativos que han permitido a través de la seguridad democrática el mejoramiento de las condiciones para practicar especialmente los deportes de aventura; así mismo, se han creado Normas Técnicas para Requisitos para la operación de actividades de rapel en turismo de aventura. Actualmente está en proceso de aprobación la Norma Técnica para espeleología; con el fin de ofrecer entretenimiento seguro, que se inter relacione con el entorno, con los oficios y las competencias laborales relacionadas, dando finalmente una búsqueda de oportunidades comerciales que han permitido la estimulación de aprendizajes informales que a su vez han forjado capacidades para efectuar adaptaciones y mejoras tecnológicas, así como innovaciones de alguna consideración, convirtiéndose en una cadena productiva altamente generadora de empleo.

La empresa RECREATUR S.A.S. prestara los servicios de deportes de aventura: Senderismo con caminata ecológica, Espeleología, Rapel y Canotaje (rafting,

kayak y tubing) a colombianos y extranjeros que deseen disfrutar su tiempo de sano esparcimiento y ocio, en el Municipio de La Plata, Departamento del Huila.

RECREATUR SAS es un proyecto innovador en la región, pues en la actualidad no existe una empresa que se dedique completamente a desarrollar su objeto social con turismo para la práctica de deportes de aventura, por tal motivo se pretende lograr los siguientes objetivos:

Objetivos sociales

- Contratar cinco (5) empleos: 1 para el representante legal, 1 para el auxiliar administrativo, 3 guías y apoyos para el buen desarrollo y crecimiento de la empresa.
- Dentro del equipo de trabajo vincular como mínimo a una persona en situación de vulnerabilidad (desplazado, o minoría étnica o joven vulnerable) y el 70% a personas entre 18 a 24 años.
- Generar impuestos a través de la operación del negocio que en 5 años son aproximadamente \$43.904.716 sobre la Renta, que luego el Estado Colombiano los destina a inversión social.

Objetivos administrativos, mercadeo y financieros:

- Obtener utilidades del negocio en 5 años por lo menos de \$89.139.877, con una Tasa Interna de Retorno mínima de 16 y máxima de 23.85% para los primeros 5 años de operación, Valor Actual Neto de \$15.834.727 y un Periodo de Recuperación de la Inversión de 2,46 años.
- Mantener una política de cartera y proveedores en promedio de 8 días para mantener una situación de liquidez viable para el desarrollo y estabilidad de la empresa.
- Ser parte del Conpes 3527 “Política Nacional de Competitividad y Productividad” con el plan de acción “Salto en la productividad y empleo”, con sus eje temáticos: emprendimiento, productividad y crecimiento; con el plan de acción “Formalización empresarial” para fortalecer el control de la informalidad; con el plan de acción “Sostenibilidad ambiental como factor de la competitividad”
- Direccionar el Turismo de Aventura hacia el Turismo de Salud como estrategia para aprovechar las bondades y beneficios que trae consigo ser uno de los ocho (8) sectores privilegiados de clase mundial colombiano.
- Innovar en el occidente huilense con el montaje de una empresa de que ofrezca servicios para deportes de aventura que le permita a visitantes, empresarios regionales, asistir y participar de los eventos aplicando normas técnicas de calidad, seguridad.

- Adecuar la planta física, instalar y poner en a disposición de los usuarios los equipos necesarios para su recreación y práctica de deportes de aventura.

Objetivos ambientales

Reciclar los productos que dejen los turistas e incentivarlos para que respeten el medio ambiente y disfruten sanamente de la naturaleza.

2. OBJETIVOS

2.1 GENERALES

Crear la empresa RECREATUR S.A.S. para prestar servicios de deportes de aventura: Senderismo con caminata ecológica, Espeleología, Rapel y Canotaje (rafting, kayak y tubing) a colombianos y extranjeros que deseen disfrutar su tiempo de esparcimiento y ocio, en el municipio de La Plata, Departamento del Huila.

METAS

Legalizar la empresa aprovechando las bondades de la Sociedad por Acciones Simplificada, como fortaleza empresarial, con procesos amigables con el medio ambiente y el entorno, una vez lo ordene Fondo Emprender.

Convertir a RECREATUR S.A.S. en una empresa OPERADORA TURISTICA

Lograr la financiación a través de capital semilla de Fondo Emprender para poner en marcha la operación de la empresa por \$67.980.000 más el aporte del emprendedor por \$1.143.470.

2.2 ESPECIFICOS

Objetivos administrativos, mercadeo y financieros:

- Obtener utilidades del negocio en 5 años por lo menos de \$89.139.877, con una Tasa Interna de Retorno mínima de 16 y máxima de 23.85% para los primeros 5 años de operación, Valor Actual Neto de \$15.834.727 y un Periodo de Recuperación de la Inversión de 2,46 años.
- Mantener una política de cartera y proveedores en promedio de 8 días para mantener una situación de liquidez viable para el desarrollo y estabilidad de la empresa.
- Ser parte del Conpes 3527 “Política Nacional de Competitividad y Productividad” con el plan de acción “Salto en la productividad y empleo”, con sus eje temáticos: emprendimiento, productividad y crecimiento; con el plan de acción “Formalización empresarial” para fortalecer el control de la

informalidad; con el plan de acción “Sostenibilidad ambiental como factor de la competitividad”

- Direccionar el Turismo de Aventura hacia el Turismo de Salud como estrategia para aprovechar las bondades y beneficios que trae consigo ser uno de los 8 sectores privilegiados de clase mundial colombiano.
- Innovar en el occidente huilense con el montaje de una empresa de que ofrezca servicios para deportes de aventura que le permita a visitantes, empresarios regionales, asistir y participar de los eventos aplicando normas técnicas de calidad, seguridad.
- Adecuar la planta física, instalar y poner en a disposición de los usuarios los equipos necesarios para su recreación y práctica de deportes de aventura.

Objetivos sociales

- Contratar cinco (5) empleos: 1 para el representante legal, 1 para el auxiliar administrativo, 3 guías y apoyos para el buen desarrollo y crecimiento de la empresa.
- Dentro del equipo de trabajo vincular como mínimo a una persona en situación de vulnerabilidad (desplazado, o minoría étnica o joven vulnerable) y el 70% a personas entre 18 a 24 años.
- Generar impuestos a través de la operación del negocio que en 5 años son aproximadamente \$43.904.716 sobre la Renta, que luego el Estado Colombiano los destina a inversión social.

Objetivos ambientales

- Reciclar los productos que dejen los turistas e incentivarlos para que respeten el medio ambiente y disfruten sanamente de la naturaleza.

3. JUSTIFICACION Y ANTECEDENTES DEL PROYECTO

El turismo es uno de los sectores de la economía que experimenta un mayor crecimiento. Representa cerca del 7% de las exportaciones globales de bienes y servicios y ocupa el cuarto lugar en el ranking, luego de las exportaciones de químicos, productos automotores y combustibles. En Colombia el turismo recreativo y deportivo induce a fortalecer a uno de los 8 sectores de clase mundial "Turismo en Salud" que se perfila como uno de los grandes atractivos empresariales dirigido a mejorar la posición de Colombia como país turístico a nivel de América Latina a través de estrategias que contribuyan a incrementar sustancialmente el número de turistas internacionales, generando un gran impacto en la participación del turismo en el PIB.

Es una oportunidad para fortalecer la Agenda de la Productividad y Competitividad del departamento del Huila, en su tercera propuesta de "Convertir al Huila en un destino turístico", es decir, que es una de las políticas del Gobierno departamental para posicionar al Huila como destino turístico y así incrementar el desarrollo socioeconómico de la región.

La industria turística en Colombia ha dado cambios muy significativos que han permitido a través de la seguridad democrática el mejoramiento de las condiciones para practicar especialmente el deporte de aventura; así mismo, se han creado Normas Técnicas de Requisitos para la operación de actividades de rapel en turismo de aventura. Actualmente está en proceso de aprobación la Norma Técnica para espeleología; con el fin de ofrecer entretenimiento seguro, que se interrelacione con el entorno, con los oficios y las competencias laborales relacionadas, dando finalmente una búsqueda de oportunidades comerciales que han permitido la estimulación de aprendizajes informales que a su vez han forjado capacidades para efectuar adaptaciones y mejoras tecnológicas, así como innovaciones de alguna consideración, convirtiéndose en una cadena productiva altamente generadora de empleo.

Lo anterior brinda posibilidades para crear empresas innovadoras en el país y específicamente en el occidente huilense municipio de La Plata creando y poniendo en marcha una empresa dedicada a prestar servicios de deportes de aventura: Senderismo con caminata ecológica, Espeleología, Rapel y Canotaje (rafting, kayak y tubing) a colombianos y extranjeros que deseen disfrutar su tiempo de esparcimiento y ocio; que para la puesta en marcha de RECREATUR SAS le brindara la oportunidad de hacer un negocio rentable y al conseguir el capital semilla de Fondo Emprender por \$64.597.000, la empresa obtendrá utilidades desde el primer año de operaciones, con una Tasa Interna de Retorno mínima de 16 y máxima de 23.85% para los primeros 5 años de operación, Valor Actual Neto de \$15.834.727 y un Periodo de Recuperación de la Inversión de 2,46 años y ofrecerá empleos para cinco (5) personas que incluye: 1 para el

representante legal, 1 para el auxiliar administrativo, 3 guías y apoyos para el buen desarrollo y crecimiento de la empresa, vinculando a personas en situación de vulnerabilidad como lo son los jóvenes entre 18 a 24 años y, el pago de impuestos en 5 años de aproximadamente \$43.904.716 sobre la Renta, que luego el Estado Colombiano los destina a inversión social.

El Occidente Huilense incluye 5 Municipios que brindan oportunidades para el desarrollo de deportes de aventura:

- **La Argentina** con espeleología, rafting y hoy se practica el parapente;
- **Tesalia** ofrece un excelente panorama para practicar rappel;
- **Paicol** llamada la “puerta del viento”, con sus cajas de agua para espeleología, con el río Páez que brinda una condiciones espectaculares para hacer tubing, rafting, kayak, canotaje, es decir, lo tiene todo;
- **Nátaga** además del turismo religiosos ampliamente conocido por su Santuario Mariano, ofrece espacios para hacer senderismo con caminatas ecológicas y rappel;
- **La Plata** “el paraíso folclórico del Huila” además de tener todas las condiciones para ofrecer los deportes de aventura (rappel, tubing, kayak, canotaje) es un puerto terrestre y un punto medio entre San Agustín y las estrellas (desierto de la Tatacoa) y Tierradentro, especialmente con el Centro Arqueológico de San Andrés de Pisimbala.

RECREATUR SAS es un proyecto innovador en la región, no existe una empresa que se dedique completamente a desarrollar su objeto social con turismo para la práctica de deportes de aventura.

4. ANTECEDENTES

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se considera Turismo a todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. También se define como el fenómeno resultante de una red de impactos socioeconómicos, culturales y ambientales generado por el desplazamiento y permanencia temporal de personas que, teniendo entre otros motivos, la recreación y el descanso, visitan lugares que ofrecen bienes y servicios para la realización de actos particulares de consumo.

El turismo es uno de los fenómenos socio-económicos más importantes en las últimas décadas a nivel mundial, el turismo se ha convertido en un indicador del nivel de vida de la sociedad y una importante fuente de ingresos de las economías. En esta actividad se ha generado una intensa competencia internacional por capturar la mayor afluencia de turistas dados los efectos positivos que el sector tiene sobre el crecimiento económico.

Colombia posee una gran diversidad de atractivos naturales y culturales, sin embargo, Colombia está haciendo grandes esfuerzos para posicionarse en el mercado extranjero como destino turístico, para lograrlo ha establecido políticas y planes, contemplados en la Ley 300 de 1996 -Ley de Turismo-, se han dirigido a realizar acciones en materia del mejoramiento de la competitividad de los productos y destinos turísticos y al desarrollo de políticas de promoción y mercadeo a nivel nacional y emitió el Documento Conpes 3397 de 2005. Política Sectorial de Turismo.

En el municipio de La Plata se ha evidenciado que sus habitantes tienen un gran interés en la práctica de los deportes de aventura como el tubing, el rapel, el rafting, viajan constantemente a otros lugares de Colombia a hacer Senderismo debido a que no hay una empresa que se dedique a este negocio en el municipio. Es así como este proyecto de creación de la empresa RECREATUR S.A.S refleja una oportunidad de negocios, detectada en el periodo de aprendizaje de la especialización en NEGOCIOS Y FINANZAS INTERNACIONALES y en las actividades donde uno de los integrantes de este proyecto se ha desempeñado como Administrador del Centro Recreacional Casa de Campo Sevilla que funciona en el municipio de La Plata. En la actualidad se ha evidenciado la necesidad de ofrecer a la población de tener más oportunidades para sano esparcimiento disfrutando de la naturaleza y de los deportes de aventura.

Se cuenta con una experiencia de 3 años en el mercado del turismo por ello se hace atractivo incursionar como empresa de fortalecimiento turístico y deportivo, específicamente el de aventura; con el capital semilla que se pretende adquirir

mediante el Fondo Emprender, con dedicación y esfuerzo constante se pretende dar apertura a la empresa RECREATUR SAS que busca ofrecer en el mercado una gama de paquetes turísticos alternados específicamente de deportes extremos en el Municipio de La Plata, aprovechando las bondades naturales, culturales y humanas del Occidente Huilense y Nororiente caucano.

Para la creación de la empresa RECREATUR SAS se conto con el apoyo de la Unidad de Emprendimiento del Centro de Formación Agroindustrial "CEFA" y del Centro de Desarrollo Agroempresarial y Turístico del Huila CDATH; finalmente se registro en el CEFA, lo anterior teniendo en cuenta que esta institución brinda un excelente acompañamiento y además tienen asesores con disponibilidad de tiempo para dar soluciones a cualquiera de las inquietudes que resultan en el momento de elaborar y adelantar este tipo de procesos formativos; Es importante mencionar que la apertura comercial de la empresa se desarrollara en el municipio de La Plata, Por tal motivo fue más viable realizar la inscripción con el CEFA.

Se realizo un estudio de mercado que permitió tener claridad para la creación de las rutas turísticas de RECREATUR SAS como son:

- Senderismo-Caminata ecológica
- Espeleología
- Deporte de aventura: rapel, canotaje (rafting. kayak. tubing)

5. ANALISIS DEL SECTOR

5.1 TURISMO EN EL MUNDO

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, la actividad turística representó para el año 2002 cerca de 7% del total de exportaciones mundiales de bienes y servicios; y aproximadamente el 30% de las exportaciones de servicios.

Los principales destinos turísticos a nivel mundial en 2003 fueron Francia, España, Estados Unidos, Italia y China. México se encontró en el lugar número 8 recibiendo 18,7 millones de turistas en el mismo año. No obstante, el informe de la OMT destaca a países como Botswana, Tanzania, El Salvador, Cuba, Perú y República Dominicana, como destinos emergentes, con tasas de crecimiento equivalentes al doble de la tasa promedio de crecimiento a nivel mundial.

Respecto a la captación de ingresos por turismo, en el año 2003 los países más importantes fueron Estados Unidos, España, Francia, Italia y Alemania.

Principales destinos turísticos a nivel mundial

En el año 2004, después de la reducción sufrida por el turismo a nivel mundial, el movimiento, de turistas internacionales se incrementó en 10% con respecto al año anterior, -760 millones de turistas-, la máxima cifra de los últimos 20 años. Esta tendencia creciente fue común a todas las regiones del mundo, pero fue especialmente alta en Asia y el Pacífico (29%) y en el Oeste Medio (20%). El continente americano mostró también buen comportamiento con una tasa de crecimiento promedio anual de 10%.

De acuerdo con la OMT, aún cuando no se esperan grandes cambios en la estructura del turismo mundial, el número de llegadas internacionales se va a incrementar hasta alcanzar en el año 2020, una cifra cercana a 1.500 millones de turistas, de los cuales 1.200 serán de llegadas intra-regionales, mientras que los 300 millones restantes corresponderán a llegadas de larga distancia. Esto se obtendrá con una tasa de crecimiento promedio anual del turismo de 4,1% y 6.7% de crecimiento anual de los ingresos.

Así mismo esta organización estableció que las regiones del Pacífico, sur de Asia y Oriente Medio mostrarán tasas de crecimiento por encima del promedio mundial, mientras que América y Europa estarán por debajo. Para América, la tasa de crecimiento sería 3,9% promedio anual, y se incrementaría la tendencia de turismo de larga distancia inter-regional sobre el turismo intra-regional.

Dicho informe estableció igualmente que, los destinos más importantes dentro de la región seguirían siendo Estados Unidos, México y Canadá, aunque las tasa de crecimiento más altas estarían en Cuba, Argentina, Brasil, República Dominicana y Chile.

En el año 2006, fueron 760 millones de personas las que se desplazaron por el mundo con fines turísticos (lo que representa un aumento del 10% respecto a las cifras del 2005).

Los ingresos por turismo internacional en el 2006 aumentaron 40 millones de dólares respecto al año anterior. Mientras en el 2005 ascendían a 474.000 millones de dólares, en el 2006 alcanzaron los 514.000 millones. Este aumento reflejaría una devaluación del dólar ante otras monedas, especialmente el euro.

El servicio del turismo se ha sostenido a pesar de los problemas económicos mundiales, pues el ser humano siempre quiere descansar. De todas maneras el crecimiento esperado no se ha dado en su totalidad pero las personas continúan disfrutando de su descanso anual.

En el 2020, a nivel mundial se proyecta un total de 1.56 billones de turistas y la región comprendida por Norte, Centro y Sur América participará con 282 millones de turistas representando el 18.1% del total del mercado mundial.

Para América Latina, según el WTTC, el crecimiento hasta el 2015 será de 4.1%, cifra que concuerda con la proyección de crecimiento de la demanda mundial de servicios turísticos que la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha proyectado.

5.2 EL TURISMO EN COLOMBIA

El mercado doméstico representa aproximadamente el 80% de la demanda turística del país y sus viajes se concentran estacionalmente en las 17 festividades patrias y religiosas nacionales que hay anualmente en el calendario laboral y en las temporadas vacacionales escolares en Enero, en Semana Santa, Junio, primera semana de Octubre y Diciembre. Los desplazamientos se realizan por vía terrestre a centros de dispersión cercanos a las grandes ciudades y por vía aérea a destinos alejados del sitio de origen del turista como San Andrés y Providencia, entre otros.

Existen diferentes ofertas de turismo con extraordinario potencial de desarrollo en el agroturismo y ecoturismo, creando diversas oportunidades de inversión con importantes perspectivas de crecimiento.

Según el informe de gestión 2006 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- Dirección de Turismo y de acuerdo a las cifras aportadas por el DANE, Colombia logró un crecimiento de su economía durante el tercer trimestre de 2006 de 5,75%, con respecto del mismo período de 2005; el crecimiento en el mismo trimestre entre 2003 y 2004 tan solo fue del 0,55%. El sector hoteles y restaurantes representó el 2,16% del PIB nacional y el 4,02% del total del PIB del sector servicios, en el tercer trimestre de 2006.

En Colombia particularmente, el incremento del flujo de viajeros no se caracteriza por la gran movilización de extranjeros hacia nuestro territorio, en cambio, el turismo doméstico se ha incrementado aceleradamente dadas las políticas de seguridad democrática implementadas durante los últimos años por el gobierno Nacional y el mejoramiento de los servicios ofrecidos por la demanda. La especialización en los servicios y el diseño de productos definidos son el común denominador en diferentes regiones del país.

Tabla 1. LLEGADA DE VIAJEROS EXTRANJERO SIN INCLUIR INGRESOS POR PUNTOS FRONTERIZOS Y CRUCEROS, PARTICIPACIÓN SEGÚN NACIONALIDAD. ACUMULADO ENERO – MAYO (2009-2010*)

NACIONALIDAD	2009	2010	DIFERENCIA	VAR%
ESTADOS UNIDOS	114663	120811	6148	5,4
VENEZUELA	94402	74448	-19954	-21,1
ECUADOR	36147	46082	9935	27,5
ARGENTINA	24909	36249	11340	45,5
PERU	32236	32573	337	1,0
ESPAÑA	30361	28589	1772	-5,8
BRASIL	18484	25774	7290	39,4
MEXICO	20900	24361	3461	16,6
CHILE	13853	18121	4268	30,8
CANADA	12801	14266	1465	11,4
PANAMA	12255	13310	1055	8,6

FRANCIA	11825	12735	910	7,7
ITALIA	10167	11417	1250	12,3
ALEMANA	10136	10559	423	4,2
REINO UNIDO	7943	8078	135	1,7
COSTA RICA	7313	8005	692	9,5
RESTO	63030	69342	6312	10,0
TOTAL	521425	554720	33295	6,4

- Cifras provisionales

Fuente: Das – Cálculos Viceministerio de Turismo

Tabla 2. Llegada de viajeros extranjero sin incluir ingresos por puntos fronterizos y cruceros, participación según nacionalidad. Acumulado enero – mayo (2009-2010*)

Región	2009	2010	Diferencia	Var%	Var%
AMERICA DEL SUR	227145	240747	13602	6,0	43,4
AMERICA DEL NORTE	148364	159438	11074	7,5	28,7
UNION EUROPEA	81554	85191	3637	4,5	15,4
AMERICA CENTRAL	27083	29192	2109	7,8	5,3
RESTO EUROPA	15030	15976	946	6,3	2,9
ASIA	8316	9997	1681	20,2	1,8
EL CARIBE	6319	6149	-170	-2,7	1,1
RESTO	7614	8030	416	5,5	1,4
TOTAL	521425	554720	33295	6,4	100

- Cifras provisionales

Fuente: Das – Cálculos Viceministerio de Turismo

Tabla 3. INGRESO DE VISITANTES A PARQUES TEMATICOS MAYO Y ACUMULADO ENERO – MAYO (2009 – 2010)

PARQUE ARQUEOLOGICO SAN AGUSTIN	MAYO		VAR %	ENERO – MAYO		VARI %
	2009	2010		2009	2010	
EXTRANJEROS	254	263	3,5	1763	1765	0,1
NACIONALES	2769	2453	-11,4	23421	22463	-4,1
TOTAL	3023	2716	-10,2	25184	24,228	-3,8

Fuente: ICANH – Administración parque San -Agustín

CHICAMOCHA	MAYO		VAR %	ENERO – MAYO		VARI %
	2009	2010		2009	2010	
VISITANTES	29772	15094	-49,2	173685	163020	-6,1

Fuente: Oficina de mercado Panachi

PANACA - Quindío	MAYO		VAR %	ENERO – MAYO		VARI %
	2009	2010		2009	2010	
VISITANTES	12340	10446	15,3	98578	83661	-15,3

Fuente: Gerencia comercial Panaca – No se incluyen entradas por convenio

5.3 TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

El departamento del Huila tiene 37 municipios, una extensión de 19.990 km² y una población aproximada de 900.000 habitantes, conformada por descendientes de aborígenes y españoles y gentes llegadas de otras regiones del país, en especial de los departamentos de Tolima, Putumayo, Caquetá, Cauca y Nariño. Limita al norte con el departamento de Tolima, al sur con Cauca, al oriente con Meta, Caquetá y Cundinamarca y al occidente con Cauca y Tolima.

El Departamento presenta contrastes en donde el visitante puede vivir experiencias que lo marcaran positivamente en su vida, es el único lugar donde se puede disfrutar de un sol ardiente en el desierto de la Tatacoa o un frio intenso en el volcán del Purace; cuenta con Neiva como ciudad Región, pujante y hospitalaria como lo son todos los huilenses, Rivera es un municipio donde se puede disfrutar

de aguas termales, el Embalse de Betania y Yaguará como lugar ideal para practicar los deportes acuáticos, rodeado de llanuras sembradas de arrozales y extensiones ganaderas; Pitalito, Isnos y San Agustín, llenos de leyendas y de historias, atravesados por las aguas que provienen del Macizo colombiano y provistos de los tesoros arqueológicos de la América precolombina. El municipio de La Plata como epicentro de este proyecto le da la característica de puerto terrestre que lo comunica vía al Pacífico, con el sur colombiano, con el norte; todos los caminos realmente conducen a la Villa del San Sebastián de La Plata.

Según el Sistema de Información Turística del Huila que recoge las cifras de modalidad, el Turismo en el Huila tuvo un leve ascenso del 5% en comparación con el periodo de vacaciones de semana Santa del año 2009 y la ocupación hotelera en San Agustín alcanzó un 100%. El SIT Huila recoge la información del movimiento diario vehicular a través de los peajes de El Patá, Neiva, los Cauchos y Altamira, así como de pasajeros a través de El Terminal de Neiva y el aeropuerto, la ocupación hotelera y el ingreso al parque de San Agustín, entre otros temas turísticos, se podrán medir durante diversas temporadas con esta importante herramienta creada por el Departamento para centralizar la información.

El movimiento diario vehicular por los peajes de El Patá, Neiva, Los Cauchos y Altamira, entre el viernes 26 de marzo al domingo 4 de abril de 2010, fue de 147.671 vehículos, frente a 142.345 del 2009, lo que representa un aumento del 3.74%, según los datos entregados por la Policía de Carreteras y Turismo del Huila.

El movimiento de pasajeros a través de El Terminal de Neiva, se superó en un 11.73% comparativamente con el año anterior, dado que en el 2010 la cifra llegó a 137.452 y en el 2009 fue de 122.999, siendo San Agustín, Pitalito y Garzón, los más visitados. De igual forma, en cuanto a los destinos fuera del Huila los más solicitados fueron Bogotá, Cali y Medellín.

Según los registros hoteleros que maneja Cotelco capítulo Huila, la ocupación en este sector entre el miércoles 1º y el domingo 4 de abril, fue del 100% en San Agustín, 83% en Pitalito, 55% en Garzón y 35% en Neiva.

El Parque Arqueológico de San Agustín es un excelente referente para medir los turistas que llegan al municipio de La Plata, especialmente en temporadas vacacionales porque muchos de estos visitantes pasan a San Andrés de Tierradentro en Inza Cauca, su paso obligado es el municipio de La Plata, lugar donde regularmente pernoctan; lo negativo es que en la actualidad no existen registros ni estadísticas que pueden medir la asistencia real de turistas al municipio.

Para la época de vacaciones visitan al Municipio de la Plata muchos turistas donde la gran mayoría son estudiantes de la región que se encuentran profesionalizando en otras ciudades, quienes realizan su estadía en sus propios hogares pero regularmente traen consigo a sus amigos, esposas, hijos, etc. Todo esto nos está garantizando posibles clientes en el momento de ejecutar el proyecto.

Una de las iniciativas del plan departamental de gobierno, es consolidar al Huila en el primer destino turístico del País y para eso ha impulsado a través de la secretaría de cultura y turismo del Departamento promociones a nivel nacional e internacional con atractivos turísticos a precios cómodos.

6. ANALISIS DEL MERCADO

Turistas a nivel Nacional e internacional visitan en el departamento del Huila, los siguientes Clúster:

CLÚSTER BETANIA: Integrado por los municipios de Yaguará, Hobo, Palermo e Iquira. El espejo de agua que forma el paradisíaco embalse de Betania, con puertos en Yaguará y Hobo, es un sitio ideal para la práctica de deportes náuticos como: vela, Ski, Moto Ski y Canotaje. Se práctica la pesca deportiva y la pesca con fines de explotación económica.

En el municipio de Yaguará se hace Espeleología con la cueva del tigre con más de 612 m de longitud, da la oportunidad a visitante y turistas de vivir una aventura llena de adrenalina y recreación para el espíritu de los ávidos naturalistas. La gastronomía lugareña a base de bizcochos de achira, quesillo, bocadillo y la mojarra en diferentes preparaciones, agradan el paladar de los deseosos comensales.

En el municipio de Hobo por ser un centro de gastronomía típica del Huila se encuentra diversidad de platos, especialmente las deliciosas almojábanas, guarapo de caña, quesillos, aloja y pan de yuca.

En el municipio de Palermo se encuentra la Cueva del fraile, su fuerte es una fauna de murciélagos pertenecientes a la gran familia phyllostomidae. La longitud de la cueva es de 80 metros y 45 metros de desnivel, donde su descenso es un rapel, lo que la hace apta únicamente para profesionales. También funciona uno de los parques de agua más importantes del país, Playa juncal, presenta diversidad de atracciones que integran entre otros elementos, piscina de olas, río lento, toboganes de gran longitud, ski y deportes como tenis, fútbol, básquetbol y bolos.

CLÚSTER ECOARQUEOLÓGICO: con valor cultural y patrimonial para la humanidad, localizados en los Municipios de San Agustín, Isnos, La Argentina, Timaná, Salado Blanco y La Plata, con articulaciones turísticas en las localidades de Nátaga y Paicol y Tierradentro con San Andrés de Pisimbala.

En el municipio de San Agustín, la enigmática y milenaria cultural Agustiniana ofrece caminar durante 4 horas por los escenarios donde el pueblo indígena de hace más de 2000 años, se recreo para esculpir en piedra su pensamiento mítico y poético. El parque está ubicado a 3 kilómetros de san Agustín.

El municipio de San José de Isnos, ligado a San Agustín por virtud del escenario común que fueron los dos lugares para el habitad y escultórica de la cultura precolombina Agustiniana, los lugares del parque arqueológico Alto de los Ídolos,

parque arqueológico alto de las piedras, y sitios arqueológicos de interés antropológico como el cerro de la pelota, purutal, el alto de Betania, el museo de Obando, el alto de la chaquira, el Tablón, el jabón.

Municipio de La Argentina, tiene un alto significado en el clúster ecoarqueológico. Allí se puede apreciar una muestra organizada y clasificada de las inmensas riquezas arqueológicas que posee la zona, en donde es fácil advertir que el área de la Argentina pertenece a la zona arqueológica de la cultura Agustiniana. La riqueza arqueológica del lugar, reposa una muestra de orfebrería expuesta al Público en el museo arqueológico regional de la ciudad de Neiva. La Argentina tiene lugares excepcionales para la práctica del deporte de aventura denominado Parapentismo, lo que da la oportunidad de disfrutar de los impresionantes cañones que albergan ríos y quebradas con lechos aptos para la práctica del ecotourismo y rappel.

El municipio de Salado Blanco, se destaca por la existencia del poblado yalcón, único vestigio de doblamiento, actualmente objeto de investigación. Allí se encuentran las termas de Morelia y un balneario con piscina.

Municipio de Timana, figura como uno de los sitios en el que se pueden apreciar petroglifos precolombinos, en donde la creatividad y el arte de los indígenas dejaron constancia de su interpretación del mundo y el universo; formas que sugieren anatomías humanas y animales, están inmersas en el área rural de la población.

Municipio de La Plata, por su proximidad al patrimonio cultural de Tierradentro en el departamento del Cauca reviste un paso obligatorio a los turistas ansiosos de conocer más acerca de los moradores precolombinos del lugar; y en su estancia la villa de San Sebastián de La Plata, como se le conoce encontrara una alta gama de atractivos naturales y culturales. Presenta una rica y variada oferta de atractivos turísticos naturales compuesta de una diversa hidrografía y reservas naturales como lo son el río La Plata, la caída del agua la azufrada y la candelaria, la laguna de san Andrés, la reserva natural de Meremberg y las termas de San Sebastián, entre otros muchos atractivos.

Municipio de Nátaga, Santuario Mariano testigo de las bondades paisajísticas que emergen espectaculares fuentes de agua. El mayor atractivo además del paisaje es la Basílica de la virgen de las Mercedes, visitada anualmente por más de doscientas mil personas de devoción mariana y el museo religioso que data de hace más de 200 años.

Municipio de Paicol, ubicado al occidente de departamento de Huila, es una localidad que dispone de una variada oferta de turismo natural y cultural. La disciplina de rafting sobre el río Páez, la espeleología y el senderismo en la caja de agua, encuentran en el lugar espacios predilectos para su práctica y disfrute.

Municipio de Gigante , el símbolo de la libertad de los esclavos en Colombia tiene el testigo viviente en la Ceiba de la libertad que fuera sembrada con el presidente José Hilario López, presenta atractivos naturales configurados en las fincas cafeteras localizadas en el corregimiento de tres esquinas, la explotación del río Magdalena en la disciplina del rafting, la observación de aves y corredores rurales y la riquezas de las expresiones folclóricas, hacen de esta localidad, una destino para visitar y disfrutar.

Municipio de Garzón, su especialidad es religioso y por lo tanto es conocida como la capital diocesana del Departamento. Su arquitectura patrimonial da un ornato admirable para el visitante o turista. Su entorno de turismo rural ofrece fincas cafeteras, siempre en función de lograr café de alta calidad. Garzón dispone igualmente de un tramo para la práctica del rafting sobre el río Magdalena.

CLUSTER TATACOA: integra los atractivos turísticos de los municipios de Villavieja, Tello, Aipe, Baraya y Colombia, en los cuales el turista puede disfrutar de experiencias del ámbito natural y cultural. Su mayor atractivo es el desierto de la Tatacoa que se caracteriza por ser un bosque seco tropical, de singular belleza, inmensa riqueza biótica, yacimientos fosilíferos de enorme valor para la investigación científica y una cúpula celeste que permite la exploración de noches despejadas.

Municipio de Villa vieja, es puerta de entrada al desierto de la Tatacoa, soberbio paisaje de indescriptible belleza con una extensión de 330 Km y una temperatura que alcanza los 43°C. En el casco urbano se localiza la antigua casa cural en la cual funciona el museo paleontológico que ofrece igualmente al turista una colección de piezas paleontológicas de incalculable valor patrimonial, expuestas técnicamente y con ilustraciones de carácter científicos.

Municipio de Aipe es la cuna del rajaleña, ritmo autóctono del Huila, se extiende sobre la margen izquierda del río Magdalena, en el límite con el departamento del Tolima que posee yacimientos de cobre yeso, oro, plata y carbón, al norte de Aipe a 15 minutos por la carretera central se halla Piedra Pintada, una roca enorme gravada con petroglifos indígenas que no han sido descifrados y Piedras del Callejón, rocas gravadas con trozos que tienen la apariencia de mapas y signos de orientación.

El clúster Tatacoa posee grandes fortalezas para la estructuración de productos turísticos de aventura como lo son el canotaje y canotaje sobre el río Magdalena, rafting sobre el río Cabrera, senderismo por las rutas del desierto y las áreas rurales de Tello, Baraya y Colombia.

CLUSTER NEIVA: capital del departamento del Huila y su centro administrativo, comercial y cultural; se encuentra a 312 Km. al sur de Bogotá por una excelente carretera, o por vía aérea en un vuelo cuya duración se mueve en el intervalo de

30 y 45 minutos, según sea la aerolínea seleccionada para el viaje. Está situada en el valle del alto Magdalena, en una de las regiones más cálidas del departamento, donde se combinan zonas desérticas con fértiles terrenos. Los ríos Magdalena, el oro y las Ceibas surcan esta ciudad cuyos recursos naturales la han convertido en un importante polo de desarrollo agrícola, ganadero y petrolero que ofrece excelentes servicios turísticos y cuenta con un aeropuerto en el que prestan su servicio tres aerolíneas.

6.1 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa	RECREATUR S.A.S.
Actividad	Prestación de Servicios Turísticos: Turismo de aventura.
Condición jurídica	Sociedad por Acciones Simplificada
Venta anual	\$110.400.000
Localización	La Plata Huila Colombia
Número de empleados	6 personas
Clientes potenciales	personas naturales o jurídicas
Cartera de productos	Senderismo-caminata ecológica Espeleología Deporte de aventura: Rappel, Canotaje - kayak, rafting

Para realizar el estudio de mercado fue necesario consultar fuentes de información primaria a través de una encuestas a clientes potenciales, se reviso información pertinente a este tipo de servicios, se tuvo en cuenta los informes de evaluación de varias convocatorias emitidos por Fondo Emprender, también se reviso la Agenda de la Productividad y la Competitividad para e le departamento del Huila y las proyecciones poblacionales del DANE.

Los clientes no son fijos en este negocio, son variables, quiere decir esto que no hay clientes repetitivos, aunque se presentan algunas excepciones. Para la práctica de deporte de aventura, se segmenta los clientes potenciales, teniendo en cuenta las edades entre 15 años (previo permiso de un mayor de edad) hasta las personas de 55 años. El total de la población es de 1.083.200, de los cuales 319.971 son hombres y 319.746 son mujeres para un total de 639.717; esta población se considera económicamente activa a partir de los 18 años, pero como no fue posible conseguir las edades de 15 a 18 se toma el total de 15 a 19 años. De la 639.717 se toma solamente el 1% como para 6.397 clientes potenciales, de los cuales RECREATUR SAS aspira a servirle a un promedio 5302 personas por año, para el primer año requiere comercializar 3.400 paquetes (estimado para 3400 personas), para el segundo año requiere comercializar 5.040 que se irán incrementando cada año.

La forma de pago de los servicios que prestara la empresa RECREATURS SAS, es de contado cuando el servicio sea a personas naturales, si son empresarios o personas jurídicas el crédito máximo será de 8 días.

Para conocer el atractivo que ofrece los servicios turísticos a las personas, se encuestaron a 200 personas en el Parador Terminal de Transporte, en Almacenes Yep, Supermercado Maxifamiliar, en el parque central.

6.2 VENTAJAS COMPETITIVAS DE LOS PRODUCTOS RECREATUR SAS

- Calidad de los materiales utilizados
- Los equipos utilizados
- Menores costos y mayor rentabilidad de los servicios
- El municipio de La Plata está ubicado en un lugar estratégico que comunica con los 5 municipios del occidente huilense y los 2 municipios del nororiente caucano (Inza y Páez)
- Distingos Competitivos:
- El Servicio al cliente interno y externo como fundamento al buen desarrollo de la empresa
- Producto con calidad
- Servicio prestado a tiempo
- Precios acordes a las necesidades de los clientes
- Equipos tecnológicos actualizados

7. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

7.1 COMPETENCIA A NIVEL NACIONAL

Existen varias empresas a nivel nacional dedicadas a ofertar paquetes turísticos, las cuales son:

✓ **EN LA CIUDAD DE SANTAFÉ DE BOGOTÁ**, las más importantes son:

AGENCIA DE VIAJES TURISCOL LIMITADA

Calle 77 No. 14-19 Interior 2

Teléfonos 6103961 Ventas 2575816 Telefax 2181493

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO FASCINANTE

Carrera 12 No. 79-32 Oficina 203

Teléfono 317011

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CONCORDE VIP TOURS S.A.

Carrera 14 No. 90-31 Oficina 204

Teléfonos 6169112 6233889 6169604

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO LANSEMAR LIMITADA

Calle 77A No. 12-56

Teléfonos 3104011 Telefax 3102102

✓ **EN EL DEPARTAMENTO DEL QUINDIO**, las más importantes son:

AGENCIA DE VIAJES AGRO TOUR LIMITADA

Cra. 13 N° 15n 45 edificio MonteChuelo

Teléfono 7497816- 7497819 Telefax 7497815

AGRO TURISMO & PASAJES

Teléfono 7541374- 7541471- 7542018 Telefax 7541450.

E-mail agritu@col2.telecom.com.co

La Tebaida. Quindío

PALMA DE CERA LIMITADA

Cl. 19 N° 13-45
Teléfono 7414243 Telefax 7443261
E-mail: palcera@netxos.com.co

CAFÉ & TURISMO LIMITADA

Cra 13 N° 15N-20L 106
Edificio Santa Margarita
PBX. 7498181 Telefax 7497478

✓ **EN LA CIUDAD DE POPAYAN**, las más importantes son:

AGENCIA DE VIAJES LUCIA NATES TURISMO LIMITADA

Calle 4N° 8-79 Popayán
Teléfono 8242222 Telefax 8242223

VIAJES SOL Y LUNA

Calle 4N°7-39
Teléfono 8220218- 8387650 Telefax 8220215

AGENCIA DE VIAJES CAFÉ Y TURISMO VERDE

CLL. 6 8 – 87 CENTRO TEL: (0928) 8302959, FAX: (0928) 8305808, CEL 3105140250

✓ **EN LA CIUDAD DE MANIZALES**, las más importantes son:

CAFETALES LIMITADA

Calle 64ª 24-02
Teléfono: 8860241

MANIZALES TOUR

Calle 22N21-46 Plaza De Bolívar
Teléfono: 8841938 Telefax 8842770
E-mail: manitour@emtelsa.multinet.co

ASOCIACION CALDENSE DE GUIAS DE TURISMO

AV. Cementerio 24-121
Teléfono: 8893500

✓ **EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA**, las más importantes son:

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO MUNDIALES

Calle 22Nº 4-27 local 113 centro ejecutivo

Teléfono: 4210766 Telefax 4210768 Celular 0337514023

TAYRONA VIAJES Y TURISMO

Dirección: mundo marino. Local 3 El Rodadero

Teléfono 4224848-4225000 Telefax 4223704

Dentro de los sitios más visitados a nivel nacional están:

- Parque Nacional Tairona, a 35 Km. al sur de Santa Marta es uno de los parques más populares de Colombia. Su mayor atracción son sus bahías profundas, cocoteros, maravillosas playas y varios arrecifes de coral.
- Cartagena, una antigua ciudad amurallada en la costa norte, es una de las perlas colombianas. En los últimos años se ha desarrollado la infraestructura para turista. Fue declarada Patrimonio cultural de la Humanidad en 1984.
- Islas del Rosario, ubicado a 35 Km al oeste de Cartagena, fue declarado parque nacional, se realizan excursiones guiadas.
- San Andrés y Providencia, islas importantes para el desarrollo turístico de Colombia, ofrece mar, aventura, hace unos siglos fue el cuartel general del pirata inglés Capitán Henry Morgan, 'la pesadilla del Caribe'.
- Popayán, famosa por sus procesiones de Semana Santa, todo el Cauca brinda un mundo de posibilidades por descubrir, tanto en su etnia, sus costumbres, su cultura, sus paisajes. En el Cauca encontramos a San Andrés de Pisimbala, al suroeste del país, se han encontrado una serie de cámaras mortuorias con tumbas circulares talladas en la roca, decoradas con dibujos geométricos precolombinos.
- La península de la Guajira, el Cabo de la Vela, Riohacha
- El Amazonas y la Orinoquia, en donde se está creando diversidad de oportunidades para desarrollar turismo de aventura, cultural y étnico.
- Quindío, donde se destaca el Parque Nacional de Los Nevados, el Parque Botánico de Montenegro, el Parque Nacional Quimbaya, el Valle del Cócora, lugar en el que se encuentra la palma de cera, la cual es considerada como el árbol nacional.
- También encontramos a Medellín, Bucaramanga, Cali, Pasto, entre otras ciudades visitadas.

La competencia Departamental esta en: Neiva, conocida como la ciudad región, se identificaron las siguientes empresas:

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO LASSER LIMITADA

Carrera 5 Bis No. 25-07
Teléfono 8743310

AGENCIA VIAJES HUILA

Calle 7 No. 4-72 Parque Santander
Teléfonos 8710371 8710485

EXCURSIONES VIAJES NEIVA

Calle 7 No. 4-72 Parque Santander
Teléfonos 4 No. 5-65 PBX 8717817 Celular 3152979984

NEIVATUR

Calle 7 N° 6-13 Edificio CAJA AGRARIA
Teléfonos PBX 8710229 FAX 8710242

Municipio de Pitalito, ubicada en el sur del Departamento, encontramos las siguientes empresas:

AGENCIA DE VIAJES TRAVEL & PEOPLE

Carrera 5 No. 4-47
Teléfono 8385808

AGENCIA DE VIAJES IVAN HOYOS

Carrera 4 No. 4-31 oficina101. Edificio Las Terrazas.

Rivera, con sus inigualables termas, encontramos a COMFAMILIAR DEL HUILA, como la más reconocida Calle 11 No. 5-634-47, Teléfono 8713092.

En el municipio de La Plata no existen prestadores de este tipo de servicios, existe un operador pero para llevar turistas a otros sitios y no realizan turismo receptivo; en la actualidad existe una empresa llamada Casa de Campo Sevilla que ofrece servicios de recreación para piscina, eventos empresariales y eventos sociales.

En el municipio de La Argentina está la Empresa Camino al Sol Ltda., que ofrece paquetes para etnoturismo, agroturismo, parapente y rappel. Este municipio está a 1,10 horas del municipio de La Plata.

De todas maneras en el occidente del Huila ni en el nororiente caucano existen empresas especializadas al Turismo de Aventura.

8. ANALISIS FINANCIERO

8.1 PROYECCIONES

Tabla 4. Proyecciones

	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Variables Macroeconómicas							
Inflación	%		4.00%	3.25%	3.01%	3.02%	3.02%
Devaluación	%		8.00%	2.28%	4.55%	-2.74%	0.87%
IPP	%		4.00%	3.25%	3.01%	3.02%	3.02%
Crecimiento PIB	%		5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
DTF T.A.	%		8.63%	7.94%	7.08%	6.33%	5.59%
Ventas, Costos y Gastos							
Precio Por Producto							
Precio Senderismo-caminata ecológica/persona	\$ / unid.		90,000	93,600	96,642	99,551	102,557
Precio Espeleología/persona	\$ / unid.		80,000	83,200	85,904	88,490	91,162
Precio Rapel (hora)	\$ / unid.		10,000	10,400	10,738	11,061	11,395
Precio Canotaje(raffting-kayak-tubing)/hora	\$ / unid.		25,000	26,000	26,845	27,656	28,488
Precio Producto E	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Unidades Vendidas por Producto							
Unidades Senderismo-caminata ecológica/persona	unid.		480	720	792	871	958
Unidades Espeleología/persona	unid.		240	360	396	436	479
Unidades Rapel (hora)	unid.		800	1,320	1,452	1,597	1,757
Unidades Canotaje(raffting-kayak-tubing)/hora	unid.		1,600	2,640	2,904	3,194	3,514
Unidades Producto E	unid.		0	0	0	0	0
Total Ventas							
Precio Promedio	\$		35,384.6	35,657.1	36,816.0	37,925.6	39,069.5
Ventas	unid.		3,120	5,040	5,544	6,098	6,708
Ventas	\$		110,400,000	179,712,000	204,107,904	231,285,282	262,087,390

Rebajas en Ventas	
Rebaja	% ventas
Pronto pago	\$
Costos Unitarios Materia Prima	
Costo Materia Prima Senderismo-caminata ecológica/persona	\$ / unid.
Costo Materia Prima Espeleología/persona	\$ / unid.
Costo Materia Prima Rapel (hora)	\$ / unid.
Costo Materia Prima Canotaje(raffting-kayak-tubing)/hora	\$ / unid.
Costo Materia Prima Producto E	\$ / unid.
Costos Unitarios Mano de Obra	
Costo Mano de Obra Senderismo-caminata ecológica/persona	\$ / unid.
Costo Mano de Obra Espeleología/persona	\$ / unid.
Costo Mano de Obra Rapel (hora)	\$ / unid.
Costo Mano de Obra Canotaje(raffting-kayak-tubing)/hora	\$ / unid.
Costo Mano de Obra Producto E	\$ / unid.
Costos Variables Unitarios	
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ / unid.
Materia Prima y M.O.	\$ / unid.
Otros Costos de Fabricación	
Otros Costos de Fabricación	\$
Costos Producción Inventariables	
Materia Prima	\$
Mano de Obra	\$
Materia Prima y M.O.	\$
Depreciación	\$
Agotamiento	\$
Total	\$
Margen Bruto	\$
Gastos Operacionales	
Gastos de Ventas	\$

0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
0	0	0	0	0

58,000	60,320	62,280	64,155	66,093
49,000	50,960	52,616	54,200	55,837
0	0	0	0	0
15,000	15,600	16,107	16,592	17,093
0	0	0	0	0

3,472	3,611	3,390	3,174	2,973
3,472	3,611	3,390	3,174	2,973
6,250	5,909	5,546	5,194	4,864
3,125	2,955	2,773	2,597	2,432
0	0	0	0	0

20,384.6	20,428.6	21,092.5	21,727.4	22,383.6
4,006.4	3,869.0	3,631.6	3,400.9	3,185.1
24,391.0	24,297.6	24,724.1	25,128.2	25,568.6

3,110,000	3,484,000	3,597,230	3,705,507	3,817,413
-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

63,600,000	102,960,000	116,936,820	132,502,280	150,154,234
12,500,000	19,500,000	20,133,750	20,739,776	21,366,117
76,100,000	122,460,000	137,070,570	153,242,056	171,520,351
5,471,403	5,471,403	5,471,403	5,471,403	5,471,403
0	0	0	0	0
81,571,403	127,931,403	142,541,973	158,713,458	176,991,753
26.11%	28.81%	30.16%	31.38%	32.47%

0	0	0	0	0
---	---	---	---	---

Gastos Administración	\$		18,414,533	29,038,672	30,311,049	31,318,366	32,369,225
Total Gastos	\$		18,414,533	29,038,672	30,311,049	31,318,366	32,369,225
Capital de Trabajo							
Cuentas por cobrar							
Rotación Cartera Clientes	días		8	8	8	8	8
Cartera Clientes	\$	2,453,333	2,453,333	3,993,600	4,535,731	5,139,673	5,824,164
Provisión Cuentas por Cobrar	%		0%	0%	0%	0%	0%
Inventarios							
Invent. Prod. Final Rotación	días costo		0	0	0	0	0
Invent. Prod. Final	\$	0	0	0	0	0	0
Invent. Prod. en Proceso Rotación	días		0	0	0	0	0
Invent. Prod. Proceso	\$	0	0	0	0	0	0
Invent. Materia Prima Rotación	días compras		0	0	0	0	0
Invent. Materia Prima	\$	0	0	0	0	0	0
Total Inventario	\$		0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar							
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	\$	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados							
Gastos Anticipados	\$	0	0	0	0	0	0
Cuentas por Pagar							
Cuentas por Pagar Proveedores	días		8	8	8	8	8
Cuentas por Pagar Proveedores	\$	1,691,111	1,691,111	2,721,333	3,046,013	3,405,379	3,811,563
Acreedores Varios	\$		0	0	0	0	0
Acreedores Varios (Var.)	\$		0	0	0	0	0
Otros Pasivos	\$		0	0	0	0	0
Inversiones (Inicio Período)							
Terrenos	\$	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	\$	3,000,000	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo	\$	51,664,025	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	\$	775,000	0	0	0	0	0
Equipo de Transporte	\$	0	0	0	0	0	0
Equipos de Oficina	\$	0	0	0	0	0	0
Semovientes pie de Cría	\$	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	\$	0	0	0	0	0	0

Total Inversiones	\$		0	0	0	0	0	
Otros Activos								
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0	
Estructura de Capital								
Capital Socios	\$	1,388,469	1,388,469	1,388,469	1,388,469	1,388,469	1,388,469	
Capital Adicional Socios	\$			0	0	0	0	
Obligaciones Fondo Emprender	\$	58,195,000	58,195,000	58,195,000	58,195,000	58,195,000	58,195,000	
Obligaciones Financieras	\$	0	0	0	0	0	0	
Dividendos								
Utilidades Repartibles	\$			0	4,404,351	17,102,299	35,632,926	60,790,053
Dividendos	%			0%	0%	0%	0%	0%
Dividendos	\$			0	0	0	0	0

8.2 BASES FINANCIERAS

Tabla 5. Bases Financieras

PARAMETRO	VALOR	EXPLICACION
Nombre de los Productos		
Senderismo-caminata ecológica/persona		
Espeleología/persona		
Rapel (hora)		
Canotaje(raffting-kayak-tubing)/hora		
Producto E		
Información del Proyecto		
Tasa de Descuento	16%	Tasa Efectiva Anual
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	4 mes	
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	12 mes	
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	24 mes	
Condiciones de la Deuda		
Gracia	0	Gracia a Capital (Años)
Plazo	5	Plazo de la Deuda (Años)
Tasa en pesos	10%	Puntos por encima del DTF
Depreciación Activos Fijos		
Construcciones y Edificaciones	20	Vida útil (años)
Maquinaria y Equipo de Operación	10	Vida útil (años)
Muebles y Enseres	5	Vida útil (años)
Equipo de Transporte	5	Vida útil (años)
Equipo de Oficina	3	Vida útil (años)
Semovientes	10	Agotamiento (años)
Cultivos Permanentes	10	Agotamiento (años)
Otros		
Gastos Anticipados	5	Amortización (años)

PASIVO	59,886,111	62,296,452	67,271,449	70,368,038	73,991,203	78,146,533
Patrimonio						
Capital Social	1,388,469	1,388,469	1,388,469	1,388,469	1,388,469	1,388,469
Reserva Legal Acumulada	0	0	489,372	694,235	694,235	694,235
Utilidades Retenidas	0	0	4,404,351	17,102,299	35,632,926	60,790,053
Utilidades del Ejercicio	0	4,893,723	12,902,810	18,530,627	25,157,128	32,769,029
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	1,388,469	6,282,192	19,185,002	37,715,629	62,872,757	95,641,786
PASIVO + PATRIMONIO	61,274,580	68,578,644	86,456,451	108,083,667	136,863,960	173,788,319

8.4 PERDIDAS Y GANANCIAS – ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 7. Perdidas y ganancias – estado de resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	110,400,000	179,712,000	204,107,904	231,285,282	262,087,390
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	76,100,000	122,460,000	137,070,570	153,242,056	171,520,351
Depreciación	5,471,403	5,471,403	5,471,403	5,471,403	5,471,403
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	3,110,000	3,484,000	3,597,230	3,705,507	3,817,413
Utilidad Bruta	25,718,598	48,296,598	57,968,702	68,866,317	81,278,224
Gasto de Ventas	0	0	0	0	0
Gastos de Administración	18,414,533	29,038,672	30,311,049	31,318,366	32,369,225
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	7,304,064	19,257,926	27,657,653	37,547,952	48,908,999
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	7,304,064	19,257,926	27,657,653	37,547,952	48,908,999
Impuestos (35%)	2,410,341	6,355,115	9,127,025	12,390,824	16,139,970
Utilidad Neta Final	4,893,723	12,902,810	18,530,627	25,157,128	32,769,029

8.5 FLUJO DE CAJA

Tabla 8. Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		7,304,064	19,257,926	27,657,653	37,547,952	48,908,999
Depreciaciones		5,471,403	5,471,403	5,471,403	5,471,403	5,471,403
Amortización Gastos		0	0	0	0	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-2,410,341	-6,355,115	-9,127,025	-12,390,824
Neto Flujo de Caja Operativo		12,775,467	22,318,987	26,773,940	33,892,329	41,989,577
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		0	-1,540,267	-542,131	-603,942	-684,491
Variación Inv. Materias Primas e insumos ³		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		0	0	0	0	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	1,030,222	324,679	359,366	406,184
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	0	-510,044	-217,452	-244,575	-278,307
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	-3,000,000	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-51,664,025	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-775,000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0

Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-55,439,025	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-55,439,025	0	-510,044	-217,452	-244,575	-278,307
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	58,195,000					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	0	0	0	0
Capital	1,388,469	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	59,583,469	0	0	0	0	0
Neto Periodo	4,144,444	12,775,467	21,808,942	26,556,488	33,647,753	41,711,270
Saldo anterior		3,382,222	16,157,688	37,966,631	64,523,119	98,170,872
Saldo siguiente	4,144,444	16,157,688	37,966,631	64,523,119	98,170,872	139,882,142

8.6 SALIDAS

Tabla 9. Salidas

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Supuestos Macroeconómicos						
Variación Anual IPC		4.00%	3.25%	3.01%	3.02%	3.02%
Devaluación		8.00%	2.28%	4.55%	-2.74%	0.87%
Variación PIB		5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
DTF ATA		8.63%	7.94%	7.08%	6.33%	5.59%
Supuestos Operativos						
Variación precios		N.A.	0.8%	3.3%	3.0%	3.0%
Variación Cantidades vendidas		N.A.	61.5%	10.0%	10.0%	10.0%
Variación costos de producción		N.A.	56.8%	11.4%	11.3%	11.5%
Variación Gastos Administrativos		N.A.	57.7%	4.4%	3.3%	3.4%
Rotación Cartera (días)		8	8	8	8	8
Rotación Proveedores (días)		8	8	8	8	8
Rotación inventarios (días)		0	0	0	0	0
Indicadores Financieros Proyectados						
Liquidez - Razón Corriente		4.54	4.62	5.67	6.54	7.30
Prueba Acida		5	5	6	7	7
Rotación cartera (días),		8.00	8.00	8.00	8.00	8.00
Rotación Inventarios (días)		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Rotación Proveedores (días)		7.5	7.7	7.7	7.7	7.8
Nivel de Endeudamiento Total		90.8%	77.8%	65.1%	54.1%	45.0%
Concentración Corto Plazo		0	0	0	0	0
Ebitda / Gastos Financieros		N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Ebitda / Servicio de Deuda		N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Rentabilidad Operacional		6.6%	10.7%	13.6%	16.2%	18.7%
Rentabilidad Neta		4.4%	7.2%	9.1%	10.9%	12.5%
Rentabilidad Patrimonio		77.9%	67.3%	49.1%	40.0%	34.3%
Rentabilidad del Activo		7.1%	14.9%	17.1%	18.4%	18.9%
Flujo de Caja y Rentabilidad						
Flujo de Operación		12,775,467	22,318,987	26,773,940	33,892,329	41,989,577
Flujo de Inversión	-58,821,247	0	-510,044	-217,452	-244,575	-278,307

Flujo de Financiación	59,583,469	0	0	0	0	0
Flujo de caja para evaluación	-58,821,247	12,775,467	21,808,942	26,556,488	33,647,753	41,711,270
Flujo de caja descontado	-58,821,247	11,013,333	16,207,597	17,013,618	18,583,355	19,859,279
Criterios de Decisión						
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	16%					
TIR (Tasa Interna de Retorno)	29.28%					
VAN (Valor actual neto)	23,855,934					
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2.15					
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	4 mes					
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	97.73%					
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	12 mes					
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	24 mes					

9. ESTRATEGIAS DE MERCADO

9.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO

Especificaciones y características del producto

PRODUCTO	UNID	CARACTERISTICA
Espeleología	Persona	Espeleología, aventura que nos lleva a descubrir aspectos particularmente secretos de la naturaleza. En el occidente del Huila se practica en Paicol, en las cajas de agua, en La Argentina en la Cueva de los Guacharos, sus cavernas son utilizadas también para practicar rappel.
Senderismo-caminata ecológica/ persona	Persona	Senderismo, nace de la necesidad de las personas de conocer, cuando miran un paisaje, que habrá al otro lado de una colina o en aquel bosque, así como la de hacer ejercicio de la manera más natural para la que está preparado el cuerpo humano. El occidente huilense es rico en biodiversidad, los paquetes incluyen el volcán del Purace, Campos Sevilla, Parque San Andrés de Pisimbala,
Deportes de Canotaje		
Rafting	Persona	Modalidad deportiva de las aguas bravas consistente en el descenso de ríos sobre una embarcación neumática y de gran estabilidad, lo que da la posibilidad de poder navegar por lugares antiguamente intransitables. Esta es propulsada por un grupo, con palas de canoa o por un par de remos de apoyo de gran envergadura. Para realizar esta actividad se cuenta con los rápidos del Río Páez que pasa a 10 minutos del casco urbano; el municipio de Paicol tiene el mejor acceso para culminar la actividad.
Kayak	Persona	El kayak es un tipo de canoa, en el que el practicante o deportista va sentado mirando hacia el frente, en el sentido de la marcha de las corrientes de agua, con un remo de dos palas que lo impulsa. Colombia es un país con un gran potencial hidrográfico, muy propicio para practicar este tipo de deporte. Sólo se necesita el equipo adecuado (kayak, pala o remo, chaleco salvavidas y casco), y por supuesto, la orientación y supervisión de un buen instructor responsable y experimentado.
Tubing	Persona	Deporte que para practicarlo se debe utilizar un neumático inflado, contar con buena corriente y con los equipos de seguridad correspondiente. Es un deporte popular.

PERFIL DEL CLIENTE OBJETIVO: empresarios, instituciones educativas, turistas, habitantes de La Plata, personas naturales, con capacidad de pago.

CLIENTE: persona natural o jurídica dedicada que le guste participar del turismo de aventura.

LOCALIZACION GEOGRAFICA DEL CLIENTE: los clientes potenciales están ubicados en el occidente huilense: La Plata, La Argentina, Tesalia, Nàtaga y Paicol, también los clientes ubicados en el oriente caucano: Inzá y Páez y otros turistas nacionales o extranjeros.

BASES DE DECISION DE COMPRA DEL CLIENTE: calidad del servicio, equipos en excelente estado, seguridad en la prestación del servicio, presentación de los guías, precio.

OPINIONES DE CLIENTES QUE HAN MOSTRADO INTERES EN LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LA EMPRESA: 1) están interesados en un servicio de calidad que los satisfaga, 2) están dispuestos a pagar un mejor precio siempre y cuando se demuestre a través de la presentación los equipos, de la seguridad que evidencien, calidad de los servicios ofrecidos, 3) que los precios bajen debido a que no van a tener intermediarios.

CALIDAD DEL SERVICIO: se evidenciará a través de la presentación de los guías, del cumplimiento en la ejecución de los paquetes, de los equipos de seguridad que protejan a los turistas aventureros.

PRESENTACION: por ser un bien intangible los paquetes no tendrán vista al público, sin embargo se evidenciará a través de la presentación de los guías, de la presentación de los equipos, de las adecuaciones y aseo de las instalaciones a ocupar.

VIAS DE ACCESO, TRANSPORTE Y COSTOS DE TRANSPORTE: el centro recreación Casa de Campo Sevilla se encuentran ubicado a tan solo cinco (5) minutos del municipio La Plata, desde este sitio los visitantes pueden desplazarse hasta la rivera del río La Plata caminando para disfrutar del paisaje.

PUNTOS DE PRESTACION DEL SERVICIO: Se Realizara en la rivera del rio La Plata, en el predio del centro Recreacional Casa de Campo Sevilla.

Tabla 10. Análisis de la Matriz FODA.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Personal capacitado.	Empresa nueva en el mercado.
Innovación tecnológica.	
Servicio de calidad, seguro y atractivo	
Paisajismo, ríos con abundante caudal y rápidos	
La ubicación de la empresa en la zona de consumo	Poco capital.
Precio adecuado para la región y sostenible para la empresa.	
Servicio con características únicas en el mercado del occidente huilense.	Los cambios económicos negativos
Se cuenta con personas que tienen experiencia en las prácticas de turismo de aventura.	

Las condiciones de compra del servicio son favorables siempre y cuando este cuente con las siguientes características:

- Equipos en excelente estados
- Guías expertos
- Debe ser seguro

Servicios sustitutos: como productos sustitutos encontramos las piscinas en cada uno de los Municipios, los paseos a los ríos donde las personas preparan sus deliciosos almuerzos campestres, paseos a fincas familiares y de amigos, el parapente en el municipio de La Argentina y la televisión.

10. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION

El servicio utilizara el siguiente canal de distribución, en donde la atención al cliente será fundamental:

SERVICIO -----> MINORISTA (CLIENTE FINAL)

La estrategia de venta estará apoyada en la **innovación** del servicio, que no existe en la competencia local, lo que va a significar la atracción, el disfrute, el esparcimiento y el desarrollo de la calidad de vida de los habitantes del occidente huilense que muchas veces en sus vacaciones no pueden viajar muy lejos por recursos económicos o por sus otras actividades que ejecutan. Además, es un atractivo para los turistas que llegan y descansan en el municipio de La Plata para luego proseguir con su viaje a San Agustín, a San Andrés de Pisimbala o a Neiva.

Ventaja estratégica a nivel logístico: se cuenta con un sitio óptimo, que queda a la rivera del río La Plata y que además atrae a los turistas porque en su espacio aledaño está ubicado el Centro Recreacional casa de Campo Sevilla, uno de los mejores atractivos del occidente huilense. También se contará con todos los equipos requeridos para participar de los deportes de aventura, o las caminatas / senderismo; con los guías turísticos que se han preparado en el SENA del municipio de La Plata.

10.1 ESTRATEGIAS DE PRECIO

Para obtener los precios unitarios del proyecto se tiene en cuenta los costos de producción entre los que se encuentra los insumos, mano de obra y los costos indirectos de producción para obtener un margen bruto de utilidad en 5 años por \$89.139.877.

De acuerdo a la investigación sobre la demanda y según el valor percibido por los clientes de la oferta el precio promedio es de:

Tabla 11. Análisis de precios por actividad deportiva

Precio Por Producto		Año 1	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Senderismo-caminata ecológica/persona	M2	90.000	93.600	96.642	99.551	102.557
Espeleología/persona	M2	80.000	83.200	85.904	88.490	91.162
Rapel (hora)	M2	10.000	10.400	10.738	11.061	11.395
Canotaje(raffting-kayak-tubing)/hora	M2	25.000	26.000	26.845	27.656	28.488
Unidades Vendidas por Producto	M2					
Senderismo-caminata ecológica/persona	M2	480	720	792	871	958
Espeleología/persona	M2	240	360	396	436	479
Rapel (hora)	M2	800	1.320	1.452	1.597	1.757
Canotaje(raffting-kayak-tubing)/hora	M2	1.600	2.640	2.904	3.194	3.514
Utilidad antes de impuestos		5.396.064	17.349.926	25.749.653	35.639.952	48.908.999
Impuestos (35%)		1.780.701	5.725.475	8.497.385	11.761.184	16.139.970
Utilidad Neta Final		3.615.363	11.624.450	17.252.267	23.878.768	32.769.029

Los precios son asequibles al cliente potencial y aunque en el primer año las utilidades son menores al resto de los demás años, se hace necesario para posicionar la marca RECREATUR. También se pretende no dar los precios demasiado altos para no inflar la información financiera proyecta y que después no permitan cumplir con los indicadores de gestión.

10.2 ESTRATEGIAS DE PROMOCION

RECREATUR SAS realizara la promoción de servicios en los municipios de La Plata, La Argentina, Tesalia, Nátaga, Paicol, Neiva; en el nororiente caucano Inza y Páez; a través de volantes, publicidad radial y perifoneo donde se evidencie la información básica de los servicios que prestará la empresa.

Tabla 12. Proyección de Promoción y publicidad.

	Año 1	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
promoción y publicidad	3.393.333	5.293.600	5.465.642	5.630.158	5.800.189

Detalle Promoción y Publicidad	
Carpetas portafolios	800.000
Pendones	600.000
Tarjetas Presentación	150.000
Pautas radiales	1.840.000
Participación en ferias y eventos	1.500.000
Prensa	200.000
Lanzamiento de la empresa (se solicitan en los pre-operativos)	2.500.000

RECREATUR SAS innovara con sus servicios prestados al ofrecer unos paquetes para que los clientes disfruten con calidad cada una de las actividades que contraten con la empresa. También renovara los procesos administrativos para hacerla más eficiente y competitiva, lo que significa mayor permanencia en el mercado. Como la estrategia de promoción es de suma importancia, el plan de acción incluirá:

- a) Buena comunicación entre todas las áreas que la conforman, en donde los empleados estén compenetrados con la empresa, pues son parte fundamental ya que ellos pueden ofrecer mucha información valiosa para llevar a cabo de forma óptima el proceso de mejoramiento continuo.
- b) Integrar nuevas tecnologías a los distintos procesos que realiza RECREATUR, lo cual es imprescindible para el desarrollo de la organización, como es la creación de una base de datos, el uso del internet, entre otros.
- c) Desarrollar e implantar planes de mejoramiento a corto plazo y una estrategia de mejoramiento a largo plazo.
- d) Establecer e instalar un buzón de quejas y sugerencias de los clientes el cual se revisara cada 3 días con el fin de dar soluciones a lo requerido por ellos.

Se estará consultando permanentemente la evolución de las tendencias de los equipos utilizados para la práctica y disfrute del turismo de aventura.

10.3 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Las estrategias publicitarias iniciales a emplear son:

Carpetas portafolios: Se entregaran con las cotizaciones y a los visitantes cuando así se requiera

Campaña de expectativa: Se hará durante los 30 días previos al lanzamiento de producto. Serán 500 impactos publicitarios radiales en las dos emisoras de mayor audiencia por el público con el objetivo de dar a conocer las diferentes características de los servicios, buscando en el público objetivo un interés e inquietud por saber de qué se trata. La campaña de expectativa busca llamar la atención del cliente potencial, involucrándolo desde el inicio con el producto y haciendo que se sienta identificado con el mismo.

Campaña de lanzamiento: será la etapa en tiempo en el que a través de diferentes medios de comunicación se dará a conocer completamente la información del servicio.

Campaña de sostenimiento: a través de diferentes piezas estratégicas se mantendrá la promoción de los servicios en diferentes lugares y medios que permitirán mantenerlo vigente y constante en el recuerdo de la gente.

Comerciales radiales: serán 600 impactos publicitarios mensuales en las dos emisoras de mayor audiencia en el público objetivo del proyecto, las cuales pertenecen a Potencia Latina y Rumba Stereo.

Pendones, tarjetas de presentación: serán expuestos en los negocios más concurridos del municipio de La Plata.

Participación en ferias y eventos: en las ferias y eventos del SENA, los que programe la Alcaldía (previa invitación) Cámara de comercio de Neiva (previa invitación), ferias de turismo.

Todo lo anterior unido a una campaña publicitaria agresiva y estratégica en el sentido en el que de acuerdo al presupuesto establecido se determinará los medios tradicionales y alternativos que produzcan los resultados esperados. Además el concepto publicitario que se establezca para lanzar el producto tendrá que diferenciar y hacer que RECREATUR S.A.S. se convierta en un servicio necesario, útil, de calidad y humanizado para lograr quedarse en el corazón de los empresarios los Plateños, del occidente huilense y de los del nororiente caucano.

Venta Personal: La venta personal permite hacer una publicidad directa y gratuita con el usuario, dando la oportunidad de presentar a la empresa, los servicios adicionales y en su momento dado se pueden presentar y lograr así un buen número de clientes constantes y fieles a la empresa.

10.4 ESTRATEGIAS DE SERVICIO

Los clientes serán atendidos con cortesía y amabilidad dentro y fuera del establecimiento de RECREATUR S.A.S., para atender a los clientes con sentido humano, para mantener satisfechos a los empresarios y demás población que requiera de nuestros productos. Además se proyecta:

- Visitas del representante legal de RECREATUR a los clientes potenciales (instituciones educativas, empresas, entre otros) para evaluar el servicio prestado por la empresa y la satisfacción que el producto le esté dando al consumidor.
- Línea telefónica de atención a quejas, reclamos y/o sugerencias.
- Estrategias de psicología del consumidor, mostrando las bondades y beneficios del servicio
- Cubrimiento del seguro de vida en caso de accidente presentado
- Cuidado a la naturaleza para que los clientes vean el esmero con que se cuida el sitio que van a disfrutar

11. PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADEO

Detalle Promoción y Publicidad	
Carpetas portafolios	800.000
Pendones	600.000
Tarjetas Presentación	150.000
Pautas radiales	1.840.000
Participación en ferias y eventos	1.500.000
Prensa	200.000
Lanzamiento de la empresa (se solicitan en los preoperativos)	2.500.000

ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO

Solamente se aprovisionaran los equipos y papelería pertinente para el desarrollo del servicio.

12. PROYECCIONES DE VENTA

12.1 JUSTIFICACION DE PROYECCIONES DE VENTAS

Las ventas proyectadas están determinadas para cinco años pero el primer año se toman 8 meses de servicio porque los 4 primeros meses son pre-operativos.

Tabla 13. Proyecciones de ventas de servicio

RUTA TURISTICA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Senderismo-Caminata ecológica					
Número de turistas (2 grupos quincenales)30 persona	480	720	792	871,2	958,32
Valor por persona	90.000	93.600	96.642	99.551	102.557
Valor Total	\$43.200.000	\$67.392.000	\$76.540.464	\$86.728.765	\$98.282.771

ESPEOLOGIA					
Número de Turistas (1 grupo mes)30 personas	240	360	396	436	479
Valor Por Persona	\$ 80.000	\$ 83.200	\$ 85.904	\$ 88.490	\$ 91.162
Valor Total	\$19.200.000	\$29.952.000	\$34.017.984	\$38.546.118	\$43.681.232

DEPORTE DE AVENTURA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rapel					
Número de Turistas (por hora)	800	1320	1452	1597	1757
Valor hora	\$ 10.000	\$ 10.400	\$ 10.738	\$ 11.061	\$ 11.395
Valor Total	\$ 8.000.000	\$13.728.000	\$15.591.576	\$17.666.971	\$20.020.565

Canotaje (raffting-kayak-tubing)					
Número de turistas(por hora)	1600	2640	2904	3194	3514
Valor hora	\$ 25.000	\$ 26.000	\$ 26.845	\$ 27.656	\$ 28.488
Valor Total	\$40.000.000	\$68.640.000	\$77.957.880	\$88.343.429	\$100.102.823
TOTAL INGRESOS	\$110.400.000	\$179.712.000	\$204.107.904	\$231.285.282	\$262.087.390

12.2 POLITICA DE CARTERA

Por ser un servicio que se prestara a entidades públicas y privadas como Alcaldías, Colegios, Cooperativas, se tiene estimado el periodo de cobro en 8 días necesarios para realizar los trámites del pago.

Tabla 14. Proyección de Ventas

Proyección de Ventas (Unidades)					
Producto o Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio de senderismo-Caminata ecológica	480	720	792	871	958
Servicio de espeleología	240	360	396	436	479
Deporte aventura Rapel	800	1320	1452	1597	1757
Deporte aventura Canotaje(raffting-kayak-tubing)	1600	2640	2904	3194	3514

13. OPERACIÓN

13.1 FICHA TECNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO

PRODUCTO	UNID	CARACTERISTICA
Espeleología	Persona	Espeleología, aventura que nos lleva a descubrir aspectos particularmente secretos de la naturaleza. En el occidente del Huila se practica en Paicol, en las cajas de agua, en La Argentina en la Cueva de los Guacharos, sus cavemas son utilizadas también para practicar rappel.
Senderismo-caminata ecológica/persona	Persona	Senderismo, nace de la necesidad de las personas de conocer, cuando miran un paisaje, que habrá al otro lado de una colina o en aquel bosque, así como la de hacer ejercicio de la manera más natural para la que está preparado el cuerpo humano. El occidente huilense es rico en biodiversidad, los paquetes incluyen el volcán del Purace, Campos Sevilla, Parque San Andrés de Pisimbala,
Deportes de Canotaje		
Rafting	Persona	Modalidad deportiva de las aguas bravas consistente en el descenso de ríos sobre una embarcación neumática y de gran estabilidad, lo que da la posibilidad de poder navegar por lugares antiguamente intransitables. Esta es propulsada por un grupo, con palas de canoa o por un par de remos de apoyo de gran envergadura. Para realizar esta actividad se cuenta con los rápidos del Río Páez que pasa a 10 minutos del casco urbano; el municipio de Paicol tiene el mejor acceso para culminar la actividad.
Kayak	Persona	El kayak es un tipo de canoa, en el que el practicante o deportista va sentado mirando hacia el frente, en el sentido de la marcha de las corrientes de agua, con un remo de dos palas que lo impulsa. Colombia es un país con un gran potencial hidrográfico, muy propicio para practicar este tipo de deporte. Sólo se necesita el equipo adecuado (kayak, pala o remo, chaleco salvavidas y casco), y por supuesto, la orientación y supervisión de un buen instructor responsable y experimentado.
Tubing	Persona	Deporte que para practicarlo se debe utilizar un neumático inflado, contar con buena corriente y con los equipos de seguridad correspondiente. Es un deporte popular.

14. ESTADO DE DESARROLLO

La industria turística en Colombia ha dado cambios muy significativos que han permitido a través de la seguridad democrática el mejoramiento de las condiciones para practicar especialmente el deporte de aventura; así mismo, se han creado Normas Técnicas para Requisitos para la operación de actividades de rapel en turismo de aventura. Requisitos para la operación de actividades de rafting en turismo de aventura. Actualmente está en proceso de aprobación la Norma Técnica para espeleología; con el fin de ofrecer entretenimiento seguro, que se interrelacione con el entorno, con los oficios y las competencias laborales relacionadas, dando finalmente una búsqueda de oportunidades comerciales que han permitido la estimulación de aprendizajes informales que a su vez han forjado capacidades para efectuar adaptaciones y mejoras tecnológicas, así como innovaciones de alguna consideración, convirtiéndose en una cadena productiva altamente generadora de empleo.

Es una oportunidad para fortalecer la Agenda de la Productividad y Competitividad del departamento del Huila, en su tercera propuesta de “Convertir al Huila en un destino turístico”, es decir, que es una de las políticas del Gobierno departamental para posicionar al Huila como destino turístico y así incrementar el desarrollo socioeconómico de la región.

14.1 DESCRIPCION DEL PROCESO

PROCESO PRODUCTIVO PARA PRESTACION DE SERVICIOS EN TURISMO

Sensibilización: a través de reuniones ante gremios, empresarios, instituciones educativas y comunidad, para mostrar las bondades de la empresa, las oportunidades que puede brindar un nuevo negocio que va a beneficiar a todos los sectores de la economía.

Presentación del portafolio de servicio: ante los clientes potenciales, se mostrarán los paquetes turísticos identificados, con fotografías de alta resolución y las potencialidades los paisajismos y naturaleza regional.

Gestión para construir alianzas: con agencias de viajes, operadoras mayoristas que se interesen en comercializar los servicios de RECREATUR SAS.

Distribución: después de tener los servicios estipulados en el portafolio de servicio, se tendrá un diseño exclusivo para ser enviados a las diferentes organizaciones, medios de comunicación.

Prestación de servicios: con calidad, dedicación y espíritu de servicio.

14.2 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Los requerimientos necesarios para colocar en marcha el proyecto son los siguientes:

Tabla 15. Costos de los elementos requeridos para la apertura de la empresa.

MUEBLES Y ENSERES			
DETALLE	UN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLE COMPUTADOR	1,00	300.000,00	300.000,00
ESCRITORIO OFICINA	1,00	300.000,00	300.000,00
SILLAS RIMAX	5,00	35.000,00	175.000,00
TOTAL			775.000,00
EQUIPOS			
DETALLE		VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
RUTAS TURISTICAS			
Cámara fotográfica digital	2,00	419.000,00	838.000,00
cámara de video digital	2,00	1.000.000,00	2.000.000,00
Carpa para 4 personas	8,00	486.638,00	3.893.104,00
Sleepen	32,00	135.000,00	4.320.000,00
soga de 3 mts	8,00	20.000,00	160.000,00
Linternas	8,00	25.000,00	200.000,00
pares boquitoquis	2,00	250.000,00	500.000,00
Brújulas	2,00	18.000,00	36.000,00
TOTAL			11.947.104,00
DEPORTE AVENTURA			
Rapel x 2 personas			
Cuerda estática KMII X 11mn x 100mts	2,00	879.310,00	1.758.620,00
Cuerda Dinámica KMII X 11mn x 100mts	2,00	905.172,00	1.810.344,00
Cuerda estática KMII X 11mn x 50mts	2,00	439.655,00	879.310,00
Cuerda Dinámica KMII X 11mn x 50mts	2,00	452.586,00	905.172,00
Arnes Pélvicos Pectorales PETZL ASPIRIN	4,00	223.276,00	893.104,00
Arnes Pélvicos PETZL ASPIRIN	4,00	223.276,00	893.104,00
Cascos de Seguridad para escalada Mamut	8,00	171.983,00	1.375.864,00
Protectores de cuerdas o fundas	6,00	25.000,00	150.000,00
Mosquetones de Seguridad Sencillos en Acero	15,00	21.121,00	316.815,00
MOSQUETÓN DE SEGURIDAD PETZL AMD	5,00	40.000,00	200.000,00

MOSQUETÓN DE SEGURIDAD PETZL AMD EN ALUMINIO	8,00	84.397,00	675.176,00
MOSQUETONES PETZL WILLIAM BALL TIPO PERA EN ALUMINIO	8,00	84.397,00	675.176,00
OCHOS RESCATE EN ALUMINIO CMI	4,00	125.500,00	502.000,00
Polea doble petzl modelo DOBLE tándem	2,00	181.848,00	363.696,00
Polea sencilla Roldana 24 mm para cabos de 4 a 6 mm	2,00	87.931,00	175.862,00
Cinta para anclajes x 30 mts	2,00	105.000,00	210.000,00
POLEA RETRACTIL PETZL FIXE	1,00	76.450,00	76.450,00
Total Rapel			11.860.693,00

CANOTAJE (RAFFTING-KAYAK-TUBING)			
RAFFTING			
Botes grupo de 8 pax	2,00	6.000.000,00	12.000.000,00
Remos	16,00	200.000,00	3.200.000,00
Cascos de Seguridad	16,00	171.983,00	2.751.728,00
Chalecos salvavidas (1 para guia)	16,00	81.853,00	1.309.648,00
KAYAK			
Kayak doble	2,00	2.410.000,00	4.820.000,00
Remo doble	2,00	199.000,00	398.000,00
chaleco salvavidas	2,00	81.853,00	163.706,00
Cascos de Seguridad	2,00	171.983,00	343.966,00
TUBING			
Neumáticos individuales (donas)	5,00	320.000,00	1.600.000,00
Cascos de Seguridad	5,00	171.983,00	859.915,00
Chalecos	5,00	81.853,00	409.265,00
Total Canotaje			27.856.228,00
TOTAL EQUIPOS			51.664.025,00
ADECUACIONES LOCATIVAS			
Adecuación muro rapel			1.000.000,00
Adecuación senderismo			2.000.000,00
Total adecuaciones			3.000.000,00

14.3 PLAN DE PRODUCCION

El plan de producción establecido para los cinco años es el siguiente:

Tabla 16. Plan de Producción

RUTA TURISTICA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Senderismo-Caminata ecológica					
Número de turistas (2 grupos quincenales)30 personas	480	720	792	871	958
Espeleología					
Número de Turistas (1 grupo mes)30 personas	240	360	396	436	479
DEPORTE DE AVENTURA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rapel					
Número de Turistas (por hora)	800	1320	1452	1597	1757
Canotaje (raffting-kayak-tubing)					
Número de turistas(por hora)	1600	2640	2904	3194	3514

14.4 PLAN DE COMPRAS

Tabla 17. CONSUMOS POR UNIDAD DE PRODUCTO

Servicio de espeleología				
Materia Prima, Insumo o Requerimiento	Unidad	Cant.	Presentación	Margen de Desperdicio (%)
Mano de Obra Directa				
Guía Turístico 1 (1/2 tiempo)	unidad	1	jornal	0
Materia Prima				
almuerzos.	unidad	1	unidad	0
comidas.	unidad	1	unidad	0
desayunos.	unidad	1	unidad	0

hospedajes/carpas	unidad	1	personas	0
refrigerio.	unidad	1	unidad	0
transporte.	unidad	1	personal	0
Otros				
CIF Espeleología	unidad	1	unidad	0

15. COSTOS DE PRODUCCION

Tabla 18. Costos de producción en pesos(incluido IVA)

Tipo de Insumo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de Obra Directa	12,499,998.40	19,500,009.60	20,133,742.20	20,738,335.70	21,365,458.37
Materia Prima	63,600,000.00	102,960,000.00	116,936,820.00	132,504,417.06	150,125,708.06
Otros	3,109,984.80	3,484,004.40	3,597,232.32	3,705,270.69	3,817,230.60
Totales	79,209,983.20	125,944,014.00	140,667,794.52	156,948,023.45	175,308,397.03

Tabla 19. Proyección de Compras (Unidades)

Tipo de Insumo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de Obra Directa					
Guia Turístico	480.00	720.00	792.00	871.00	958.00
Guia Turístico 1 (1/2 tiempo)	240.00	360.00	396.00	436.00	479.00
Guia Turístico deporte aventura (rapel)	800.00	1,320.00	1,452.00	1,597.00	1,757.00
Operador logística	1,600.00	2,640.00	2,904.00	3,194.00	3,514.00
Materia Prima					
Almuerzos	480.00	720.00	792.00	871.00	958.00
almuerzos.	240.00	360.00	396.00	436.00	479.00
alquiler caballos	480.00	720.00	792.00	871.00	958.00
Comidas	480.00	720.00	792.00	871.00	958.00
comidas.	240.00	360.00	396.00	436.00	479.00
Desayunos	480.00	720.00	792.00	871.00	958.00

desayunos.	240.00	360.00	396.00	436.00	479.00
Hospedaje en carpas (logística)	480.00	720.00	792.00	871.00	958.00
hospedajes/carpas	240.00	360.00	396.00	436.00	479.00
refrigerio.	240.00	360.00	396.00	436.00	479.00
Refrigerios	480.00	720.00	792.00	871.00	958.00
Transporte	480.00	720.00	792.00	871.00	958.00
transporte equipos al rio	1,600.00	2,640.00	2,904.00	3,194.00	3,514.00
transporte.	240.00	360.00	396.00	436.00	479.00
Otros					
CIF (senderismo)	480.00	720.00	792.00	871.00	958.00
cif canotaje	1,600.00	2,640.00	2,904.00	3,194.00	3,514.00
CIF Espeleología	240.00	360.00	396.00	436.00	479.00
CIF Rapel	800.00	1,320.00	1,452.00	1,597.00	1,757.00

Tabla 20. Proyecciones de Compras

Proyección de Compras (Pesos)					
Tipo de Insumo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de Obra Directa					
Guia Turístico	1,666,665.60	2,599,999.20	2,684,499.84	2,764,667.23	2,847,865.76
Guia Turístico 1 (1/2 tiempo)	833,332.80	1,299,999.60	1,342,249.92	1,383,920.68	1,423,932.88
Guia Turístico deporte aventura (rapel)	5,000,000.00	7,799,998.80	8,053,503.48	8,294,865.91	8,546,838.65
Operador logística	5,000,000.00	7,800,012.00	8,053,488.96	8,294,881.88	8,546,821.08
Materia Prima					
Almuerzos	6,720,000.00	10,483,200.00	11,906,294.40	13,488,035.99	15,283,318.88
Almuerzos.	3,360,000.00	5,241,600.00	5,953,147.20	6,751,760.84	7,641,659.44
Alquiler Caballos	5,760,000.00	8,985,600.00	10,205,395.20	11,561,174.95	13,099,988.98
Comidas	3,360,000.00	5,241,600.00	5,953,147.20	6,744,013.64	7,641,659.44

Comidas.	1,680,000.00	2,620,800.00	2,976,573.60	3,375,878.24	3,820,829.72
Desayunos	3,360,000.00	5,241,600.00	5,953,147.20	6,744,013.64	7,641,659.44
Desayunos.	1,680,000.00	2,620,800.00	2,976,573.60	3,375,878.24	3,820,456.10
Hospedaje En Carpas (Logística)	2,400,000.00	3,744,000.00	4,252,248.00	4,817,152.60	5,458,329.54
Hospedajes/Carpas	1,200,000.00	1,872,000.00	2,126,124.00	2,411,341.60	2,729,164.77
Refrigerio.	1,440,000.00	2,246,400.00	2,551,348.80	2,893,609.92	3,274,994.85
Refrigerios	2,880,000.00	4,492,800.00	5,102,697.60	5,780,583.12	6,549,989.70
Transporte	3,360,000.00	5,241,600.00	5,953,147.20	6,744,013.64	7,640,912.20
Transporte Equipos Al Rio	24,000,000.00	41,184,000.00	46,774,728.00	52,994,273.08	60,064,415.46
Transporte.	2,400,000.00	3,744,000.00	4,252,248.00	4,822,687.56	5,458,329.54
Otros					
CIF (senderismo)	478,459.20	535,996.80	553,417.92	569,947.56	587,100.72
cif canotaje	1,594,864.00	1,786,672.80	1,844,736.96	1,900,014.78	1,957,719.68
CIF Espeleología	239,229.60	267,998.40	276,708.96	285,300.96	293,550.36
CIF Rapel	797,432.00	893,336.40	922,368.48	950,007.39	978,859.84
Total	79,209,983.20	125,944,014.00	140,667,794.52	156,948,023.45	175,308,397.03
IVA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total más IVA	79,209,983.20	125,944,014.00	140,667,794.52	156,948,023.45	175,308,397.03

16. INFRAESTRUCTURA

Tabla 21. Costos de producción en pesos(incluido IVA)

Tipo de Insumo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de Obra Directa	12,499,998.40	19,500,009.60	20,133,742.20	20,738,335.70	21,365,458.37
Materia Prima	63,600,000.00	102,960,000.00	116,936,820.00	132,504,417.06	150,125,708.06
Otros	3,109,984.80	3,484,004.40	3,597,232.32	3,705,270.69	3,817,230.60
Totales	79,209,983.20	125,944,014.00	140,667,794.52	156,948,023.45	175,308,397.03

17.PARAMETROS TECNICOS ESPECIALES

ORGANIZACIÓN

ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

ANALISIS DOFA		
ANALISIS EXTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Personal capacitado.	Empresa nueva en el mercado.
	Innovación tecnológica.	
	Servicio de calidad, seguro y atractivo	
	Paisajismo, ríos con abundante caudal y rápidos	
	La ubicación de la empresa en la zona de consumo	Poco capital.
	Precio adecuado para la región y sostenible para la empresa.	
	Servicio con características únicas en el mercado del occidente huilense.	Los cambios económicos negativos
	Se cuenta con personas que tienen experiencia en las prácticas de turismo de aventura.	

OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
Mercado con amplias posibilidades de crecimiento.	Promoción por diferentes medios y la creación en un futuro de una Web.	Fortalecer imagen de la empresa a través de la publicidad
Inexistencia en el occidente huilense de una empresa que oferte el turismo de aventura.	Casco urbano no se cuenta con la capacidad hotelera necesaria.	buscar nuevos mercados nacionales e internacionales con el fin de incrementar los niveles de producción y ventas
Alianzas estratégicas con empresas beneficiarias del Fondo Emprender que constantemente requieren de pendenos, avisos y otras necesidades.	A medida que el negocio va creciendo se realizarán alianzas y se captaran los clientes potenciales.	Aprovechar el capital semilla de Fondo Emprender para adquirir la infraestructura básica para establecer un servicio apropiado a las necesidades del cliente
Tendencia de crecimiento a la creación de empresas y al mejoramiento de su cultura corporativa.		
La crisis económica mundial que hace a las personas crear nuevos emprendimientos.	Ofrecer servicios de camping rural. Hoteleros dispuestos a mejorar sus servicios e infraestructura.	
El turismo es un potencial no explorado en la región.	Aprovechar la experiencia que tengo sobre el negocio y el good will que tengo dentro de este mercado en la región para posicionar la empresa.	

AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
Los cambios fluctuantes del dólar	Realizar los procesos con calidad, con bajos costos para ofrecer precios bajos a los clientes potenciales.	El tener un producto nuevo en el mercado, se minimizará con las estrategias de posicionamiento agresivas y la innovación que este representa entregar los clientes servicios de calidad, a bajos costos y con un fuerte servicio.
Altas tasas de interés y crédito restringido		La competencia se minimizara como amenaza no entrando a competir directamente con ellos, solo tomando una porción del mercado que está insatisfecha
La crisis económica mundial		Publicidad y promoción en todos los municipios que se tienen como objetivo para captar satisfactoriamente a los clientes.
Variaciones climáticas.		
Aparición de nuevos competidores		

18. ORGANISMOS DE APOYO

Tabla 22. Organismos de Apoyo

ORGANISMOS DE APOYO	APOYO
Sena Centro de Desarrollo Agroempresarial y Turístico del Huila	En todas las fases del establecimiento, puesta en marcha y sostenimiento de la empresa.
FONDO EMPRENDER	Apoyo financiero a través de su capital semilla
FONADE	Seguimiento presencial y virtual observando la evolución de la empresa.

19. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Tabla 23. Estructura Organizacional de la Empresa

DESCRIPCIÓN DE CARGOS	
A. ASPECTOS INTRÍNSECOS	
1. Nombre del cargo	Representante legal
2. Contenido del cargo	Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la organización; coordinar los equipos de trabajo, planear la proyección de la empresa en el mercado, definir y planear metas y objetivos de la empresa; realizar las actividades de mercadeo y las actividades administrativas de la empresa.
B. ASPECTOS EXTRÍNSECOS	
1. Requisitos intelectuales	Especialista en Negocios y Finanzas Internacionales con experiencia en manejo empresarial, manejo de personal, excelentes relaciones interpersonales, emprendedor, comprometido, capacidad de liderazgo y negociación.
2. Responsabilidades	Manejo de personal, mantenimiento relaciones comerciales, crecimiento y posicionamiento de la empresa.

DESCRIPCIÓN DE CARGOS	
A. ASPECTOS INTRÍNSECOS	
1. Nombre del cargo	Auxiliar Administrativo
2. Contenido del cargo	Atender a los clientes, realizar los registros diarios, realizar consignaciones; llevar inventarios, apoyar a la gerencia.
B. ASPECTOS EXTRÍNSECOS	
1. Requisitos intelectuales	Técnico o tecnóloga en administración de empresas, experiencia mínima de 1 año desempeñando el rol de auxiliar administrativo, responsables, honestos y comprometidos, género femenino entre 18 y 24 años, egresada del SENA
2. Responsabilidades	Manejo de información confidencial

DESCRIPCIÓN DE CARGOS	
A. ASPECTOS INTRÍNSECOS	
1. Nombre del cargo	Asesor Contable y Financiero
2. Contenido del cargo	Presentar los registros diarios, mayor, inventarios, cuentas de bancos, estados e indicadores financieros; efectuar

	inventarios; llevar a cabo el pago de impuestos y trámites legales; discutir los contratos y seguros, asesorar permanentemente a la dirección y hacer sugerencias pertinentes; presentar informes económicos.
B. ASPECTOS EXTRINSECOS	
1. Requisitos intelectuales	Contador Público y experiencia mínima en el manejo contable y financiero de 2 años en cargos similares; responsables, honestos y comprometidos.
2. Responsabilidades	Manejo de información confidencial
DESCRIPCIÓN DE CARGOS	
A. ASPECTOS INTRINSECOS	
1. Nombre del cargo	Guía turístico
2. Contenido del cargo	Desarrollar con eficiencia y calidad cada una de las fases de los servicios prestado, garantizando la productividad del negocio y respeto por el cliente y por la naturaleza.
B. ASPECTOS EXTRINSECOS	
1. Requisitos intelectuales	Experiencia en el desarrollo del proceso productivo, con mínimo 1 año; responsable, comprometido, habilidades para el trabajo con calidad, empatía, dinamismo, comunicación efectiva; Guía 1: con amplia experiencia en deportes de aventura Guía 2: egresado del SENA con edad entre 18 y 24 años, preferiblemente mujer cabeza de hogar.
2. Responsabilidades	Cumplir con la producción en excelentes condiciones de calidad.
DESCRIPCIÓN DE CARGOS	
A. ASPECTOS INTRINSECOS	
1. Nombre del cargo	Operador logístico
2. Contenido del cargo	Desarrollar con eficiencia y calidad cada una de las fases del proceso productivo, garantizando la calidad de los servicios, entregas a tiempo, evitar daños en los equipos y materiales dejados a su custodia.
B. ASPECTOS EXTRINSECOS	
1. Requisitos intelectuales	Experiencia en el desarrollo del proceso productivo, con mínimo 1 año; responsable, comprometido, habilidades para el trabajo con calidad, empatía, dinamismo, comunicación efectiva., egresado del SENA, con edad entre 18 y 24 años, preferiblemente mujer cabeza de hogar
2. Responsabilidades	Cumplir con la producción en excelentes condiciones de calidad.

20. ASPECTOS LEGALES

20.1 CONSTITUCION EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES

Presentar el formulario, minuta de constitución como Sociedad Anónima Simple (SAS) en la Cámara de Comercio de Neiva, sede La Plata, los documentos se diligencian con el nombre de la empresa previa consulta de la existencia de un homónimo, datos del propietario de la empresa, el número de la cédula de ciudadanía y la respectiva fotocopia, la nacionalidad, el estado civil, número telefónico, el domicilio; la clase de empresa, el domicilio de la empresa, el objeto social, sus principales actividades; el capital social pagado; la forma de administrar la empresa, las causales para disolverla, la forma de liquidarla y demás aspectos que tengan que ver con la minuta de constitución. La minuta debe ir autenticada ante la notaria. En la Cámara de Comercio diligencian el Nit y allí se realizan todos los trámites. Tiempo 4 días.

RUT (registro único tributario), la inscripción en el registro de vendedores IVA y la solicitud para la autorización para la numeración para las facturas que usará la empresa: 1 día.

Régimen de Seguridad Social: la Empresa contratará a su talento humano con contratos a término fijo, por prestación de servicios profesionales y bajo la modalidad de jornales estos últimos deberán presentar su carnet de salud proveniente del Sisben. El talento humano contratado a término fijo será afiliado a salud, pensión, ARP.

Aportes parafiscales: Se realizara al SENA, ICBF y CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR, de acuerdo al contrato realizado con su talento humano.

Equipos de protección personal: serán suministrados a todos los operarios de la empresa, overol de dril con el logotipo de la empresa, zapatos con protección, camiseta, guantes protectores, mascarillas ultrafiltrantes de excelente funcionamiento, mono gafas.

Señalización: en la empresa se manejará señalización en todas las secciones de la planta y se utilizarán los siguientes tipos de señales: a) Señalización de ubicación de las áreas dentro de la organización; b) Señalización acerca de la protección preventiva, vías de acceso, peligros y precauciones alrededor de la planta; c) señales de precaución de piso para el interior del área de impresión; d) señales de prohibidos dentro de la planta; e) señales de salidas y rutas de emergencia.

Jornada laboral: La jornada laboral ordinaria es de 48 horas semanales las cuales pueden ser distribuidas de lunes a sábado, diurna.

21. COSTOS ADMINISTRATIVOS

21.1 GASTOS DE PERSONAL

Dedicación	Tipo de Contratación	Valor Mensual	Valor Anual	Otros Gastos
Asesor Contable	Parcial	Temporal	200,000.00	2,400,000.00
Asistente Administrativo	Completa	Fija	777,650.00	9,331,800.00
Gerente (Emprendedor)	Completa	Fija	800,000.00	9,600,000.00
Total			1,777,650.00	21,331,800.00

21.2 GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACION

Tabla 24. Gastos de Administración

Descripción	Valor
Cargos por servicios bancarios	0.00
impuesto industria y comercio	552,000.00
Pagos por arrendamientos	200,000.00
Publicidad	3,393,333.00
Reparaciones y mantenimiento	0.00
Seguros	0.00
Servicios Públicos	0.00
Suministros de Oficina	600,000.00
Suscripciones y Afiliaciones	0.00
Teléfono, Internet, Correo	0.00
Total	4,745,333.00

FINANZAS

22.1 INGRESOS

FUENTES DE FINANCIACION

Aporte de los Emprendedores		
Nombre	Valor	Detalle
Dinero		
Oscar Oswaldo Valencia Peralta Francy Milena Parra Andrade Adriana Marcela Valencia Cardona	1,143,469.00	necesarios para cubrir la necesidades prioritarias en el momento de apertura del proyecto
Total	1,143,469.00	

Tabla 25. Ingresos por Ventas

Proyección de Ingresos por Ventas					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio de senderismo-Caminata ecológica	43,200,000.00	67,392,000.00	76,540,464.00	86,708,851.32	98,249,950.88
Servicio de espeleología	19,200,000.00	29,952,000.00	34,017,984.00	38,581,513.56	43,666,645.90
Deporte aventura Rapel	8,000,000.00	13,728,000.00	15,591,576.00	17,664,752.37	20,021,471.82
Deporte aventura Canotaje(raffting-kayak-tubing)	40,000,000.00	68,640,000.00	77,957,880.00	88,332,369.68	100,107,394.24
Total	110,400,000.00	179,712,000.00	204,107,904.00	231,287,486.93	262,045,462.84
IVA	17,664,000.00	28,753,920.00	32,657,264.64	37,005,997.91	41,927,274.05
Total con IVA	128,064,000.00	208,465,920.00	236,765,168.64	268,293,484.84	303,972,736.89

22.2 MODELO FINANCIERO

Tabla 26. Egresos

Inversiones Fijas y Diferidas			
Concepto	Valor	Meses	Tipo de Fuente
Fija			
Muebles y encerados	775,000.00		
Maquinaria, Equipos y herramientas	51,664,025.00		
Remodelación y/o Adecuación de instalaciones	3,000,000.00		
Diferida			
Aporte Fondo Emprender	67,980,000.00	4	Fondo Emprender
Aporte Emprendedor	1,143,469.00	4	Aporte Emprendedores
Ventas Primer Año	110,400,000.00	8	Ingresos por ventas
Total	234,962,494.00		

Tabla 27. Gastos para la legalización de la empresa.

Costos de Puesta en Marcha	
Descripción	Valor
Escrituras y Gastos Notariales	100,000.00
Permisos y Licencias	0.00
Registro Mercantil	140,000.00
Registros, Marcas y Patentes	0.00
Total	240,000.00

Tabla 28. Gastos de Personal

Tabla No 28. Gastos de Personal					
Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Asesor Contable	2,400,000.00	2,496,000.00	2,595,840.00	2,699,673.60	2,807,660.54
Asistente Administrativo	9,331,800.00	9,705,072.00	10,093,274.88	10,497,005.88	10,916,886.11
Gerente (Emprendedor)	9,600,000.00	9,984,000.00	10,383,360.00	10,798,694.40	11,230,642.18
Total	21,331,800.00	22,185,072.00	23,072,474.88	23,995,373.88	24,955,188.83

21.3 CAPITAL DE TRABAJO**Tabla 29. Capital de Trabajo**

Componente	Valor	Observación
Financiación cuentas por cobrar	2,453,333.00	8 días periodo de recaudo
Financiación cuentas por pagar proveedores	1,691,111.00	periodo de pago 8 días
Financiación gastos anticipados	9,540,000.00	evento lanzamiento, honorarios contador, arrendamiento
Total		13,684,444.00

22. PLAN OPERATIVO

Tabla 30. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Ítem	Actividad
1	Constitución de la empresa
2	Contratación asesor contable
3	Contratación evento de lanzamiento
4	Financiación gastos pre operativos
5	Compra equipo oficina
6	Compra equipos para las rutas turísticas
7	Compra de equipos para rapel
8	Compra equipos canotaje
9	Contratación adecuación muro rapel
10	Contratación adecuación ruta senderismo
11	Financiación cuentas por cobrar
12	Financiación proveedores

23. METAS SOCIALES

24.1 PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

El Plan de Negocios se enmarca dentro del Conpes 3527 “Política Nacional de Competitividad y Productividad” con el plan de acción “Salto en la productividad y empleo”, con sus ejes temáticos: emprendimiento, productividad y crecimiento; con el plan de acción “Formalización empresarial” para fortalecer el control de la informalidad; con el plan de acción “Sostenibilidad ambiental como factor de la competitividad”. También dentro de la visión II centenario 2019 de Colombia, y del Plan Nacional de Desarrollo Estado Comunitario: “desarrollo para todos 2006-2010”: Capítulo 4: Desarrollo empresarial, se fundamenta la competitividad en la innovación, a mayor productividad y competitividad garantizando la generación de empleos de calidad.

En Colombia el turismo recreativo y deportivo induce a fortalecer a uno de los 8 sectores de clase mundial “Turismo en Salud” que se perfila como uno de los grandes atractivos empresariales dirigido a mejorar la posición de Colombia como país turístico a nivel de América Latina a través de estrategias que contribuyan a incrementar sustancialmente el número de turistas internacionales, generando un gran impacto en la participación del turismo en el PIB.

24.2 PLAN REGIONAL DE DESARROLLO

RECREATUR SAS está enmarcado dentro de: *La segunda apuesta de la Agenda de Productividad y Competitividad para el departamento del Huila.

*La Agenda Prospectiva de Ciencia, Tecnología e Innovación del departamento del Huila, que proyecta el apoyo al fortalecimiento regional, empresarial e institucional, la Infraestructura, la innovación, ciencia y tecnología, formado en una cultura de productividad con respeto por el medio ambiente, que permita el desarrollo sostenible, diversificado y con alto valor agregado de las potencialidades del Departamento.

“En el año 2020 los productos y sectores potenciales del Huila tendrán un desarrollo integral, sostenible y diversificado, consolidando una oferta exportable de bienes y servicios de alto valor agregado, apoyados en la ciencia, la tecnología

y la innovación, el esfuerzo conjunto de las instituciones regionales y un talento humano altamente calificado” Estrategias: se encuentran 4 estrategias, aplicando al presente plan de negocios: 1. Asociatividad 2. Implementación de Sistemas de Gestión de Calidad 3. Crear y recrear empresas 4. Formalización Laboral y empresarial.

24. IMPACTO

25.1 IMPACTO ECONOMICO

El turismo es uno de los sectores de la economía que experimenta un mayor crecimiento. Representa cerca del 7% de las exportaciones globales de bienes y servicios y ocupa el cuarto lugar en el ranking, luego de las exportaciones de químicos, productos automotores y combustibles. En Colombia el turismo recreativo y deportivo induce a fortalecer a uno de los 8 sectores de clase mundial “Turismo en Salud” que se perfila como uno de los grandes atractivos empresariales dirigido a mejorar la posición de Colombia como país turístico a nivel de América Latina a través de estrategias que contribuyan a incrementar sustancialmente el número de turistas internacionales, generando un gran impacto en la participación del turismo en el PIB.

Es una oportunidad para fortalecer la Agenda de la Productividad y Competitividad del departamento del Huila, en su tercera propuesta de “Convertir al Huila en un destino turístico”, es decir, que es una de las políticas del Gobierno departamental para posicionar al Huila como destino turístico y así incrementar el desarrollo socioeconómico de la región.

Lo anterior brinda posibilidades para crear empresas innovadoras en el país y específicamente en el municipio de La Plata y en el occidente huilense creando y poniendo en marcha una empresa dedicada a prestar servicios de turismo de aventura: Senderismo con caminata ecológica, Espeleología, Rapel y Canotaje (rafting, kayak y tubing) a colombianos y extranjeros que deseen disfrutar su tiempo de esparcimiento y ocio.

RECREATUR S.A.S. al enmarcar el negocio dentro del Conpes 3527 “Política Nacional de Competitividad y Productividad” con el plan de acción “Salto en la productividad y empleo”, con sus eje temáticos: emprendimiento, productividad y crecimiento; con el plan de acción “Formalización empresarial” para fortalecer el control de la informalidad; con el plan de acción “Sostenibilidad ambiental como factor de la competitividad” y acorde con la Visión Colombia II centenario 2019, y con del Plan Nacional de Desarrollo Estado Comunitario: “desarrollo para todos 2006-2010”: Capítulo 4: Desarrollo empresarial, se fundamenta la competitividad en la innovación, a mayor productividad y competitividad garantizando la generación de empleos, se logrará:

Obtener financiación a través de capital semilla de Fondo Emprender para poner en marcha la operación de RECREATUR SAS brindara la oportunidad de hacer un negocio rentable y al conseguir el capital semilla por medio de este programa por valor de \$64.597.000, la empresa obtendrá utilidades desde el primer año de

operaciones, con una Tasa Interna de Retorno mínima de 16 y máxima de 23.85% para los primeros 5 años de operación, Valor Actual Neto de \$15.834.727 y un Periodo de Recuperación de la Inversión de 2,46 años y ofrecerá empleos para 5 personas que incluye 1 para el representante legal, 1 para el auxiliar administrativo, 3 guías y apoyos para el buen desarrollo y crecimiento de la empresa, vinculando a personas en situación de vulnerabilidad como lo son los jóvenes entre 18 a 24 años y, el pago de impuestos en 5 años de aproximadamente \$43.904.716 sobre la Renta, que luego el Estado Colombiano los destina a inversión social.

25.2 IMPACTO SOCIAL

La empresa al impactar en lo económico a la vez impactará en el aspecto social porque con la creación y puesta en marcha se van a crear empleos estables, las familias de todos los involucrados dentro del plan de negocio, directa o indirectamente se afectarán positivamente. Así mismo, se brindaran otras opciones a los jóvenes de la región que carecen de oportunidades para disfrutar de la recreación a través del turismo de aventura.

25.3 IMPACTO AMBIENTAL

RECREATUR SAS, es ambientalmente amigable, está comprometida directamente en cuidar y conservar el ambiente. Se implementará en el primer mes de actividades un plan de manejo ambiental. En lo que tiene que ver con el manejo de basuras se hará de la siguiente manera:

Basuras Biodegradables: Se depositarán en fosas para su correcto tratamiento y luego serán utilizadas como abonos orgánicos para las plantas.

Basuras no Degradables: Se entregarán al carro recolector de basuras que pasa frente a Campo Sevilla.

25. RESUMEN EJECUTIVO

26.1 CONCEPTO DEL NEGOCIO

Crear la empresa RECREATUR S.A.S. como operadora turística para prestar servicios de deportes de aventura: Senderismo con caminata ecológica, Espeleología, Rapel y Canotaje (rafting, kayak y tubing) a colombianos y extranjeros que deseen disfrutar su tiempo de esparcimiento y ocio, en el municipio de La Plata, departamento del Huila, es una excelente oportunidad para el desarrollo local y regional; para lograrlo se requiere conseguir una financiación a través de capital semilla de Fondo Emprender para poner en marcha la operación de la empresa por \$67.980.000 más el aporte del emprendedor por \$1.143.470; con la puesta en marcha del negocio se van a obtener utilidades del negocio en 5 años por lo menos de \$89.139.877, con una Tasa Interna de Retorno mínima de 16 y máxima de 23.85% para los primeros 5 años de operación, Valor Actual Neto de \$15.834.727 y un Periodo de Recuperación de la Inversión de 2,46 años; que permitirá pagar al Estado Colombiano en 5 años son aproximadamente \$43.904.716 sobre la Renta, que luego el Estado Colombiano los destina a inversión social.

RECREATUR SAS es un negocio **Innovar** en el occidente huilense con el montaje de una empresa de que ofrezca servicios para deportes de aventura que le permita a visitantes, empresarios regionales, asistir y participar de los eventos aplicando normas técnicas de calidad, seguridad; que además de ofrecer servicios de calidad va a generar empleo al contratar 5 empleos 1 para el representante legal, 1 para el auxiliar administrativo, 3 guías y apoyos para el buen desarrollo y crecimiento de la empresa y entro del equipo de trabajo vincular como mínimo a una persona en situación de vulnerabilidad (desplazado, o minoría étnica o joven vulnerable, mujer cabeza de hogar) y el 70% a personas entre 18 a 24 años.

En Colombia el turismo recreativo y deportivo induce a fortalecer a uno de los 8 sectores de clase mundial “Turismo en Salud” que se perfila como uno de los grandes atractivos empresariales dirigido a mejorar la posición de Colombia como país turístico a nivel de América Latina a través de estrategias que contribuyan a incrementar sustancialmente el número de turistas internacionales, generando un gran impacto en la participación del turismo en el PIB.

Es una oportunidad para fortalecer la Agenda de la Productividad y Competitividad del departamento del Huila, en su tercera propuesta de “Convertir al Huila en un destino turístico”, es decir, que es una de las políticas del Gobierno departamental para posicionar al Huila como destino turístico y así incrementar el desarrollo socioeconómico de la región.

La industria turística en Colombia ha dado cambios muy significativos que han permitido a través de la seguridad democrática el mejoramiento de las condiciones para practicar especialmente el deporte de aventura; así mismo, se han creado Normas Técnicas para Requisitos para la operación de actividades de rapel en turismo de aventura. Requisitos para la operación de actividades de rafting en turismo de aventura. Actualmente está en proceso de aprobación la Norma Técnica para espeleología; con el fin de ofrecer entretenimiento seguro, que se interrelacione con el entorno, con los oficios y las competencias laborales relacionadas, dando finalmente una búsqueda de oportunidades comerciales que han permitido la estimulación de aprendizajes informales que a su vez han forjado capacidades para efectuar adaptaciones y mejoras tecnológicas, así como innovaciones de alguna consideración, convirtiéndose en una cadena productiva altamente generadora de empleo.

26.2 POTENCIAL DEL MERCADO EN CIFRAS

Para la práctica de deporte de aventura, se segmenta los clientes potenciales, teniendo en cuenta las edades entre 15 años (previo permiso de un mayor de edad) hasta las personas de 55 años. El total de la población es de 1.083.200, de los cuales 319.971 son hombres y 319.746 son mujeres para un total de 639.717; esta población se considera económicamente activa a partir de los 18 años, pero como no fue posible conseguir las edades de 15 a 18 se toma el total de 15 a 19 años. De la 639.717 se toma solamente el 1% como para 6.397 clientes potenciales, de los cuales RECREATUR SAS aspira a servirle a un promedio 5302 personas por año, para el primer año requiere comercializar 3.400 paquetes (estimado para 3400 personas), para el segundo año requiere comercializar 5.040 que se irán incrementando cada año. El mercado potencial esta dado para cubrir los siguientes servicios:

Tabla 31. Potencial de Mercado en cifras

Unidades Vendidas por Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Senderismo-caminata ecológica/persona	480	720	792	871	958
Espeleología/persona	240	360	396	436	479
Rapel (hora)	800	1.320	1.452	1.597	1.757
Canotaje (rafting-kayak-tubing)/hora	1.600	2.640	2.904	3.194	3.514

26.3 VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR

Ventajas competitivas de los productos RECREATUR SAS:

- Calidad de los materiales utilizados
- Los equipos utilizados
- Menores costos y mayor rentabilidad de los servicios
- El Municipio de La Plata está ubicado en un lugar estratégico que comunica con los 5 Municipios del occidente huilense y los 2 municipios del nororiente caucano (Inzá y Páez)

Distingos Competitivos:

- El Servicio al cliente interno y externo como fundamento al buen desarrollo de la empresa
- Producto con calidad
- Servicio prestado a tiempo
- Precios acordes a las necesidades de los clientes
- Equipos tecnológicos actualizados

RESUMEN DE LAS INVERSIONES REQUERIDAS

Las inversiones requeridas ascienden a \$69.123.469 las cuales están detalladas así: compra equipos oficina \$775000, compra equipos \$51.664.025, adecuaciones locativas \$3.000.000, financiación gastos anticipados \$9.540.000, financiación cartera clientes \$2.453.333, financiación proveedores \$1.691.111.

PROYECCION DE VENTAS Y RENTABILIDAD

Las ventas están proyectadas para los cinco años, pero en el primer año solo se toma como periodo productivo 8 meses. La rentabilidad sobre estas ventas es de 4.9% para el primer año, 9.7% para el segundo año, 12.6% para el tercer año, 15.4% para el cuarto año y 18.7% para el quinto año.

Tabla 32. Proyecciones de Ventas y rentabilidad

RUTA TURISTICA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Senderismo-Caminata ecológica					
Número de turistas (2 grupos quincenales)30 personas	480	720	792	871	958
Valor por personas	90.000,00	93.600,00	96.642,00	99.550,92	102.557,36
Valor Total	\$43.200.000	\$67.392.000	\$76.540.464	\$ 86.728.765	\$98.282.771
Espeleología					
Número de Turistas (1 grupo mes)30 personas	240	360	396	436	479
Valor Por Persona	80.000,00	83.200,00	85.904,00	88.489,71	91.162,10
Valor Total	\$19.200.000	\$29.952.000	\$34.017.984	\$38.546.118	\$43.681.232

26. CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACION DE VIABILIDAD

Como conclusión financiera se puede decir que la empresa es rentable pues durante los cinco años presenta una rentabilidad neta de 3.3%, 6.5%, 8.5%, 10.3%, 12.5% respectivamente para los años del 1 al 5, el primer año es bajo dado que se trabajan solo 8 meses de operación. La utilidad generada es de \$3.615.363 para el primer año, \$11.624.450 para el segundo año, \$17.252.267 para el tercer año, \$23.878.768 para el cuarto año y \$32.769.029 para el quinto año.

La Tasa Interna de Retorno es de 23.85% cuando la esperada era del 16%, un Valor Actual Neto de \$15.834.768 y un PRI de 2.46. La razón de liquidez es de 7.56%, 5.72%, 6.42%, 7.06% y 7.52% respectivamente para los cinco años; lo que refleja que la empresa si es viabilizada por Fondo Emprender no tendrá problemas de capital de trabajo para desarrollar su objeto.

Además de los anteriores resultados es importante resaltar el impacto social que también se da por la generación de 5 empleos directos más 1 asesor contable contribuyendo así al desarrollo del municipio y mejorando mi calidad de vida así como la de las familias de los que se lleguen a contratar. Es importante resaltar que esta sería la mejor oportunidad para demostrar que en el Municipio de La Plata también se puede desarrollar el Turismo aprovechando esos grandes recursos naturales con que contamos y que muy poco se han sabido aprovechar.

ANEXOS

ANEXO A. FICHA BIBLIOGRAFICA

FICHA BIBLIOGRÁFICA TRABAJO	
TIPO	Creación de Empresa
TITULO	RECREATUR S.A.S
PROGRAMA	Especialización en Negocios y Finanzas Internacionales
MODALIDAD PROGRAMA	Pregrado
EDICIÓN	Neiva Huila, Universidad Surcolombiana, Septiembre de 2010
AUTOR (es)	Francy Milena, Parra A; Adriana Marcela , Valencia C; Oscar Oswaldo, Valencia P.
PALABRAS CLAVE	Empresa, Turismo, Servicios.
DESCRIPCIÓN	RECREATUR SAS es un proyecto innovador en la región, pues en la actualidad no existe una empresa en el suroccidente del Huila, que se dedique completamente a desarrollar específicamente la prestación de servicios de turismo y a la vez la práctica de deportes de aventura, por tal motivo se pretende lograr los siguientes objetivos:
FUENTES	Centro Agroindustrial y de Desarrollo Turístico SENA-Municipio de la Plata Huila. Información de páginas web donde se promociona el turismo colombiano.
CONTENIDO	El presente informe contiene un análisis específico de la comercialización y práctica del turismo en Colombia, luego se explica claramente cuáles son los clousters turísticos en el departamento del Huila, además la importancia de promover el turismo en el municipio de la Plata siendo este una zona estratégica para el desarrollo de este tipo de empresas de servicios turísticos; seguidamente se argumenta porque es viable la creación de la empresa de promoción turística RECREATUR S.A.S partiendo de la importancia de contar con un terreno que brinda todas las herramientas necesarias para ofrecerle a los clientes una diversidad de actividades turísticas y de deportes extremos que en la actualidad no existen en esta zona del Departamento del Huila. Por último se refleja todo el análisis financiero realizado para demostrar la viabilidad del proyecto, reflejando el interés de presentar el presente proyecto al Fondo Emprender del SENA, con el ánimo de obtener el subsidio o capital semilla para la creación y ejecución de la misma.
METODOLOGÍA	Se baso específicamente en los requisitos dados por el Fondo emprender y los parámetros exigidos por la Universidad EAN.
CONCLUSIONES	RECREATUR SAS es una empresa Innovadora en el occidente del departamento del Huila que ofrece servicios turísticos y la práctica de deportes de aventura que le permitirá a visitantes, empresarios regionales, asistir y participar de los eventos garantizándoles normas técnicas de calidad y seguridad.
PERIODO ACADÉMICO	2010

ANEXO B. CARTA DE DERECHOS DE AUTOR:


AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA EAN

Nosotros, Francy Milena Parra Andrad, Adriana Marcela Valencia C, Oscar Oswaldo Valencia P. mayores de edad, residentes en La Plata Huila Colombia, identificados con cédula de ciudadanía N° 36.384.181 de la Plata, 52.967.686 de Bogotá y 80.200.090 de Bogotá actuando en mi calidad de autores del informe final de investigación, titulado RECREATURS S.A.S, de conformidad con lo establecido en la Ley 23 de 1982 y en las demás normas concordantes sobre la materia, autorizo a la Universidad EAN, para:

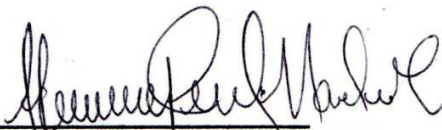
- **Utilizarlo como medio de consulta para la comunidad universitaria.**
- **Publicarlo en formato electrónico de la página Web de La Universidad EAN o de los ambientes virtuales por ésta utilizados.**
- **Publicarlo en formato impreso en la Revista de La Universidad EAN.**

La anterior autorización se otorga siempre y cuando, mediante la correspondiente cita bibliográfica se me dé crédito al (artículo, informe final de investigación, trabajo de grado, según el caso).

Manifestamos que la obra objeto de la presente autorización es original y se realizo sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, y por lo tanto la obra es de su exclusiva autoría y detento la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión, asumo toda la responsabilidad. Para todos los efectos la Universidad EAN actúa como un tercero de buena fe.



FRANCY MILENA PARRA
C.C 36.384.181 de La Plata



ADRIANA MARCELA VALENCIA
C.C. 52.967.686 De Bogotá



OSCAR OSWALDO VALENCIA P
C.C. 80.200.090 de Bogotá

ANEXO C. ENCUESTA

Buenos días/tardes, Sr. o Sra. estamos realizando una encuesta para evaluar el lanzamiento de una empresa dedicada a la prestación de servicios turísticos de aventura que cubrirá el mercado del occidente huilense. Damos las gracias por su tiempo dedicado a responder las siguientes preguntas:

1. ¿Habita Usted en el municipio de La Plata?

Si_____ No_____

2. Si su respuesta es NO, ¿porque motivos se encuentra en La Plata?

- Vacaciones
- Visitar a familiares / amigos
- Negocios
- Estudios
- Salud
- Por deporte
- Por placer y diversión
- Curiosidad por conocer otros lugares
- Interés por lugares históricos
- Religioso

3. ¿Cuál es su rango de ingresos?

- Menos \$515.000
- Entre \$515.0001 a \$1.000.000
- Entre \$1.000.001 a \$2.000.000
- Más de \$2.000.000

4. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?

- Primaria
- Bachillerato completo
- Nivel técnico o tecnológico
- Universitario
- posgrado

5. ¿Sale con frecuencia a vacaciones a sitios diferentes de su lugar permanente?

Si_____ No_____

6. ¿Al momento de pensar en vacaciones que es lo que toma en cuenta?

- En el presupuesto _____
- En el atractivo de los paquetes que ofrezcan _____
- En la cercanía a mi lugar habitacional _____
- En la calidad del servicio que me van a prestar _____

7. ¿Con qué frecuencia sale de vacaciones?

- Cada 6 meses
- Mayor a un año
- Otros

8. ¿Le gustaría en sus vacaciones hacer turismo de aventura?

Si _____ No _____

9. ¿En qué actividades le gustaría participar haciendo turismo de aventura?

- Deportes de aventura
- Centros Campestres / Campamentos
- Deportes extremos
- Espeleología
- Senderismo / Caminatas / Visitas guiadas

10. ¿Cuáles deportes de aventura le gustaría participar?

- Rappel
- Parapentismo
- Actividades de canotaje
- Tubing
- Bicicrós de montaña
- Escalada de montaña
- No le gusta ninguno de los anteriores

11. ¿Estaría dispuesto a pasar unos días de sus vacaciones en el municipio de La Plata haciendo turismo de aventura?

Si _____ No _____

12. ¿Cuántos días promedio dedicaría a hacer turismo de aventura en La Plata?

- De 1 a 2 días
- De 3 a 5 días
- 1 semana
- Más de 1 semana

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir para disfrutar de los paquetes que le ofrece el turismo de aventura?

- Entre \$10.000 y 50.000
- Entre \$50.000 y \$100.000
- Más de \$100.000

14. ¿Estaría dispuesto a apoyar a una empresa que desee fomentar el turismo de aventura en el occidente huilense?

Si_____ No_____

CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

De los 200 encuestados, 156 eran residentes del municipio de La Plata, los demás están de paso, de los 44, 15 estaban realizando de negocios, 8 estaban de visita, 4 eran estudiantes de la Unad, 3 estaban por motivos de salud, 7 estaban de vacaciones, 3 iban estaban de paso para San Andrés, 4 viajaban hacia Nátaga al santuario mariano.

El 20% presentan ingresos menores a 1 salario mínimo mensual, el 31% gana entre 1 salario mínimo y \$1.000.000, el 35% recibe ingresos entre \$1.000.001 y 2.000.000 y el 14% gana más de \$2.000.000.

El 12% habían recibido la básica primaria, el 28% es bachiller, el 35% tienen un nivel técnico o tecnólogo, 20% son universitarios profesionales y el 5% tienen un nivel de postgrado.

El 62% sale a vacaciones a un lugar diferente a su ciudad de permanencia, el 38% se queda descansando en su ciudad.

Cuando van a salir de vacaciones el 64% piensa en el presupuesto, el 28% en los paquetes que le ofrecen, el 1% en la cercanía a su lugar de origen y el 7% en la calidad del servicio.

De las 124 personas que sale de vacaciones a un lugar diferente, el 30% viaja más de dos veces al año, el 70% lo hace una sola vez al año.

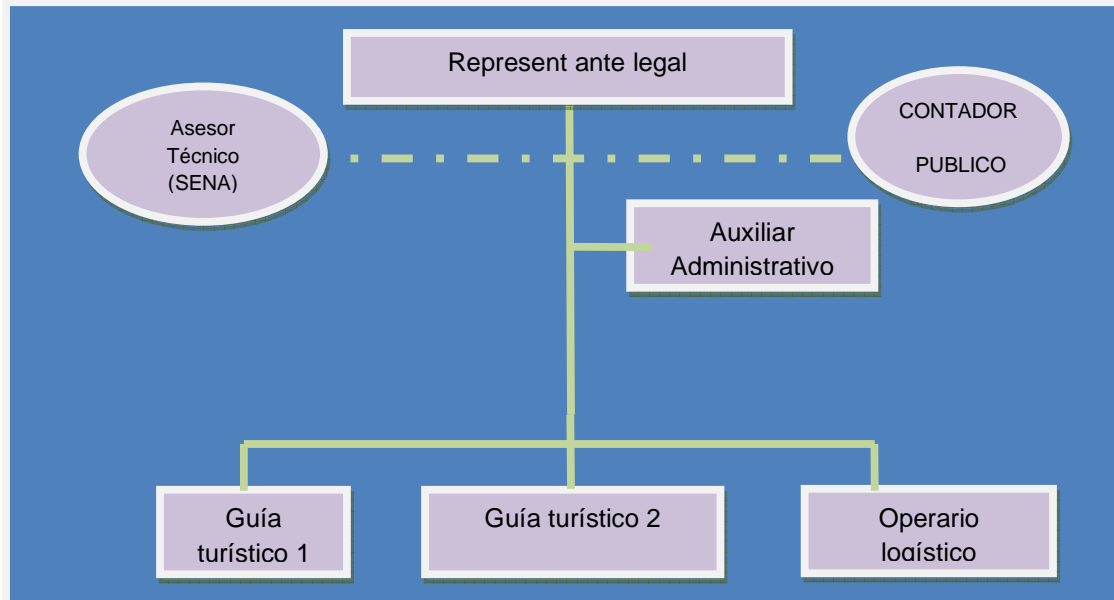
A las 200 personas les gustaría: el 54% practicar deportes de aventura, al 15% le gusta la espeleología, al 20% las caminatas, al 10% le gustaría hacer campamento, al 1% le gustan los deportes extremos.

Del total de encuestados al 22% le gusta el rappel, al 29% las actividades de canotaje, al 40% le gusta el tubing (neumático), al 9% no le gusta ninguno de los deportes señalados.

El 80% estaría dispuesto a pasar vacaciones en La Plata, en turismo de aventura están dispuestos a gastar más de \$100.000 el 25%, el 35% gastaría entre \$50.000 a \$100.000 y el 40% entre \$10.000 y \$50.000; el 80% pasaría entre 1 y 2 días y el 20% estaría entre 3 y 5 días disfrutando turismo de aventura; el 90% estaría dispuesto a apoyar una empresa que se dedique a la prestación de servicios turísticos de aventura.

Por los resultados de la encuesta se determino que los paquetes que va ofrecer son: deporte de aventura: canotaje (kayak, rafting, tubing,), espeleología y senderismo.

ANEXO D. ORGANIGRAMA



**ANEXO E. CONTRATO DE ARRENDAMIENTO DEL TERRENO DONDE SE
TIENE REVISTO LA UBICACIÓN Y EJECUCION DEL PROYECTO
CONTRATO DE ARRENDAMIENTO
DE LOTE**

Ciudad y fecha: La Plata Huila, 20 de Agosto de 2010

Arrendador: MARIA AMPARO PERALTA MENDEZ
C.C. 26.520.839 de La Plata

Arrendatario: OSCAR OSWALDO VALENCIA PERALTA
C.C. 80.200.090 de Bogotá

Dirección: Km 1 vía a Popayán, del Municipio de La Plata
Huila.

Canon: Un millón de pesos (\$1.000.000,00) anual.
Pagaderos los primeros cinco (05) días de cada
mes.

Domicilio Contractual: La Plata Huila

Duración: Diez (10) años del 23/08/2010 a 22/08/2020

Además de las anteriores estipulaciones, el ARRENDADOR y el ARRENDATARIO convienen las siguientes: **PRIMERA. Objeto.** El arrendador, concede al arrendatario el uso y goce del lote ubicado en el Municipio de La Plata Huila. Cuya destinación es deportes de aventura. **SEGUNDA. Pago del canon. Oportunidad y sitio.** El arrendatario se obliga a pagar el precio del canon de arrendamiento establecido dentro de los plazos previstos en el municipio de La Plata Huila. **TERCERA. Servicios.** El inmueble objeto del presente contrato cuenta con los servicios de agua y energía eléctrica. El pago de estos servicios corre por cuenta del Arrendatario. **CUARTA. Destinación.** El arrendatario se obliga a utilizar el inmueble objeto del presente contrato, exclusivamente para el servicio de deporte de aventura **QUINTA. Subarriendo y Cesión.** El arrendatario se obliga a no

subarrendar el inmueble ni ceder el contrato sin previa autorización del arrendador. **SEXTA. Inspección.** El arrendatario se obliga a permitir en cualquier tiempo, las visitas del arrendador o sus representantes. **SEPTIMA.** El arrendatario tendrá a su cargo las reparaciones locativas y aquellas que sean necesarias por hechos de él o de sus dependientes y no podrán hacer otras sin la autorización del arrendador. **OCTAVA. Terminación y Prórroga.** El presente contrato termina por el vencimiento del término estipulado. Sin embargo, las partes de mutuo acuerdo podrán prorrogarlo por un periodo igual al inicialmente pactado, con un mes de antelación a su vencimiento. **NOVENA. Restitución.** El arrendatario restituirá el inmueble a la terminación del presente contrato, en el mismo estado en que lo recibió, salvo el deterioro normal proveniente del tiempo y uso legítimos. **DECIMA. Entrega.** El término de este contrato es de diez (10) años por lo cual el arrendador se obliga a entregar al arrendatario el inmueble objeto del presente contrato el día 22 de Agosto de 2020 junto con los elementos que lo integran. **DECIMA PRIMERA. Incumplimiento.** El incumplimiento por parte del arrendatario, de cualquiera de las obligaciones estipuladas en este contrato, facultará al arrendador para dar por terminado el contrato y exigir la entrega inmediata del inmueble sin necesidad de desahucio ni de los requerimientos previstos en la ley. **DECIMA SEGUNDA. Cláusula Penal.** El incumplimiento por cualquiera de las partes de las obligaciones estipuladas en este contrato, los constituirá en deudor por la suma de \$300.000,00. **DECIMA TERCERA. Mora.** En el caso de mora en el pago del canon de arrendamiento establecido, el arrendador podrá cobrar ejecutivamente el valor de los cánones debidos, la pena aquí pactada, y la indemnización de perjuicios, bastando la sola afirmación y presentación de este contrato. Para constancia se firma por las partes a 20 de Agosto de 2010. **DECIMA CUARTA. Impuestos y derechos:** Los impuestos y derechos que cause este contrato estarán a cargo de las partes. **CLAUSULAS ADICIONALES: 1)** En caso de venta del lote se le concederá 2 meses de plazo para la entrega del lote. **2)** El arreglo inicial del lote corre por cuenta del arrendador.

En constancia se firma en la ciudad de la Plata Huila el 20 de Agosto de 2010

Arrendador.


MARIA AMPARO PERALTA

C.C. 26.520.839 de La Plata Huila

Arrendatario.


OSCAR OSWALDO VALENCIA PERALTA

C.C 80.200.090 de Bogotá

**DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO
FIRMA, HUELLA Y CONTENIDO**

Ante la Notaria Única del Circuito de La Plata
Públa compareció

Maria Amparo Peralta Mendez

C.C. 26.520.839 La Plata (H)

Reconoció que el contenido de
este documento es cierto y que
la firma y huella son las suyas

Decreto Ley 969 de 1970 art. 68

La Plata H. 21 AGO. 2010



HUELLA INDICE
DERECHO

Maria Amparo Peralta Mendez

Firma del compareciente

VICTORIA ALEYDA OVIEDO ARBELAEZ
NOTARIA

ARBELAEZ
ICA
JILA

**DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO
FIRMA, HUELLA Y CONTENIDO**

Ante la Notaria Única del Circuito de La Plata
Públa compareció

Oscar Oswaldo Valencia Peralta

C.C. 80.200.090 Bogotá D.C

Reconoció que el contenido de
este documento es cierto y que
la firma y huella son las suyas

Decreto Ley 969 de 1970 art. 68

La Plata H. 21 AGO. 2010



HUELLA INDICE
DERECHO

Oscar Oswaldo Valencia Peralta

Firma del compareciente

VICTORIA ALEYDA OVIEDO ARBELAEZ
NOTARIA

ARBELAEZ
ICA
JILA

VICTORIA ALEYDA OVIEDO ARBELAEZ
NOTARIA UNICA
LA PLATA (HUILA)

VICTORIA ALEYDA OVIEDO ARB
NOTARIA UNIC
LA PLATA (HUI

EN BLANCO

OSCAR OSWALDO VALEN
A PERALTA

Arbelaez

**ANEXO F. EVIDENCIAS FOTOGRAFICAS DEL PREDIO GLOBAL DONDE SE
PRETENDE OBTENER UNA PARTE DE TERRENO EN ARRENDAMIENTO
PARA LA EJECUCION DEL PROYECTO**















ANEXO G. EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL PREDIO, QUE SE PRETENDE TOMAR EN ARRENDAMIENTO Y DONDE SE PUEDE OBSERVAR LAS CONDICIONES DE LOS SITIOS QUE SERAN UTILIZADOS PARA LA EJECUCION DEL PROYECTO



























